



Université Rennes 2
UFR Sciences Sociales

**Les villages de vacances, acteurs du développement et de la
promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne.**

MÉMOIRE DE MASTER 2

« Économie Sociale et Solidaire »,

Parcours Finances Solidaires et Gestion des Entreprises Sociales

Année 2022-2023

Présenté par : Laurène SERRAND

Sous la direction de : Pascal GLEMAIN

Encadrement de l'alternance : Sylvain CHESNIER



Université Rennes 2
UFR Sciences Sociales

**Les villages de vacances, acteurs du développement et de la
promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne.**

MÉMOIRE DE MASTER 2

« Économie Sociale et Solidaire »,

Parcours Finances Solidaires et Gestion des Entreprises Sociales

Année 2022-2023

Présenté par : Laurène SERRAND

Sous la direction de : Pascal GLEMAIN

Encadrement de l'alternance : Sylvain CHESNIER

Les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ?

Présenté par Laurène SERRAND ; Sous la direction de Pascal GLEMAIN

RÉSUMÉ

Chaque année, 4 français sur 10 ne partent pas en vacances. C'est pourquoi le tourisme social et solidaire s'emploie à garantir le droit aux vacances pour tous, tout en œuvrant pour le développement local et en protégeant l'environnement et les populations locales. Les villages vacances associatifs jouent un rôle important dans ce mouvement en stimulant l'économie locale, en favorisant les rencontres, en soutenant les publics défavorisés et en encourageant la découverte culturelle de la destination d'implantation. Ce mémoire de recherche s'articule autour de la question suivante : les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ? Il s'appuie sur une méthode abductive et sur l'interprétativisme, qui implique des allers-retours permanents entre la théorie et le terrain pour traiter le sujet étudié. Une étude de terrain est menée auprès de directeurs de villages de vacances, pour la plupart membres de l'UNAT Bretagne, autour de quatre thèmes : mixité et lien social, inclusion sociale des publics fragilisés, culture et éducation, transition économique et sociale du territoire. Les résultats indiquent que les villages de vacances favorisent effectivement la mixité et le lien social, proposent des activités culturelles et ont un impact économique et social sur le territoire. Ils soulignent cependant que ces établissements ne proposent pas systématiquement des activités éducatives et réfutent l'idée qu'ils favorisent l'inclusion sociale des populations vulnérables, en raison de l'absence d'une action clairement définie à cet effet.

ABSTRACT

Every year, 4 out of 10 French people do not go on holiday. That's why social and community-based tourism works to guarantee the right to a holiday for everyone, while promoting local development and protecting the environment and local populations. Associative holiday villages play an important role in this movement by stimulating the local economy, promoting encounters, supporting disadvantaged groups and encouraging cultural discovery of the destination. This research dissertation is based on the following question : are holiday villages 'the' territorial economic players in the development and promotion of social and community-based tourism in Brittany ? It is based on an abductive method and on interpretativism, which implies constant back and forth between theory and the field to deal with the subject under study. A field study is carried out with holiday village managers, most of whom are members of UNAT Bretagne, focusing on four themes : social mix and links, social inclusion of vulnerable groups, culture and education, and economic and social transition of the territory. The results indicate that vacation villages do indeed promote social mixing and bonding, offer cultural activities and have an economic and social impact on the local area. However, they emphasize that these establishments do not systematically offer educational activities, and refute the idea that they promote the social inclusion of vulnerable populations, due to the absence of a clearly defined action to this effect.

Mots-clés : tourisme social et solidaire, villages de vacances associatifs, droit aux vacances pour tous, développement local, méthode abductive, interprétativisme, UNAT Bretagne, mixité sociale.

Keywords : social and community-based tourism, associative holiday villages, the right to a holiday for everyone, local development, abductive method, interpretativism, UNAT Bretagne, social mix.

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer mes sincères remerciements envers plusieurs personnes qui ont été d'un soutien précieux tout au long de mon parcours.

Tout d'abord, je suis extrêmement reconnaissante envers Sylvain CHESNIER, responsable d'alternance et tuteur professionnel, qui m'a prodigué son accompagnement et son soutien tout au long de cette année, et qui a joué un rôle essentiel dans le choix et l'approfondissement de mon sujet.

Mes remerciements vont également à Pascal GLEMAIN, responsable pédagogique du Master ESS et tuteur de mémoire, ainsi qu'à tous les professeurs et intervenants du master, dont les conseils et enseignements ont grandement enrichi mon parcours académique.

Je tiens à exprimer ma gratitude envers mes camarades du Master ESS, et spécialement envers Alexandra LE CALVEZ, avec qui j'ai eu des échanges enrichissants et stimulants qui ont grandement contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Un grand merci également à Maxence DEQUEKER, Coline GOURIER et Anaïs LE HUEROU pour leur relecture attentive et leurs remarques constructives sur mon travail.

Je n'oublie pas de remercier toutes les personnes qui ont généreusement donné de leur temps pour les entretiens.

Enfin, mes proches méritent une mention spéciale pour leur soutien infailible et leur aide tout au long de cette étape importante de ma vie. Leur présence et leur encouragement ont été d'une valeur inestimable et m'ont permis de surmonter les défis avec confiance.

SOMMAIRE

RÉSUMÉ	1
REMERCIEMENTS.....	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	5
1. Le tourisme en France puis en Bretagne	6
1.1 Panorama des acteurs touristiques par type d'organisme opérant sur le territoire breton.....	8
1.2 Focus sur les acteurs touristiques bretons agissant dans le secteur du TSS.....	9
1.3 Focus sur les villages vacances bretons opérant dans le champ du TSS	9
2. Justification de la méthodologie qualitative.....	11
PREMIÈRE PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : DE QUOI PARLONS-NOUS ?.....	14
CHAPITRE 1 – UNE NOUVELLE OFFRE DE LOISIRS DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE : LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE.....	14
1.1 Un aperçu général du concept de tourisme social et solidaire.....	14
1.2 Un tourisme au service des hommes et du développement des territoires.....	32
CHAPITRE 2 – ENJEUX ACTUELS DU SECTEUR DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE EN FRANCE	43
2.1 Les freins au développement et à la pratique du tourisme social et solidaire	43
2.2 Les axes d'amélioration envisageables.....	48
DEUXIÈME PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : L'ANALYSE DE VILLAGES DE VACANCES EN BRETAGNE.....	52
CHAPITRE 1 – MÉTHODES D'ENQUÊTE ET D'ANALYSE DES DONNÉES	52
1.1 Méthode d'enquête et terrain d'étude.....	52
1.2 Guide d'entretien et retours sur l'expérience terrain.....	56
1.3 Méthode d'analyse des données récoltées	60
CHAPITRE 2 – TRAITEMENT DES DONNÉES ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	62
2.1 Traitement et analyse des données.....	62
2.2 Synthèse générale des résultats.....	78
CONCLUSION	83
1. Les rétrospectives.....	83
2. Les limites.....	84
3. Les perspectives	85
BIBLIOGRAPHIE	88
SITOGRAPHIE.....	89
ANNEXES	91
Annexe A : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens exploratoires	92
Annexe B : Grille d'entretien exploratoire	93
Annexe C : Retranscriptions des quatre entretiens exploratoires	94
Annexe D : Tableau de synthèse des entretiens exploratoires	138
Annexe E : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens semi-directifs.....	151
Annexe F : Grille d'entretien semi-directif.....	152

Annexe G : Retranscriptions des dix entretiens semi-directifs.....	153
Annexe H : Tableau de synthèse des entretiens semi-directifs	225
Annexe I : Tableau de synthèse des verbatims des entretiens semi-directifs.....	235
TABLE DES ILLUSTRATIONS	247
TABLE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS	248
TABLE DES MATIÈRES	249
RÉSUMÉ	252

INTRODUCTION

« *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.* » (article 140, Loi n°98-657 du 29 juillet 1998 d'orientation relative à la lutte contre les exclusions). En France, le droit aux vacances pour tous est un principe fondamental ancré dans les valeurs républicaines. Or la réalité démontre qu'une proportion significative de la population, près d'un français sur deux, ne peut pas profiter de son droit aux vacances, principalement pour des raisons financières (CMCAS de Valence, 2018). Dans ce contexte, l'action du tourisme social et solidaire (TSS) intervient pour rendre effectif ce droit pour l'ensemble de la population et ainsi combler cette disparité.

Au cours de son évolution historique, le concept de TSS a connu plusieurs appellations différentes, passant successivement par les termes « tourisme populaire », « tourisme social », « tourisme solidaire », avant d'adopter définitivement le nom de « tourisme social et solidaire ».

A l'échelle mondiale, l'Organisation internationale du tourisme social (OITS) définit le tourisme social comme « *toutes actions qui contribuent à rendre le départ en vacances et les activités touristiques accessibles au plus grand nombre, de façon durable et solidaire* ». Cette approche se distingue du tourisme responsable et solidaire qui, lui, désigne « *toutes formes de voyages et séjours, à taille humaine, faites de découvertes, de rencontres et d'échanges avec les populations et contribuant au développement équilibré des territoires visités* ».

A l'échelle nationale, le tourisme social et solidaire découle de la fusion de ces deux formes de tourisme. Il se définit à travers ses cadres légaux, ses dispositifs d'accessibilité financière, son appartenance à l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) ainsi que ses valeurs intrinsèques. L'UNAT, réseau représentatif du secteur, a effectué des travaux approfondis pour aboutir à une définition fondamentale : « *un projet au service des hommes et des territoires, porté par des acteurs touristiques engagés et reconnus par le tissu des acteurs de la filière* ». L'UNAT caractérise également ce type de tourisme en fonction des principes suivants :

- Un tourisme humaniste, favorisant les liens et la mixité entre les voyageurs et les communautés locales.
- Un tourisme équitable dans l'accessibilité pour tous, la répartition des revenus et l'utilisation des ressources.
- Un tourisme soucieux de son écologie, contribuant à la préservation des environnements locaux et planétaires ainsi qu'au maintien de l'équilibre des écosystèmes.

Par sa conception, le TSS se rapproche du tourisme durable, défini comme « *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* » (Organisation Mondiale du Tourisme). Ce dernier repose sur trois piliers fondamentaux : environnemental (respect et utilisation raisonnée des ressources

touristiques naturelles), socioculturel (prise en compte et contribution des populations locales) et économique (rentabilité économique) (Lozato, Leroux et Balfet, 2012). Le tourisme durable est le concept central autour duquel gravitent diverses formes de tourisme alternatif telles l'écotourisme, le tourisme équitable, le tourisme communautaire, le tourisme volontaire, et bien d'autres, dont le TSS (Babou et Callot, 2012, p. 61). Ces formes alternatives partagent les valeurs du tourisme durable à des degrés divers et sous des modalités différentes : soutenabilité (écologique, économique et sociale), solidarité, équité et responsabilité, chacune mettant l'accent sur une valeur spécifique.

En fin de compte, le TSS ne s'oppose pas aux autres formes de loisirs touristiques, notamment celles qualifiées d'alternatives, mais les complètent en favorisant la mixité sociale et en permettant à un large éventail de personnes de bénéficier d'expériences enrichissantes. Ces formes de tourisme dites alternatives émergent depuis plusieurs années en réponse aux effets négatifs du tourisme de masse, tels que la pression exercée sur la biodiversité et les ressources naturelles dans les zones très fréquentées, le défrichage de forêts intactes, la pollution de l'air et la production de grandes quantités de déchets. Elles sont regroupées sous le qualificatif de « responsables » et partagent « *un but commun : le respect de l'humanité, que ce soit par le biais de l'environnement, le social, le développement, l'humanitaire ou le bénévolat* » (Auzias et Labourdette, 2006).

La pandémie de Covid-19 a renforcé cette tendance vers un tourisme plus responsable et durable, tout en augmentant la visibilité du TSS auprès des partenaires institutionnels, des élus et des financeurs. En somme, une convergence se dessine entre les valeurs véhiculées par le TSS et les aspirations croissantes des français en quête de sens : un retour à la nature, à la simplicité, à l'essentiel et au bien-être. Ils manifestent également un désir de voyager moins loin et de manière différente, en tissant des liens sociaux, en privilégiant la consommation locale et en préservant l'environnement.

1. Le tourisme en France puis en Bretagne

Dans cette section, nous verrons l'importance du tourisme ainsi que du TSS au sein de l'économie de la France et de la région Bretagne. Nous nous intéresserons également aux parties prenantes du secteur, en mettant l'accent sur celles qui opèrent dans le domaine du TSS.

La France est mondialement reconnue pour sa richesse culturelle, son patrimoine historique, ses paysages variés et sa gastronomie, ce qui en fait l'une des destinations touristiques les plus prisées au monde. Par conséquent, le secteur du tourisme occupe une place prépondérante dans l'économie française, attirant chaque année des millions de visiteurs tant nationaux qu'internationaux. Selon le Conseil Economique, Social et Environnemental (CESER) Pays de la Loire, en 2018, la France a accueilli un nombre record de 89,3 millions de visiteurs étrangers. Ces arrivées ont généré des revenus considérables, atteignant la somme importante de 56,2 milliards d'euros, soit 8 % du Produit Intérieur Brut National (PIB), et contribuant de manière substantielle à la création de deux millions d'emplois dans divers secteurs (commerce, transport, santé, etc.).

Bien que la contribution directe du tourisme au PIB soit estimée à 4,4 %, il est important de noter que cette influence diffère selon les domaines, se manifestant particulièrement dans l'hébergement, la restauration, les transports ainsi que les arts, les spectacles et les activités récréatives. En effet, près de la moitié (49 %) des touristes étrangers ont exploré des sites culturels, un tiers (33 %) se sont adonnés au shopping (achats), 31 % ont participé à des expériences gastronomiques et œnologiques, tandis que 9 % ont opté pour des activités sportives. Une tendance notable est l'engouement pour les séjours de courte durée, d'une à trois nuits, qui ont attiré 43 % des touristes étrangers, principalement européens.

Le secteur du TSS est lui aussi en perpétuelle évolution, étant donné qu'il offre une variété d'options d'hébergement. Les villages de vacances constituent 46 % du parc, tandis que les campings et les gîtes connaissent une montée en puissance ces dernières années. Selon l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) et le CESER Pays de la Loire, en 2018, le TSS comptait 1 659 établissements qui ont accueilli 5,3 millions de vacanciers, totalisant 19,3 millions de nuitées pour un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros. Le nombre de nuitées et le chiffre d'affaires ont augmenté sur une année pour des raisons conjoncturelles (essor du secteur « jeunes » dont le chiffre d'affaires a augmenté de 30 %) mais aussi d'ordre structurel. L'UNAT avance que cette croissance est également due à une diversification des services visant à maintenir un modèle économique performant. De plus, ce secteur emploie près de 15 550 équivalents temps plein (ETP) et génère une masse salariale évaluée à 400 millions d'euros (soit 37 % du chiffre d'affaires global). Les investissements dans le TSS s'élèvent à 63 millions d'euros, dont la moitié est destinée aux villages de vacances. Par ailleurs, environ 6,4 % des établissements sont labellisés « Tourisme et handicap », dont 31% de villages de vacances. La démarche de tourisme durable est intégrée dans de nombreux établissements (54% étant des villages de vacances) et est officiellement reconnue pour 9 % du parc à travers différents labels (Clef Verte et Ecolabel européen). Cependant, la fréquentation des vacanciers a légèrement baissé (- 2 %), principalement dans le segment des « familles » (-10%). Cette tendance a eu une incidence directe sur les villages de vacances, les poussant à revoir leur modèle économique pour offrir des prestations plus variées.

En ce qui concerne la région Bretagne, située à l'extrémité ouest de la France, elle se positionne également comme une destination touristique très appréciée. Elle offre un littoral impressionnant composé de falaises, de plages de sable fin et d'îles pittoresques, ainsi que des villes et des villages charmants imprégnés d'histoire et de traditions culturelles profondes. L'étude « Reflet » met d'ailleurs en évidence une participation accrue aux activités de plein air, ainsi qu'un intérêt croissant pour la découverte du patrimoine et les visites culturelles. De plus, d'après les données du Comité Régional du Tourisme et de l'UNAT, la région a accueilli 12,8 millions de touristes (dont 354 000 pour le TSS) en 2018, engendrant un total de 99,5 millions de nuitées (dont 1,4 million pour le TSS). Parmi ces visiteurs, 83 % étaient français (dont 11% de bretons). Le secteur a contribué à hauteur de 4,6 milliards d'euros de dépenses touristiques (dont 74,5 millions d'euros

pour le TSS), soit 8,1 % à la richesse produite en Bretagne. Enfin, le secteur touristique a généré 57 600 emplois (dont 2 083 pour le TSS), soit 4,8 % de l'emploi régional.

En définitive, le secteur du tourisme en France ainsi qu'en Bretagne assume un rôle fondamental dans l'économie nationale et régionale, engendrant des revenus, des perspectives d'emploi et une variété d'options d'hébergement. Néanmoins, il demeure essentiel de promouvoir un tourisme responsable et durable afin de sauvegarder le patrimoine naturel et culturel du territoire, tout en assurant une répartition équitable des bénéfices pour les habitants. Diverses initiatives de TSS en Bretagne contribuent à cet objectif en mettant l'accent sur l'inclusion, la préservation de la culture locale et le respect de l'environnement.

1.1 Panorama des acteurs touristiques par type d'organisme opérant sur le territoire breton

En Bretagne, les divers acteurs du tourisme travaillent en synergie pour créer une expérience touristique attrayante et mémorable, tout en contribuant au développement économique et à la préservation du patrimoine régional. Leurs responsabilités couvrent un large éventail d'activités, de la promotion à l'accueil en passant par la gestion des voyageurs.

Parmi ces acteurs, les institutionnels jouent un rôle significatif. Les collectivités locales et les autorités touristiques participent activement à la promotion touristique et à la gestion du patrimoine culturel et naturel de la Bretagne. Cette catégorie englobe les Conseils Régional et Départemental, les Comités Régional et Départemental du Tourisme, les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) comme Rennes Métropole, et les chambres consulaires telles que la Chambre de Commerce et d'Industrie et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat. On peut également citer les têtes de réseau telles que la Fédération Française des Villages Étages, ainsi que les offices de tourisme.

Les professionnels du tourisme revêtent également une grande importance dans le secteur. Les établissements d'hébergement tels que les hôtels, les chambres d'hôtes, les gîtes ruraux, les campings, les centres et les locations de vacances offrent des options d'hébergement variées pour répondre aux besoins des vacanciers. Réputée pour sa gastronomie et ses spécialités régionales, la Bretagne abrite une variété de restaurants, marchés, artisans et producteurs locaux qui offrent une expérience culinaire unique et contribuent à l'identité culturelle de la région. Les attractions touristiques telles que les sites historiques, les musées, les parcs d'attractions et les plages attirent les visiteurs grâce à des offres culturelles et de loisirs diversifiées. Les services de transport, y compris les compagnies de trains, de bus, d'avions et les options de location de voitures, assurent la mobilité des voyageurs dans la région. Les organisateurs d'événements tels que festivals, foires et événements culturels ajoutent une touche festive et animée à l'expérience touristique. De plus, les guides touristiques locaux proposent des visites guidées et des excursions pour permettre aux

visiteurs de mieux connaître la région. Enfin, les tour-opérateurs et les agences de voyage contribuent à faciliter le tourisme entrant en organisant des voyages clés en main en Bretagne.

1.2 Focus sur les acteurs touristiques bretons agissant dans le secteur du TSS

Les acteurs structurants du TSS en Bretagne s'unissent dans une mobilisation contre la fracture touristique, en s'alignant sur les principes de mixité et d'accessibilité, tout en cherchant à minimiser l'impact environnemental des activités d'hébergement et de loisirs. Leur objectif est de concevoir et de promouvoir un « autre tourisme », en termes de population partante, d'activités pratiquées, de répartition des bénéficiaires, d'intégration territoriale et de modèles de gouvernance.

Parmi ces acteurs, on peut citer les organismes sociaux comme les Caisses d'Allocations Familiales (CAF) et les Comités d'Entreprise (CE), qui aident au départ en vacances des personnes qui n'auraient pas les moyens d'accéder aux équipements touristiques, comme les familles les plus démunies et les salariés.

L'UNAT Bretagne, en tant que tête de réseau du TSS, et ses membres méritent également d'être mentionnés. Ce réseau représente les principaux acteurs touristiques à but non lucratif, engagés dans l'aide au départ en vacances du plus grand nombre, rassemblant 46 opérateurs bretons. Elle œuvre pour faciliter l'accès aux vacances pour tous, soutenir les territoires et préserver l'environnement. Elle est également l'interlocuteur privilégié des collectivités locales sur toutes les questions relatives au TSS. Son objectif étant d'améliorer la société par un tourisme de qualité, équitable et durable, et de favoriser l'épanouissement personnel et la cohésion sociale. L'UNAT regroupe quatre grandes typologies d'hébergement : l'hébergement familial (villages de vacances, hôtels, résidences, maisons familiales), l'hébergement des jeunes (auberges de jeunesse, centres sportifs et centres internationaux de séjours), l'hébergement des enfants et adolescents (centres de vacances) et d'autres types d'hébergement (refuges, gîtes et campings). Elle comporte également des organisateurs de vacances adaptées pour les personnes en situation de handicap, des voyagistes qui organisent des séjours solidaires et d'autres opérateurs touristiques. Il est à noter que près de la moitié des membres sont situés dans des villes de moins de 3 000 habitants. Ce sont des pôles essentiels, très ouverts sur l'extérieur, comme en témoigne le fait que les piscines des centres sont à la disposition des écoles. Ces membres ont un impact économique et social important sur le territoire, en entretenant des liens étroits avec les populations locales vers lesquelles ils envoient leurs clientèles.

1.3 Focus sur les villages vacances bretons opérant dans le champ du TSS

En Bretagne, une multitude de groupes de villages de vacances adhèrent aux principes du TSS, la majorité d'entre eux étant affiliés à l'UNAT régionale. Parmi ces acteurs figurent VVF Villages, LVT, Cap France, Vacances pour tous, VTF Vacances, ANCAV-TT, Azureva, Miléade

(anciennement Vacancier), Kéravel Vacances, CI ORTF, Village Club du Soleil (anciennement Renouveau), ULVF, APAS BTP, Rêves de Mer, et bien d'autres. Sachant que les trois partenaires historiques de l'UNAT sont Azureva, VTF Vacances et VVF Villages.

Ces villages de vacances prennent des mesures concrètes pour faciliter l'accès aux vacances pour tous. Ils proposent des tarifs abordables et des facilités de paiement, afin de lever les barrières économiques qui freinent la participation à des séjours de vacances. Ils encouragent également la cohabitation de personnes aux origines sociales, économiques et culturelles variées, en offrant une gamme variée d'animations et de loisirs adaptés et inclusifs. Cette approche crée un cadre propice aux échanges et à la cohésion sociale. Par ailleurs, ces établissements intègrent des pratiques respectueuses de l'environnement, cherchant à réduire leur empreinte écologique et à encourager les vacanciers à adopter des comportements durables et écoresponsables tout au long de leur séjour. Certains proposent même des activités éducatives et de sensibilisation abordant des sujets tels que la préservation de l'environnement, la culture locale et le patrimoine régional. En outre, ils tissent des partenariats avec des acteurs locaux tels que les producteurs et les artisans régionaux, contribuant au dynamisme de l'économie locale. D'autres offrent aux vacanciers la possibilité de s'impliquer dans des actions solidaires ou des projets d'intérêt général au sein de la communauté locale d'accueil, les incitant à contribuer positivement à leur environnement.

En définitive, les villages de vacances jouent un rôle essentiel dans le domaine du TSS, en incarnant l'idée d'un tourisme accessible à tous, respectueux de l'environnement et des populations locales, et promouvant le vivre ensemble. À la lumière de ces constats, la question de recherche suivante prend tout son sens :

Les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ?

Pour répondre à cette question, nous nous appuyerons sur la méthode abductive interprétativiste, une approche théorique enrichie par des allers-retours sur le terrain.

Dans la première partie, nous nous pencherons sur le concept de tourisme social et solidaire. Tout d'abord, nous nous intéresserons à cette nouvelle offre de loisirs au sein de l'industrie touristique, en donnant un aperçu du concept de TSS et en soulignant son engagement en faveur des hommes et du développement territorial. Puis, nous aborderons les enjeux actuels auxquels le secteur du TSS est confronté en France. Nous examinerons notamment les obstacles qui entravent son développement et sa pratique, ainsi que les pistes d'amélioration possibles pour les surmonter.

La deuxième partie sera consacrée à notre étude de terrain, qui porte sur l'analyse des villages de vacances en Bretagne, afin d'évaluer leur alignement sur les principes du TSS. Nous commencerons par présenter nos méthodes d'enquête et d'analyse des données, en expliquant le choix de notre terrain d'étude, l'élaboration de notre guide d'entretien et les retours de notre expérience de terrain. Nous passerons ensuite au traitement des données et à l'interprétation des

résultats, en décrivant les étapes du traitement et de l'analyse des données et en proposant une synthèse générale des résultats obtenus.

2. Justification de la méthodologie qualitative

Pour construire ce mémoire, nous avons adopté un schéma en trois parties bien définies : l'état de l'art et les entretiens exploratoires (partie I), l'enquête de terrain (partie II) et l'étude empirique (conclusion).

Tout d'abord, nous avons nos deux principales sources de connaissances : l'état de l'art (revue de la littérature) et les entretiens exploratoires (données collectées sur le terrain), qui permettent d'affiner le sujet de recherche et de suggérer des pistes de réflexion pour la définition de la question de recherche et des hypothèses. Ce choix découle de la complémentarité intrinsèque de ces deux sources d'information et de l'exploitation de leurs avantages respectifs. En combinant la théorie et la pratique, nous nous donnons les moyens d'acquérir une compréhension complète, approfondie et fiable du sujet.

L'état de l'art est une liste exhaustive de travaux de recherche existants et pertinents en rapport avec le sujet étudié. Il vise à identifier les connaissances actuelles, les lacunes, les tendances et les avancées dans le domaine. Il est intéressant de noter que notre revue de la littérature se base en grande partie sur les travaux de Gilles Caire, principalement en raison de la rareté des sources disponibles sur le sujet dans le domaine de l'ESS.

Tandis que les entretiens exploratoires consistent à mener des entretiens semi-directifs avec des participants sélectionnés en fonction de leur expertise, de leur expérience ou de leur connaissance du sujet étudié. Lors de ces entretiens, des questions ouvertes sont posées pour encourager les répondants à partager leurs points de vue et à fournir des informations détaillées. Afin de recueillir des opinions variées sur le concept de TSS, nous avons opté pour des entretiens exploratoires impliquant des professionnels d'horizons différents au sein du secteur. Pour commencer, nous avons interrogé un chargé de prospective à la Caisse Centrale d'Activités Sociales (CCAS), qui exerce également en tant qu'intervenant professionnel du tourisme de l'Institut de Recherches et d'Études Supérieures en Tourisme (IREST), affilié à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Par la suite, nous avons recueilli les témoignages de la déléguée générale de l'UNAT Bretagne, d'une coordinatrice de formation de la filière tourisme sur le Campus Sciences et Nature Le Gros Chêne, ainsi que d'un coordinateur des vacances adaptées au sein de l'association Évasion en Pays d'Accueil et de Loisirs (EPAL). Néanmoins, l'entretien avec le professionnel de l'association EPAL s'est révélé moins pertinent pour notre recherche, car il était fortement orienté vers la question du handicap.

Puis, nous entrons dans la phase d'enquête de terrain, qui permet à la fois d'apporter des nouveaux éléments susceptibles d'approfondir le sujet et surtout, de tester les hypothèses de recherche en les confirmant ou en les infirmant. Notre choix s'est porté sur une approche qualitative, avec la

réalisation de dix entretiens semi-directifs. Dans le cadre de notre terrain d'étude, nous avons ciblé des directeurs et des responsables de villages vacances en Bretagne, dont la plupart sont membres de l'UNAT Bretagne. Nous avons ainsi interrogé les directeurs des groupes de villages de vacances suivants : VTF Vacances, Cap France, ANCAV-TT, Kéravel Vacances, Azureva, CI ORTF, Village Club du Soleil, ULVF, CCAS et VVF Villages.

Vient ensuite l'étape d'analyse des entretiens qui implique le tri, la classification et l'organisation des données recueillies, dans le but d'identifier les éléments les plus pertinents et de dégager des tendances et des corrélations. Pour ce faire, nous avons opté pour une analyse thématique des verbatims, suivie d'une analyse approfondie à l'aide du logiciel Tropes.

Par la suite, nous avons l'interprétation des données qui consiste à analyser et comprendre les résultats issus de l'enquête de terrain. Cette étape nous permet de tirer des conclusions éclairantes pour rendre compte de notre compréhension du sujet étudié.

En dernier lieu, l'étude empirique prend place. Cette section engage une discussion sur la confirmation ou la réfutation des hypothèses, établit des comparaisons entre les connaissances tirées de la littérature et celles obtenues sur le terrain, et formule des préconisations.

Préface épistémologique

La structuration de ce mémoire repose sur la méthode abductive interprétativiste. La méthode abductive est une forme de raisonnement qui vise à expliquer un phénomène ou un sujet donné à partir de certains faits observés. Elle consiste à choisir les hypothèses les plus vraisemblables et d'éliminer les plus improbables pour expliquer un phénomène donné, puis aboutir à une conclusion probable par déduction. Elle repose sur un processus d'allers et retours entre le projet de concevoir (la théorie) et sa réalisation (le terrain). En d'autres termes, le processus d'abduction n'aboutit pas à une vérité absolue, mais propose une hypothèse vraisemblable qui nécessite d'être explorée et vérifiée. Une fois les hypothèses définies, il est ensuite nécessaire de se rendre sur le terrain pour les tester et les vérifier. C'est là qu'intervient le paradigme interprétativiste, qui vise à comprendre comment le chercheur construit le sens qu'il donne à la réalité. Il vise à vérifier, confirmer ou réfuter les hypothèses sur le terrain, en s'appuyant sur l'expérience vécue des acteurs pour comprendre un phénomène.

Compte tenu du large choix d'articles en lien avec notre sujet, nous avons commencé par puiser des connaissances dans la littérature. Nous avons réalisé par la suite des entretiens exploratoires pour compléter ces connaissances. Notre choix épistémologique repose donc effectivement sur la confrontation et l'aller-retour perpétuel entre la théorie et la pratique. En effet, la construction de ce mémoire passe par plusieurs étapes alliant ces deux éléments : l'état de l'art (théorie), les entretiens exploratoires (terrain), l'élaboration de la question et des hypothèses de recherche (théorie et terrain), l'enquête de terrain (terrain) et la partie empirique (théorie et terrain). L'objet d'étude évolue constamment puisqu'il est remis en question à chaque nouvelle étape.

Tout d'abord, l'état de l'art consiste à répertorier une liste structurée de références documentaires qui évoquent le sujet donné. Il permet de délimiter le sujet de recherche et de proposer des pistes de réflexion pour définir la question de recherche. Ensuite, les entretiens exploratoires viennent compléter les connaissances issues de l'état de l'art. Ils permettent d'affiner le sujet et de proposer des pistes de réflexion pour définir la question et les hypothèses de recherche. Puis, nous avons une première confrontation entre la théorie et la pratique avec l'élaboration de la question et des hypothèses de recherche. D'autre part, l'enquête de terrain permet à la fois d'apporter des éléments nouveaux susceptibles d'approfondir le sujet et surtout, de tester les hypothèses de recherche en les confirmant ou en les infirmant. Dans le cadre de ce mémoire, nous avons choisi de mener une étude qualitative et plus précisément de réaliser dix entretiens semi-directifs. Enfin, dans la partie empirique, nous confrontons à nouveau la théorie au terrain, nous discutons de la validation ou de l'invalidation des hypothèses et nous formulons des préconisations.

PREMIÈRE PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : DE QUOI PARLONS-NOUS ?

Dans cette première partie, nous contextualiserons et examinerons le concept de tourisme social et solidaire et ce qu'il implique, en nous basant sur des références bibliographiques et des entretiens exploratoires¹. En premier lieu, nous introduirons la notion de tourisme social et solidaire, qui représente une nouvelle offre de loisirs dans le secteur du tourisme. En second lieu, nous ferons le point sur les enjeux actuels que rencontrent le secteur du TSS en France.

CHAPITRE 1 – UNE NOUVELLE OFFRE DE LOISIRS DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE : LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE

A travers ce chapitre, nous assisterons à l'émergence du tourisme social et solidaire et définirons son champ d'action, en explorant ses principes, son offre et sa demande, ainsi que sa coexistence avec le secteur marchand. Ensuite, nous constaterons que le tourisme social et solidaire est axé sur le bien-être des individus et des territoires, en œuvrant pour un tourisme accessible à tous, en promouvant la mixité sociale et l'inclusion des publics défavorisés, et en contribuant au développement économique et social des régions.

1.1 Un aperçu général du concept de tourisme social et solidaire

1.1.1 La genèse du tourisme social et solidaire

Dans cette section, nous retracerons l'histoire de la naissance du concept de TSS en France, qui est le résultat de la fusion de deux formes de tourisme, à savoir le tourisme social et le tourisme solidaire. Nous détaillerons les origines et le contexte dans lequel ces types de tourisme sont apparus, et comment ils ont évolué pour aboutir au TSS que nous connaissons aujourd'hui.

Au début du XX^{ème} siècle, les travailleurs ont bénéficié d'un temps libre accru à la suite de revendications sociales pour l'allongement des périodes de repos et à la réduction du temps de travail. C'est dans ce contexte que le tourisme social a pris ses racines, émergeant au moment où les gouvernements, les associations et les mouvements populaires (syndicats et travailleurs) ont pris la responsabilité d'assurer l'accès aux vacances pour les travailleurs et leurs familles. Cette révolution sociale a conduit à la démocratisation des pratiques culturelles, dont le tourisme. Le tourisme social est alors apparu comme une alternative aux pratiques touristiques élitistes destinées à l'aristocratie. Axé sur une approche économe et non marchande, il se concentre sur des aspects sociaux et éducatifs, et favorise l'accès aux vacances pour les travailleurs, les enfants, les adolescents et les familles ouvrières.

Le tourisme social débute en France à la fin du XIX^{ème} siècle, avec l'émergence des colonies de vacances pour enfants et adolescents, à l'initiative des œuvres caritatives paroissiales et de

¹ Voir Annexes A à D

patronages. Leur but est de prendre en charge la santé des plus démunis (notamment les classes ouvrières) et de leur enseigner le savoir-vivre. Cette vision est soutenue par les œuvres laïques des écoles publiques (Ligue de l'enseignement, Sou des écoles) qui y ajoutent une mission d'égalité démocratique et une dimension éducative, encourageant les enfants à observer la nature et à découvrir le monde. Les colonies de vacances atteignent leur apogée dans les années 1960 avec plus de 1 300 000 départs.

Les premiers clubs à voir le jour sont le Club Alpin Français, le Touring Club de France et l'Automobile Club de France, sous l'impulsion des classes moyennes bourgeoises (industriels, commerçants, professions libérales, hauts fonctionnaires, enseignants). L'objectif étant de promouvoir le tourisme sous toutes ses formes : activités sportives et de plein air, camping, cyclotourisme, etc. Ces clubs ont fortement contribué à la valorisation sociale du temps libre, des loisirs, des séjours de vacances et ont fondé l'Union nationale des associations de tourisme (UNAT) en 1920. A l'origine, cette union s'adresse aux classes sociales aisées, reflétant l'expansion de la première « classe de loisirs » constituée d'aristocrates, d'industriels et de rentiers. Puis, en fusionnant avec le Comité national du plein air en 1966, elle devient l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air, et entreprend de promouvoir et de fédérer l'ensemble du tourisme social.

En 1930, apparaissent les auberges de jeunesse, destinées à favoriser les rencontres interculturelles et la vie internationale. Pour renforcer leur influence, la Ligue Française des Auberges de Jeunesse (LFAJ) est créée, suivie du Centre Laïque des Auberges de Jeunesse (CLAJ) qui vise à créer le plus grand nombre possible d'auberges de jeunesse laïques. Malgré une conception semblable à celle des colonies de vacances, les auberges se développent rapidement, avec 900 établissements et 40 000 adhérents en 1939.

Arrive ensuite la fédération Léo Lagrange, qui vise à encourager le développement d'un tourisme populaire associatif indépendant en s'appuyant sur les organisations syndicales, les associations d'éducation populaire (Ligue de l'enseignement) et sur les deux réseaux d'auberges de jeunesse (LFAJ et CLAJ). C'est à ce moment-là que sont établis les fondements majeurs de la solidarité démocratique du tourisme social :

- Des hébergements de vacances pour tous, sans distinction de classe.
- Des pratiques collectives, sportives et culturelles à vocation humaniste.
- L'implication des utilisateurs dans certaines tâches (ménagères) et leur contribution à la conception du programme d'activités.
- Une gestion associative désintéressée avec le soutien logistique de l'État.

Le mouvement du tourisme social a pris de l'ampleur par la suite avec la multiplication des maisons familiales de vacances, instituées par des organisations familiales et confessionnelles proches de l'éducation populaire. Elles ont été créées en partie pour pallier le manque de logements adaptés aux familles à revenus modestes et la forte pénurie d'hébergements de vacances.

Elles permettent à plusieurs familles à faibles revenus de partir en vacances dans des conditions adaptées à leurs besoins (Commission Interministérielle, 1954). Ces établissements accueillent entre 5 et 20 familles et fonctionnent sur la base de l'entraide et de la participation des usagers à travers une organisation informelle des services. Leur coût à la journée est bien moins élevé que celui des hôtels ou pensions familiales proposant des prestations similaires. En 1956, plus de 300 maisons familiales ont été recensées, offrant environ 100 lits par établissement.

Cette tendance s'est accélérée à partir de 1945 avec la création des comités d'entreprise (CE) et de la Caisse d'Allocations Familiales (CAF), et la mise en place d'un grand nombre de structures de vacances : villages de vacances, auberges de jeunesse, gîtes ruraux, centres de vacances (colonies de vacances et camps familiaux), refuges, voyages adaptés, voyages éducatifs, séjours linguistiques, etc. Les CE et la CAF ont encouragé de nombreux salariés et familles à partir en vacances en leur apportant une aide financière. Par ailleurs, les mouvements d'éducation populaire, de jeunesse, politiques et religieux ont œuvré pour sensibiliser, éduquer et acculturer toutes les classes sociales à l'idée de partir en vacances, contribuant ainsi à l'augmentation du nombre de départs en vacances.

Au fil des années, le tourisme social a diversifié et structuré son offre pour proposer des loisirs et des vacances de qualité accessibles à tous. Vers la fin des années 1950, les acteurs du tourisme social ciblent trois groupes principaux : les enfants, les adolescents et les familles à faibles revenus. Le deuxième groupe cible étant celui des retraités et des personnes en situation de handicap.

En 1959, seuls 31% des français partent en vacances. Fort de ce constat, R-H. Guerrand avec l'appui d'un État providence planificateur, lance et promeut en 1963 la « conquête des vacances » pour rendre l'offre touristique plus industrialisée. Le gouvernement voit dans cette initiative un moyen de développer les régions en difficulté économique et de favoriser l'avancement social en période de hausse du pouvoir d'achat, d'extension du salariat et des congés payés.

En parallèle, d'autres formules de vacances se développent comme les villages de toile (tentes et mobil-homes) et les premiers villages du Club Méditerranée, qui ciblent principalement les classes moyennes. En 1958, les deux premiers villages de vacances à vocation populaire sont créés. Ils intègrent l'association Villages Vacances Familles (VVF) fondée en 1959, qui offre aux familles souhaitant partir en vacances l'accès à des services collectifs matériels et éducatifs adaptés à leurs besoins. Pour obtenir des places pour leurs salariés, 115 organismes sociaux tels que les CAF, les services sociaux des grandes administrations et les CE de grandes entreprises adhèrent à l'association. Cela représente 500 membres actifs en 1980. La force de VVF réside dans sa capacité à proposer des hébergements dans des villages de vacances à des tarifs très attractifs. C'est ainsi que l'âge d'or des villages de vacances débute avec un nombre en constante augmentation au fil des ans, passant de 85 villages en 1965 à 533 en 1980. La France est d'ailleurs le seul pays européen à disposer d'un parc d'hébergement familial aussi important.

L'expansion des villages de vacances est due aux efforts conjugués de militants bénévoles et d'un ensemble de dispositifs d'aides publiques, sociales et paritaires. Parmi les expériences les plus significatives, on peut citer les programmes d'aide à la « pierre » et d'aide à la personne tels que la politique du 13ème mois, les chèques vacances et la Bourse Solidarité Vacances. De plus, les CAF ont mis en place une politique d'aide au départ en villages de vacances pour les familles à revenus modestes et en colonies de vacances pour les enfants, à travers le dispositif « Bons Vacances ». Le quatrième plan de développement économique et social a également contribué à l'essor du tourisme social, en soutenant le développement des villages de vacances pour répondre à l'augmentation des départs, participer à l'aménagement du territoire et corriger les inégalités sociales et territoriales.

Le tourisme social connaît son apogée entre 1960 et 1980, grâce au nombre croissant de personnes souhaitant partir en vacances. Cela a conduit à la création d'organisations nationales et internationales telles que des associations, des syndicats, des coopératives et des mouvements de jeunesse qui proposent des options de vacances à la population. L'octroi des congés payés en 1936 a également permis le développement des loisirs et du tourisme, et donc du tourisme social, entraînant la mise en place de véritables politiques sociales du tourisme. Ces dernières ont permis de développer des équipements et des infrastructures touristiques et de faciliter les départs en vacances.

C'est dans ce contexte que l'Organisation Internationale du Tourisme Social (OITS) est créée en 1963, sous l'ancienne dénomination de Bureau international du tourisme social (BITS). Cette organisation offre aux organismes internationaux un espace de débat pour discuter de questions relatives au tourisme social telles que le financement des vacances et le tourisme pour les jeunes. Son objectif est de permettre à tous les publics d'avoir accès aux vacances et de soutenir les acteurs impliqués (Etat, acteurs sociaux) dans la réalisation de cet objectif. L'OITS encourage également les formes de tourisme qui sont centrées sur le service des personnes, des communautés et des territoires.

Le concept de tourisme social est ensuite réactualisé entre les années 1970 et 1990, dans un contexte marqué par de nombreux bouleversements de l'environnement mondial : la domination de l'idéologie néolibérale (en faveur d'une plus grande liberté de manœuvre pour les acteurs du marché) et de la libre-concurrence ; la réduction du rôle de l'État avec des restrictions budgétaires et une remise en question de ses politiques sociales ; la crise économique et la nécessité d'être hyper-compétitif, qui ont entraîné une hausse du chômage, de l'exclusion sociale et des difficultés d'intégration des migrants. Tout cela a eu un impact direct sur le tourisme social, qui a vu la quasi-disparition de ses aides publiques à l'investissement et dont les acteurs ont dû se transformer en entreprises à vocation sociale et rechercher de nouveaux clients solvables.

C'est à travers la Charte de Vienne de 1972 que le concept de tourisme social est actualisé. Celle-ci définit le tourisme comme « *un fait social fondamental* » et appelle tous les acteurs touristiques

à identifier le tourisme comme un moyen d'épanouissement et de maturation humaine, accessible à tous, permettant d'affirmer la liberté individuelle, mais aussi de traduire cette vision par la mise en œuvre d'actions concrètes.

Puis, au cours des années 1990, le tourisme social intègre le champ de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS). La Déclaration de Montréal de 1996 vient alors remplacer la Charte de Vienne précitée. Elle reconnaît que le tourisme social est une « *partie prenante de l'économie sociale et solidaire* »² et poursuit le projet ambitieux d'un tourisme qui lutte contre l'exclusion et encourage l'accès aux vacances pour le plus grand nombre. Elle se distingue par le fait qu'elle incite les acteurs à exercer « *une gestion exemplaire* » et prône le développement durable et soutenu d'« *un tourisme maîtrisé et respectueux des sites et des populations* ». Elle présente ainsi le tourisme social comme un facteur d'intégration géographique, environnemental, social, culturel et de développement individuel et collectif.

« En plus de l'accessibilité au tourisme, la Déclaration de Montréal introduit une dimension de solidarité entre les touristes et les populations locales et confirme que le tourisme social est tout le contraire d'un tourisme de masse envahisseur et spoliateur des ressources » (L. Jolin, 2003).

Parallèlement, une nouvelle forme de tourisme émerge au sein de l'UNAT, le tourisme solidaire, avec l'apparition des premières ONG et associations internationales proposant des missions de solidarité à travers le monde. Ce tourisme met l'accent sur le développement des pays du Sud, sur une répartition plus équitable des ressources générées par le tourisme et sur l'implication des populations locales. La première forme de tourisme solidaire apparaît au Sénégal avec la création de campements villageois pour développer le tourisme rural et valoriser les zones éloignées du tourisme. L'offre du tourisme solidaire se professionnalise dans les années 1990, avec la création d'agences telles que Croq'Nature, Vision du Monde et Point Afrique. Le développement du secteur se poursuit dans les années 2000, s'organisant et se structurant avec la tenue du premier Forum International du Tourisme Solidaire et Développement Durable (FITS) et la création d'un réseau dédié : l'Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES). Pourtant, son poids économique reste marginal puisqu'il ne représente que 0,4 % des touristes français voyageant à l'étranger et 60 000 séjours pour un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros. De ce fait, le tourisme solidaire offre un terrain d'expérimentation pour le tourisme de demain et une stratégie alternative pour le développement local.

Au fil des années, avec l'essor de l'ESS amplifié par la Loi Hamon de 2014 (Loi ESS) et le rapprochement du tourisme social et du tourisme solidaire, le concept de « Tourisme Social et Solidaire » (TSS) est né. Il vise à combiner les principes de ces deux types de tourisme, pour offrir aux voyageurs une expérience enrichissante qui profite aussi à la population locale. Le répondant de l'entretien exploratoire n°1³ s'est exprimé à ce sujet :

² Ce point de vue est partagé par l'UNAT dans sa charte de 2002, qui précise que le tourisme social « s'appuie sur les valeurs portées par les associations et reconnues par les autres familles de l'économie sociale ».

³ Voir Annexe C

« Avec l'ampleur de l'ESS, il est paru assez naturel de se dire : Mais en fait, nous autres acteurs de l'économie sociale, on fait partie de l'ESS, donc au lieu de s'appeler acteurs du tourisme social, il est beaucoup plus logique que l'on s'appelle acteurs du TSS. [...] Mais à aucun moment, personne n'a envisagé de scinder le fait de dire qu'il y a le tourisme social et le tourisme solidaire, non non, c'est un tout puisque les acteurs du tourisme social ont dans leur domaine, dans leur façon de gérer leurs établissements, une démarche solidaire d'accessibilité à tous les publics, d'accessibilité via les organismes sociaux à des publics défavorisés pour créer un lien social avec les autres clientèles, qui ont les moyens de se payer un village de vacances ».

Aujourd'hui, le TSS partage pleinement les valeurs de l'ESS – démocratie, responsabilité, engagement, solidarité, égalité, autonomie – et est reconnu comme un secteur économique majeur capable de répondre aux besoins des communautés locales, tout en ayant un impact économique et social sur le territoire. Il est de plus en plus considéré comme une alternative au tourisme de masse, offrant une expérience de voyage plus authentique et responsable à des prix accessibles pour tous.

1.1.2 Les principes, valeurs et ambitions du tourisme social et solidaire

Dans cette deuxième section, nous présenterons les principes, les ambitions et les valeurs du TSS.

Tout d'abord, en tant que partie intégrante du secteur de l'ESS, le TSS⁴ repose sur les principes présentés dans la Loi ESS de 2014 :

- Favoriser l'accès aux vacances pour tous grâce à une tarification accessible.
- Contribuer, maintenir et renforcer la cohésion territoriale : co-construction de l'offre avec les partenaires locaux pour vérifier que les séjours soient en adéquation avec la réalité du territoire et les souhaits des acteurs locaux.
- Contribuer au développement durable : un tourisme soucieux de son empreinte écologique qui protège l'environnement et préserve l'équilibre des écosystèmes.
- Contribuer à la préservation, au développement du lien social et à la lutte contre l'exclusion : soutien des personnes vulnérables (état de santé, besoins en matière d'accompagnement social ou médico-social, situation économique ou sociale).

Le TSS s'appuie également sur les sept principes énoncés dans la charte de l'UNAT de 2002 (figure 1).

⁴ Dans ce mémoire, nous aborderons la notion de « Tourisme Social et Solidaire », qui combine les idées du tourisme social et du tourisme solidaire. Il est important de noter que la plupart des travaux réalisés au 20ème siècle sont antérieurs à la création de cette nouvelle forme de tourisme. Ils distinguent donc le tourisme social du tourisme solidaire, en se concentrant sur l'un ou l'autre.

Figure 1 : Le tourisme social et les principes de l'économie sociale et solidaire

CHARTER EUR. DE L'ÉCONOMIE SOCIALE "Des spécificités fortes"	CHARTER DE L'UNAT "Des critères éthiques"
La primauté de la personne et de l'objet social sur le capital	Les activités proposées, créatrices de lien social, intègrent des objectifs éducatifs ou culturels respectueux des personnes. Une valeur ajoutée aussi bien sociale qu'économique fait partie intégrante des produits proposés, qui peuvent se traduire aussi par des propositions innovantes.
L'adhésion volontaire et ouverte	La volonté de brassage social est affirmée et les publics sont accueillis sans aucune discrimination ; une attention particulière est portée à l'accueil des personnes handicapées.
Le contrôle démocratique par les membres	Le fonctionnement démocratique statutaire est effectif.
La conjonction des intérêts des membres usagers et de l'intérêt général	L'objet principal est la poursuite d'un projet d'intérêt général, visant à développer l'accès du plus grand nombre aux vacances, au tourisme et aux loisirs. L'activité comprend une dimension marquée de développement local ou d'aménagement du territoire, visant notamment à favoriser l'emploi.
La défense et la mise en œuvre des principes de solidarité et de responsabilité	Les prix intègrent à la fois le souci de la pérennité de l'action et les objectifs sociaux poursuivis par le secteur. L'activité s'inscrit dans une perspective d'ouverture européenne et internationale. La participation à des actions de solidarité est recherchée. Le souci d'une bonne gestion inscrit le secteur dans une démarche professionnelle. Il y ajoute une attention valorisante à la place et au rôle des personnels, notamment saisonniers, dans le cadre des conventions collectives existantes.
L'autonomie de gestion et l'indépendance par rapport aux pouvoirs publics	[Statut associatif] ⁽¹⁾
Affectation de l'essentiel des excédents ⁽²⁾ à la poursuite d'objectifs de développement durable, de services aux membres et d'intérêt général	Les statuts assurent une non-appropriation directe ou indirecte des richesses produites par des personnes physiques. Aussi bien dans le cadre de l'organisation de voyages en France et à l'étranger que dans celui de la gestion d'installations de vacances et de tourisme, la volonté d'insertion non perturbatrice dans le milieu local est clairement exprimée, et un partenariat réel est recherché avec les acteurs ou les opérateurs locaux.

Source : Charte de l'UNAT, Juin 2002

Cette charte stipule que le TSS poursuit un projet d'intérêt général visant à rendre accessible les vacances, le tourisme et les loisirs au plus grand nombre et à favoriser le développement local ou l'aménagement du territoire à travers l'emploi. Ce projet se caractérise par des activités proposées créatrices de lien social, intégrant des objectifs éducatifs ou culturels respectueux des personnes et par la volonté de brassage social et d'accueil des publics sans aucune discrimination, avec une attention particulière portée sur les personnes en situation d'handicap.

Ainsi, en créant un impact positif sur la cohésion sociale et l'environnement, et en servant l'intérêt général, le secteur du TSS répond à des objectifs d'utilité sociale. La figure 2 illustre parfaitement l'utilité sociale du tourisme social (et solidaire) :

Figure 2 : L'utilité sociale du tourisme social

Tourisme social Utilité sociale	Accès aux vacances	Entrepreneuriat social	Respect et valorisation des ressources
• Réduction des inégalités	• Promotion du droit aux vacances • Prix accessibles • Accompagnement des premiers départs	• Respect du droit du travail • Convention collective spécifique favorable	• Implantations en zones délaissées (rural et moyenne montagne)
• Solidarité, sociabilité	• Mixité sociale • Convivialité • Péréquation tarifaire	• Gouvernance associative	• Ouverture à la vie locale, activités de découverte du territoire • Tourisme équitable et solidaire
• Développement humain durable	• Animations et activités épanouissantes • "Ricochets" ⁽¹⁾ post-séjour (santé, mobilité, insertion dans la vie sociale...)	• Patrimoine touristique immobilier transmissible aux générations futures	• Partenariats nationaux et locaux • Respect de l'environnement

Source : G. Caire, Janvier-Février 2013

En résumé, le TSS repose sur trois principes directement liés à l'utilité sociale :

- Réduire les inégalités en promouvant le droit aux vacances pour tous dans les zones isolées du tourisme, grâce à des tarifs abordables.
- Encourager la solidarité et la sociabilité en favorisant la mixité sociale, la convivialité et la péréquation tarifaire tout en s'ouvrant à la vie locale et aux activités de découverte du territoire.
- Soutenir le développement humain durable par des programmes d'animation et de loisirs, le respect de l'environnement et des partenariats nationaux et locaux.

Après avoir listé les principes, nous allons désormais explorer les ambitions et les valeurs du tourisme social et solidaire.

Pour identifier les ambitions et les valeurs du TSS, un groupe de chercheurs (G. Caire, J-P. Ceron, B. Guesnier, E. Jahan, C. Lemaignan, P. Le Masne, J-F. Simon, M-F Valette) a analysé le contenu des déclarations de Vienne et de Montréal et à dégager dix thèmes, classés dans la figure 3 ci-dessous. Ces thèmes ont contribué à façonner le « projet » du TSS, qui s'articule autour de trois ambitions :

- Assurer l'accès aux vacances au plus grand nombre.
- Développer un projet humaniste, social et solidaire.
- Encourager l'intégration des structures d'hébergement et leurs activités sur le territoire.

Figure 3 : Comparaison synthétique du contenu des deux déclarations de l'OITS

Déclinaisons du Projet	BITS - Déclaration de Vienne 1972 « le tourisme pour tous les travailleurs »	BITS – Déclaration de Montréal 1996 « le tourisme, faiseur de société »
(1) Démocratisation du tourisme	- « l'accès au tourisme, un droit inaliénable » (art. 1)	- « l'ambition première est l'accès aux loisirs touristiques pour tous » (art. 1) - rappel du « droit au repos, au temps libre, à une limitation des heures de travail et à des congés payés » de la Déclaration de 1948 (art. 1) - « lutte contre les inégalités et l'exclusion » (art. 3)
(2) Les vacances facteur d'épanouissement personnel	- « épanouissement physique et spirituel » (art. 2), - le tourisme, temps le plus « propice à l'accomplissement individuel et familial » (art. 2)	- « épanouissement de l'être humain » (art. 2) - « enrichissement par la découverte, les activités physiques, la rencontre, les responsabilités assumées » (art. 4)
(3) Les vacances créatrices de lien social	- « maturation humaine », « prise de conscience de l'unité profonde de l'humanité » (art. 3) - élément incontournable de toute politique sociale (art. 8) - « avantages pour la communauté » de la politique sociale du tourisme (art. 8)	- « épanouissement en tant que citoyen » (art. 2) - « le tourisme social est facteur de cohésion sociale » (art. 4) - « les apports doivent être bénéfiques à toute la communauté » (art. 6)
(4) Place sociétale du tourisme (travail, consommation)	- le tourisme n'est pas une « antidote du travail », « ne peut dédouaner la société industrielle de ses tendances à l'aliénation de l'individu » (art. 4) - « étalement des vacances » (art. 11)	« le mot social signifie davantage de solidarité, de fraternité et d'espoir pour tous ceux si nombreux encore en attente de temps libre dans le monde » (art. 13)
(5) Solidarité internationale	- généralisation du Droit au tourisme aux « masses » (art. 5)	- « le tourisme social, partenaire des programmes de développement mondial » (art. 11 et 12)
(6) Tiers secteur	- « ni un encadrement politique d'Etat, ni la commercialisation à outrance des loisirs » (art.6) - « intervention pluraliste des organismes libres, émanation directe de la population » (art. 7) - coopération avec les « organisations des travailleurs, des consommateurs et des familles » (art. 9)	- « partie prenante de l'économie sociale et solidaire » (art. 5) - « initiatives modestes ou projets de masse » (art. 3) - « concours d'organisations sociales, de mouvements familiaux et de jeunesse » (art. 12) - « exigences de compétence, de rigueur et de performance » (art. 7)
(7) Promotion du rôle économique du tourisme	Aucune référence	- « une chance économique exceptionnelle ; facteur de puissance économique » (art. 5)
(8) Droits sociaux des travailleurs du tourisme	Aucune référence	- « droits fondamentaux des personnes employées » (art. 6) - « respect des lois sociales ; formation continue » (art. 14)
(9) Respect des valeurs des sociétés d'accueil	Aucune référence	« volonté d'insertion non perturbatrice dans le milieu local » (art. 14)
(10) Développement durable / protection de l'environnement	Aucune référence	- « le développement durable comme option de référence » (art. 8) - « respect de l'environnement » (art. 10)

Source : G. Caire, J-P. Ceron, B. Guesnier, E. Jahan, C. Lemaignan, P. Le Masne, J-F. Simon, M-F Valette, Novembre 2005

Tout d'abord, le TSS prône l'accès aux vacances pour tous grâce à une tarification abordable. Il s'agit d'un véritable enjeu dans notre société car partir en vacances est devenu la norme et celui qui ne part pas en vacances risque l'exclusion sociale. Or depuis 1994, le nombre de personnes à partir en vacances diminue et surtout les écarts se creusent et les inégalités se renforcent. L'OITS s'inscrit dans cette ambition avec sa volonté de rendre effectif le droit aux vacances pour tous, sans aucune forme de discrimination. Son action inclut spécifiquement les catégories sociales défavorisées en termes de revenus tels que les jeunes, les chômeurs et les travailleurs aux revenus faibles, ainsi que les familles nombreuses ou monoparentales et les personnes souffrant d'un handicap physique et/ou mental. L'Organisation Mondiale du Tourisme a également pris en compte l'importance de cette ambition puisqu'elle a élaboré le Code Mondial d'Éthique du Tourisme en 1999. Ce code énonce que « *le tourisme des familles, des jeunes et des étudiants, des*

personnes âgées et des handicapés doit être encouragé et facilité » et reconnaît le rôle spécifique du TSS : « *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* ».

Ensuite, le TSS a pour ambition de construire un projet humaniste, social et solidaire pour améliorer le bien-être personnel et la cohésion sociale. Les déclarations de Vienne et de Montréal justifient la priorité donnée au départ en vacances pour tous car les effets des vacances sont multiples.

Premièrement, elles favorisent l'épanouissement et le développement personnel pour la personne concernée. Pour la Déclaration de Montréal, les vacances sont un facteur « *d'épanouissement de l'être humain* » (article 2), offrant « *des moments et des occasions privilégiés d'enrichissement des 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* » (article 4). Le TSS « *s'adresse à toutes les classes et à tous les âges* » (article 5), en « *luttant contre les inégalités et contre les exclusions de tous ceux qui ont une culture différente, des moyens financiers limités, des capacités physiques restreintes ou habitent un pays en développement* » (articles 3). Le TSS adopte une approche éducative en développant un projet pédagogique pour les enfants et des programmes d'activités de découverte culturelle, tout en veillant à respecter la liberté de choix des activités de loisirs. Le TSS s'efforce également de réduire les inégalités entre les hommes et les femmes, en proposant la pension complète et la garde des enfants. Cela permet aux femmes, notamment celles issues des classes populaires, de se reposer et de profiter pleinement de leurs vacances (F. Soulage, préface de l'ouvrage de J. Chauvin, 2002).

Deuxièmement, les vacances sont vectrices de lien social et de mixité entre les populations touristiques et locales. Pour la Déclaration de Vienne, « *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 génère « *des avantages pour la communauté* » (article 8). Tandis que pour la Déclaration de Montréal, « *le tourisme social est facteur de cohésion sociale* » (article 4). L'OITS, elle, considère que le tourisme présente des avantages non seulement pour les touristes, mais aussi pour la société en matière d'externalités socio-économiques positives. Selon cette organisation, le tourisme est vecteur de capital social en termes de citoyenneté, de valeurs partagées, de sociabilité, de sentiment d'appartenance à une communauté, tout comme il peut stimuler la performance économique. Le TSS, à travers les auberges de jeunesse et les séjours linguistiques par exemple, contribue à promouvoir la paix sociale, la compréhension et les rencontres entre des personnes d'origines ethniques différentes.

Enfin, le TSS soutient le développement durable de l'hébergement touristique en tenant compte des particularités environnementales et socioculturelles de la destination d'implantation. Après le

sommet de Rio de 1992, l'Organisation Mondiale du Tourisme et l'UNESCO ont commencé à promouvoir un tourisme durable ou responsable à partir de 1995. Cette approche préconise un tourisme respectueux de l'environnement à long terme, économiquement viable et socialement équitable pour les populations locales. Cette nouvelle perspective est intégrée dans la Déclaration de Montréal en 1997 (article 8) : « *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* ». Cependant, il est important de noter que le TSS ne se limite pas à une simple tendance à la mode ou à une opportunité relative. En plus de chercher à créer une valeur économique et une équité sociale, ce type de tourisme a également une histoire marquée par une volonté de s'enraciner localement et par une diversité géographique dans ses implantations. Il est également crucial de prendre en compte les impacts du TSS sur l'environnement naturel, le paysage local et le changement climatique, qui sont encore largement minimisés.

En conclusion, le TSS joue un rôle essentiel dans la démocratisation des vacances, des loisirs et de l'accès à la culture, en particulier pour les plus démunis. Il assure le droit aux vacances sans discrimination grâce à une tarification abordable, en mettant en avant ses spécificités et en proposant des contenus de séjour innovants. Le TSS favorise le lien social et la solidarité entre les vacanciers et les populations locales, tout en contribuant au développement durable. De plus, il participe au développement économique territorial en étroite collaboration avec les acteurs locaux. Ainsi, le TSS se présente comme un instrument puissant pour rendre les vacances accessibles à tous, tout en valorisant le vivre-ensemble et le développement des destinations.

1.1.3 L'offre et la demande du tourisme social et solidaire

Dans cette sous-partie, nous analyserons l'offre et la demande du TSS, puis nous mettrons en évidence leur évolution au fil du temps pour s'adapter au profil et aux attentes des vacanciers. Tout d'abord, nous allons nous pencher sur l'offre du TSS, qui compte six « lignes de produits touristiques » (J. Chauvin, 2002). Ces lignes représentent les établissements touristiques du TSS qui proposent différentes formes d'activités, en France ou à l'étranger, pour des groupes et des individuels :

- Les villages et résidences de vacances⁵, produits phare du TSS, qui accueillent principalement des familles et des groupes de retraités, de sportifs ou des séminaires. Des associations (VVF Villages, LVT, Renouveau, Cap France, Vacances pour tous, VAL,

⁵ Les villages de vacances sont le cœur de notre sujet : la deuxième partie de ce mémoire sera concentrée à leur analyse.

VTF, ANCAV-TT, RelaiSoleil et Azureva) et des mutuelles (Association de vacances de la Mutualité agricole, Mutuelle des Douanes et Vacancier) interviennent dans ce domaine.

Selon les personnes interrogées lors des entretiens exploratoires n°1 et n°2⁶, les villages de vacances sont considérés comme des lieux d'épanouissement, de rencontre et de partage, grâce à la présence d'animations et d'activités collectives. Ils proposent deux formules, offrant deux expériences de vacances différentes. D'une part, la pension complète ou la demi-pension, où le séjour est très encadré et où la dimension sociale est la plus facile à préserver, grâce à la restauration collective et aux animations. D'autre part, la formule locative, perçue comme plus individualiste, où les séjours sont moins encadrés et plus détendus : « *les gens prennent leur gîte, partent le matin, rentrent le soir et restent un petit peu chez eux.* »

- Les centres d'accueil de jeunes et de sportifs, qui comprennent des centres d'accueil international (FUAJ et LFAJ), le réseau UCRIF-Etapes jeunes, des séjours sportifs (UCPA et Glénans) et des refuges (Club Alpin).
- Les centres de vacances pour enfants et adolescents (Ligue de l'enseignement, UFCV et PEP), qui se distinguent des Centres de loisirs sans hébergement (CLSH). C'est la seule ligne qui n'est pas ouverte à la concurrence, en raison de la quasi-absence d'acteurs privés.
- Les classes de découverte (mer, patrimoine, neige et environnement) et les voyages scolaires.
- Les séjours linguistiques comme Thalassa et le Club des 4 vents.
- Les voyages à l'étranger destinés aux adultes (ARVEL, Deffontaine, Vacances bleues, TDS, Croq'Nature et Route des Sens).
- Les « associations relais » telles que JPA, Léo Lagrange, Vacances ouvertes, Confédération nationale des foyers ruraux, Fédération Française de camping-caravaning, Fédération Française de la randonnée pédestre, APF évason, ECPAT France, Culture et Liberté. Bien qu'elles ne soient pas impliquées dans la production touristique (gestion d'hébergements ou voyagistes), leur rôle d'éducation populaire, d'action sociale ou de regroupement d'usagers apporte un réel soutien matériel, humain ou informationnel aux vacanciers.

Par ailleurs, il est à noter que certaines associations sont actives sur plusieurs lignes. Par exemple, le service Vacances pour tous de la Ligue de l'enseignement intervient sur cinq des six lignes (hors vacances jeunes), tandis que VVF Villages dispose du service de Centres de vacances Okaya. Par ailleurs, plusieurs de ces acteurs opèrent de manière centralisée (VVF Villages, VAL, Renouveau, FUAJ et UCPA), d'autres sous forme de réseaux ou de fédérations d'associations indépendantes (LVT, Cap France et UCRIF) ou d'associations départementales (Vacances pour tous et PEP).

⁶Voir Annexe C

Ensuite, nous allons nous intéresser à la demande du TSS, c'est-à-dire aux types de clientèles que le secteur est en mesure d'attirer et de fidéliser, ainsi qu'à leurs attentes.

En principe, en adoptant une approche inclusive envers toutes les catégories de public, le TSS développe un modèle de solidarité dans lequel les personnes solvables permettent d'accueillir les plus modestes. La mixité des publics au cœur du projet associatif a donc une finalité à la fois sociale et économique dans le fonctionnement des structures. L'une des priorités du TSS est d'adapter son offre aux clientèles cibles, c'est-à-dire de développer sa capacité à accueillir des personnes éloignées des vacances, disposant de peu de possibilités de séjours dans le tourisme classique. Ses principaux segments de clientèle sont donc les jeunes, les familles (en particulier les familles monoparentales) et les personnes à faibles revenus. Elle s'adresse également aux personnes âgées (notamment en perte d'autonomie), aux personnes à capacité physique réduite (personnes handicapées ou souffrant de maladies chroniques), aux aidants familiaux et aux migrants.

Les villages de vacances sont un parfait exemple de mixité sociale car ils accueillent aussi bien des personnes qui ont les moyens de partir en vacances et qui se retrouvent pleinement dans leurs conditions de séjours, que des personnes solvabilisées par des acteurs sociaux et qui ont accès à la même prestation (entretiens exploratoires n°1 et n°2).

Selon une étude réalisée par l'UNAT auprès des vacanciers des villages de vacances associatifs, le portrait type de leur clientèle se dessine comme suit : il s'agit d'une femme âgée de 36 à 45 ans, en couple, sans enfant de moins de 15 ans, résidant en France et exerçant la profession d'employée. En général, cette personne effectue un seul séjour touristique dans l'année (dans le village de vacances concerné), elle n'est pas bénéficiaire d'aide financière, n'utilise pas partiellement ou totalement des vacances pour régler son séjour et a déjà effectué dans le passé un séjour dans le réseau. Enfin, elle attribue une note de satisfaction de 8 sur une échelle de 0 à 10 à son séjour. Bien entendu, il s'agit d'une situation fictive car aucune des personnes interrogées ne correspond à l'ensemble de ces caractéristiques. C'est un profil moyen reconstitué sur la base des personnes interrogées.

Cependant, au cours des dernières décennies, le profil des vacanciers a évolué en fonction des catégories socioprofessionnelles. Avant 1980, les villages de vacances s'adressaient principalement aux classes moyennes ouvrières, puis marginalement aux retraités. Mais après 1980, une nouvelle tendance se dessine : les trois quarts des vacanciers sont désormais des cadres supérieurs, des professions intermédiaires et des employés, représentant les classes moyennes d'aujourd'hui. Tandis que les classes ouvrières sont sous-représentées, représentant les « nouveaux exclus » du TSS, préférant des formules moins onéreuses comme l'hôtellerie de plein air (tentes, mobil-homes), l'hébergement chez des proches (familles et amis), des particuliers (Airbnb) ou en résidence de tourisme (G. Caire et alii, 2007). Ainsi, on compte à peine une famille ouvrière sur vingt dans les villages de vacances aujourd'hui, contre une sur trois en 1969.

Les retraités, quant à eux, deviennent la première clientèle des villages de vacances sous le double effet de la demande :

- Un effet-revenu : ils ont des revenus plus élevés que ceux de la moyenne des salariés (c'était l'inverse jusqu'aux années 1980).
- Un effet générationnel : ils ont une longue pratique du départ en vacances (contrairement aux retraités des années 1960 et 1970).
- Un effet d'offre : développement des offres de groupes en hors saison par les villages de vacances pour mieux amortir leurs équipements.

Toutefois, les cadres supérieurs sont en effectif plus restreint et la sous-représentation des ouvriers est moins marquée que dans les autres structures d'accueil. En dehors des retraités et des individuels, la population des villages de vacances est assez représentative de la population des vacanciers. Paradoxalement, malgré une moindre accessibilité pour les personnes à revenus modestes, l'ambition de mixité sociale des vacanciers au sein des villages de vacances semble mieux atteinte qu'avant les années 1980.

D'autre part, les villages de vacances ont su diversifier leur clientèle en accueillant des groupes, constituant ainsi une nouvelle cible. Parmi ces groupes figurent des publics solvabilisés comme les colonies de vacances et les classes de mer, ainsi que des publics solvables comme les sportifs (randonneurs, cyclistes) et les séminaires d'entreprise. Les offres proposées à ces différents groupes sont personnalisées et attrayantes, comme en témoigne leur volonté de revenir pour d'autres séjours. En fidélisant une clientèle non traditionnelle et en proposant des séjours adaptés au public cible, les villages de vacances marquent un renouveau du TSS et de son modèle économique.

Parallèlement, ces établissements continuent d'accueillir les familles, surtout pendant les périodes scolaires, représentant près de 30% de leur clientèle annuelle. Cependant, avec l'essor de l'hôtellerie de plein air et leur recours accru à des dispositifs de subventionnement, ils enregistrent une baisse significative de la fréquentation familiale, dont les personnes éloignées des vacances.

Par ailleurs, de nouvelles attentes émergent chez les vacanciers, incitant les structures d'accueil à ajuster leur offre et leur organisation. Depuis quelques années, on observe une tendance croissante vers des séjours courts, généralement inférieurs à une semaine. Cette évolution s'explique par plusieurs facteurs, notamment la réduction des coûts de séjour grâce à des durées plus courtes, une multiplication des petits séjours (voyager plus souvent mais moins loin et moins longtemps) et l'impact global de la numérisation du secteur touristique. En effet, le modèle des plateformes et des réseaux sociaux favorise une approche basée sur l'instantanéité, modifiant ainsi notre perception du temps, y compris celui nécessaire à l'anticipation. Pour compenser la fragmentation et la réduction de la durée de séjours, les vacanciers aspirent à un rythme soutenu d'activités. Ils expriment un intérêt grandissant pour des séjours thématiques, nécessitant une préparation spécifique en termes d'activités axées sur le bien-être, la gastronomie, la culture, etc. Ils sont

également de plus en plus soucieux de privilégier une alimentation végétarienne, respectueuse de l'environnement et d'origine locale (entretien exploratoire n°2).

Une étude menée conjointement par l'UNAT et le centre régional du Tourisme de Bretagne sur les attentes des touristes confirme cette tendance au raccourcissement des séjours. L'étude met également en évidence les représentations contrastées qu'ont les vacanciers des séjours à l'étranger, perçus comme « mémorables et uniques » et des séjours en France, considérés comme plus « récréatifs et faciles ». Puis, elle identifie les principales attentes des vacanciers sur différents thèmes tels que la détente et la relaxation, le dépaysement et la déconnexion, la découverte et l'enrichissement, le divertissement et les loisirs, la convivialité et le partage, le confort et le bien-être, le retour à la nature, les sports et les sensations. Les nouvelles attentes en matière de tourisme sont clairement orientées vers le fait de prendre son temps, de donner du sens à ses vacances, de privilégier les activités de plein air, de choisir des hébergements privés et de rechercher la nature et les grands espaces. Les touristes expriment aussi le désir d'un tourisme plus responsable, en accordant une attention particulière au respect de l'environnement dans le choix des activités et des hébergements, en favorisant les circuits courts, en limitant la production de déchets et en optant pour des transports moins polluants. Enfin, l'étude suggère de valoriser les séjours en France en les rendant inoubliables et dépayés, en privilégiant la simplicité et l'authenticité, en donnant de la valeur et du sens aux séjours et en mettant en avant les sources de plaisir plutôt que les contraintes.

En définitive, l'offre du TSS est en pleine mutation pour répondre aux nouvelles aspirations des vacanciers et à l'évolution démographique du public accueilli. Cette offre doit être adaptée aux profils des clientèles, plus flexible et plus axée sur la détente, la convivialité, la découverte du territoire et le respect de l'environnement. Selon le répondant de l'entretien exploratoire n°3⁷, le critère qui motive principalement les individus à choisir ce type de tourisme est la volonté de consommer local et de contribuer ainsi à l'économie du territoire visité. Par exemple, en apprenant à tourner la galette sur le billig en Bretagne, en s'imprégnant de la culture locale, en rencontrant les acteurs locaux (restaurateurs, producteurs, commerçants), les vacanciers ont le sentiment que leur séjour touristique a un impact positif sur la communauté environnante.

1.1.4 La mise en concurrence avec le secteur marchand

Dans cette sous-partie, nous examinerons le contexte dans lequel le secteur du TSS s'est retrouvé en concurrence avec le secteur marchand, les caractéristiques communes aux deux secteurs et la manière dont le TSS parvient à se distinguer.

Jusqu'au début des années 1980, le secteur du TSS n'était pas en concurrence avec le secteur marchand : ils ne ciblaient pas les mêmes segments de clientèles mais étaient complémentaires et en forte croissance. Par conséquent, il n'y avait pas de pénurie d'offres d'hébergements.

⁷ Voir Annexe C

Cependant, les années 1980 marquent un nouveau tournant pour le secteur du TSS, conduisant à une entrée en concurrence et une déstabilisation face au monde marchand. Ceci est dû à un contexte défavorable caractérisé par :

- Une baisse des financements publics due à la contraction massive des subventions de l'État, à un redéploiement des CAF vers les centres de loisirs sans hébergement et à un déclin des moyens des CE.
- La non-priorisation du départ en vacances en raison d'une persistance du chômage, de l'exclusion sociale et d'une limitation des dépenses.
- Des pouvoirs publics favorables au tourisme récepteur pour maximiser les retombées économiques, entraînant une préférence pour les clientèles aisées.
- Une stagnation du pouvoir d'achat et une hausse des charges des salariés, causées par une profonde mutation de la demande, plus exigeante et individualiste, réduisant et fractionnant la durée des séjours.
- Une concurrence du secteur marchand qui s'intéresse aux CE.

Ce contexte a eu des conséquences désastreuses pour le secteur du TSS, entraînant la disparition de trois organisations majeures - Tourisme et Travail, Léo Lagrange et l'OCCAJ - et le rapprochement du TSS et du tourisme commercial par un processus d'isomorphisme institutionnel⁸. Cet isomorphisme institutionnel revêt trois formes : un isomorphisme coercitif dû à la pression exercée par la réglementation et l'attribution d'aides publiques et paritaires ; un isomorphisme mimétique caractérisé par une uniformisation des réponses, via la copie de formules « à succès » dans un contexte d'incertitude et de rationalité limitée ; et un isomorphisme normatif défini par l'influence de l'expertise et de la professionnalisation.

En définitive, on assiste à une pression concurrentielle accrue sur le marché touristique : la part de marché du TSS représente à peine 5 % des nuitées marchandes (sachant qu'elle est la plus élevée d'Europe), alors que les associations gèrent près de 50 % des établissements sociaux et médico-sociaux.

Cette concurrence naissante entre le TSS et le tourisme marchand est particulièrement visible dans les villages de vacances. Premièrement, les villages de vacances associatifs et lucratifs s'adressent désormais à la même clientèle cible, plus aisée. Le profil des vacanciers ayant considérablement évolué en termes de catégorie socioprofessionnelle, les villages de vacances du TSS attirent davantage les cadres supérieurs, les professions intermédiaires et les employés que les ouvriers, qui privilégient des formules de séjour plus économiques.

En second lieu, on assiste à une uniformisation des offres entre le TSS et le tourisme commercial. Les villages de vacances associatifs proposent désormais une offre d'activités sportives

⁸ Théorie développée par Paul DiMaggio et Walter W. Powell. « *L'isomorphisme institutionnel analyse la convergence de comportements entre des organisations appartenant à un même champ.* » Les auteurs font référence à un processus d'homogénéisation dans la structure, la culture et le produit de ces structures.

comparable à celle des villages de vacances marchands, s'adaptant à la demande avec un plus grand choix d'activités, plus de confort et moins de contraintes (horaires des repas, durée des séjours, etc.). Tandis que les villages de vacances marchands proposent des séjours à bas prix et des actions d'animations collectives et de garde d'enfants, inspirées du modèle des villages de vacances associatifs.

Troisièmement, le TSS se rapproche du tourisme marchand en matière de financement, en raison d'une baisse considérable des subventions allouées aux organisations du TSS et de la priorité donnée à l'aide financière (aide à la personne) au détriment de l'aide matérielle (aide à la pierre). Le système des chèques vacances en est une parfaite illustration. Conçu à l'origine par les acteurs du TSS comme un élément de démocratie sociale et d'équité dans l'accès aux vacances, le chèque vacances n'atteint généralement pas cet objectif en termes d'utilisation. En effet, seuls 40% des détenteurs de chèques vacances déclarent qu'ils seraient partis en vacances grâce à cette aide financière (Gilles Caire, 2007). Si le dispositif est une réussite économique et sociale avérée, il présente un certain nombre de limites : il implique très peu de départs en vacances et est davantage utilisé pour des loisirs de proximité (cinéma, restaurants, etc.) ; il est lié à l'emploi, excluant ainsi une partie de la population tels que les chômeurs, les retraités et les étudiants ; ses conditions d'attribution et d'abondement sont très inégalitaires, variant selon la taille de l'entreprise, ses ressources, son engagement social et la présence ou non d'un CE ; sa diffusion auprès des PME (Petites et Moyennes Entreprises) est encore très marginale ; il est basé sur un effort contributif préalable, ce qui le rend peu accessible aux ménages modestes et l'abondement étant proportionnel à cet effort, il a quasiment un effet anti-redistributif ; il ne permet pas de distinguer le TSS et le tourisme commercial.

Enfin, le secteur du TSS converge vers le secteur du tourisme marchand, en adoptant une approche plus commerciale de sa gestion. D'un point de vue économique, le TSS est « *soumis aux mêmes exigences de compétences, de rigueur et de performance* » que les acteurs du tourisme marchand, car « *la poursuite d'un objet social est directement dépendante d'une gestion exemplaire et de l'amélioration des résultats* » (article 7, Déclaration de Montréal). Pour cause, le profil des dirigeants du TSS a été transformé par la professionnalisation de ce secteur, qui exige des compétences en termes de rigueur, d'éco-tourisme et de connaissance du « client », similaires à celles requises dans le secteur marchand. Ces compétences sont nécessaires pour répondre à l'évolution de la demande et pour concurrencer le tourisme commercial. La seule différence entre les deux secteurs réside dans le fait que les managers du TSS ont une « fibre militante sociale ».

Parmi les acteurs lucratifs existants, les structures du TSS sont fortement concurrencées par l'hôtellerie de plein air et les campings « pas chers ». Ces établissements sont actuellement en pleine mutation en France, avec d'importants regroupements entraînant un renforcement de leur poids économique. De plus, les fonds de pension manifestent un intérêt croissant pour investir dans ces types d'équipements (entretien exploratoire n°1), étant donné qu'ils offrent des formules

de séjour de qualité à des tarifs abordables. Ils proposent notamment des hébergements à prix réduits (tentes, bungalows, mobil-homes), des installations et des services adaptés au budget des vacanciers (piscines, aires de jeux, terrains de sport et espaces de détente), ainsi que des activités gratuites ou à bas coût pour découvrir la nature environnante. De ce fait, ces opérateurs se positionnent de plus en plus comme des acteurs du TSS, entraînant une certaine confusion entre les secteurs du TSS et du tourisme marchand (entretien exploratoire n° 1).

En revanche, le TSS parvient à se démarquer du secteur marchand grâce à ses valeurs de mixité sociale, qui sont une vraie valeur ajoutée sociale sur le plan relationnel entre les populations locales, les vacanciers et le personnel (entretien exploratoire n°1).

De plus, le TSS conserve son avantage sur le tourisme commercial en termes d'accessibilité financière, avec des prix en moyenne 20 à 30 % moins élevés selon l'UNAT. Les écarts de prix entre la basse et la haute saison et entre les destinations sont plus resserrés, et les prix pour les enfants sont moins élevés. L'offre du TSS est donc la plus abordable pour les ménages modestes ayant des enfants scolarisés, qui peuvent utiliser des chèques vacances ou des bons vacances pour payer leur séjour. Cependant, il est important de souligner que la tarification abordable et l'accessibilité du TSS à tous ne doivent pas conduire à une dévaluation des prestations proposées sous prétexte que c'est du tourisme social. Pour ce faire, les structures du TSS doivent trouver un équilibre entre les prestations payantes et non payantes, afin de maintenir la qualité de leur offre (entretien exploratoire n°3).

Par ailleurs, les associations du TSS affichent une lucrativité nulle, limitée ou encadrée. En d'autres termes, elles visent à dégager des excédents financiers, non pas pour distribuer des dividendes aux actionnaires comme le font les acteurs marchands, mais pour les réinvestir dans l'activité (sauvegarde, entretien du patrimoine bâti et création de nouveaux équipements), selon les principes de l'économie redistributive (entretien exploratoire n°1). Par exemple, le parc d'hébergement est régulièrement rénové pour s'adapter à l'évolution des attentes des clientèles. Cette démarche vise à maintenir l'activité et à assurer la pérennité de la structure.

Les structures du TSS se distinguent aussi par la diversité et l'attractivité de leur offre : elles sont les seules à offrir un service « complet » comprenant le transport, l'hébergement, la restauration et diverses activités (sport, culture, animation). Cependant, le nombre de participants reste faible en raison de la fragmentation des structures, du manque de ressources financières et du caractère informel de l'organisation des séjours, basée sur le bénévolat, le militantisme et la sociabilité.

En conclusion, les libéraux critiquent la concurrence déloyale exercée par le TSS, à travers l'isomorphisme institutionnel imposé par un contexte d'incertitude. Les structures du TSS, au contraire, considèrent cette question comme légitime car elle leur permet de comparer les résultats aux objectifs et de redéfinir leur projet face à « *une dérive ambiguë vers le para-commercialisme* » (Froidure, 1997). Elles tentent de s'adapter à l'évolution des publics, des produits, des aides au départ et aux modes de gestion, tout en gardant leurs services de base.

1.2 Un tourisme au service des hommes et du développement des territoires

Dans cette seconde partie, nous verrons que le TSS agit au service des hommes et du développement des territoires. Les établissements du TSS s'efforcent de trouver un équilibre entre l'accessibilité des vacances pour tous, le respect des territoires d'accueil, de leurs habitants et de l'environnement. Ces structures s'engagent à rendre les vacances accessibles au plus grand nombre, en proposant des tarifs justes et adaptés. Elles mettent en avant une offre touristique axée sur la découverte du patrimoine local, tout en minimisant l'impact écologique de leurs activités. De plus, elles favorisent la mixité sociale et les liens entre les vacanciers et les populations locales, renforçant ainsi le tissu social des territoires visités. En agissant ainsi, elles promeuvent une approche raisonnée, humaniste et socialement responsable des activités de tourisme et de loisirs.

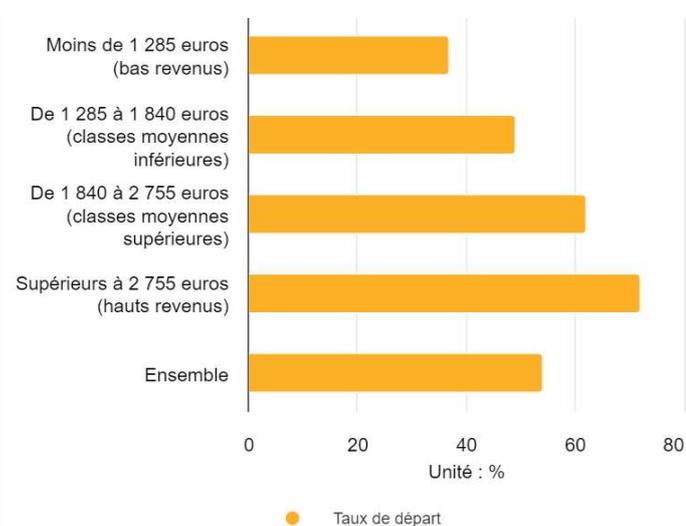
1.2.1 Droit aux vacances pour tous

Dans cette section, nous nous concentrerons sur l'engagement du TSS à faire du droit aux vacances une réalité pour tous.

D'après le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie (CREDOC), 58 % des français déclaraient partir en vacances en 2002. Depuis le début des années 2000, ce taux a connu une évolution limitée et a même baissé en 2020 en raison de la pandémie du Covid-19. Actuellement, le taux de départ en vacances se situe à 54 % (données de 2022).

Toutefois, des disparités significatives sont constatées selon les niveaux de revenus (figure 4). En effet, 72 % des individus les plus aisés (revenus supérieurs à 2 755€) partent en vacances au moins une fois par an (contre 84 % en 2002), tandis que ce taux n'est que de 37 % pour les personnes les plus modestes (revenus inférieurs à 1 285 €) en 2022 (contre 41 % en 2002). Parmi ceux qui renoncent à partir en vacances, la moitié le fait en raison de contraintes financières.

Figure 4 : Les départs en vacances selon le niveau de vie

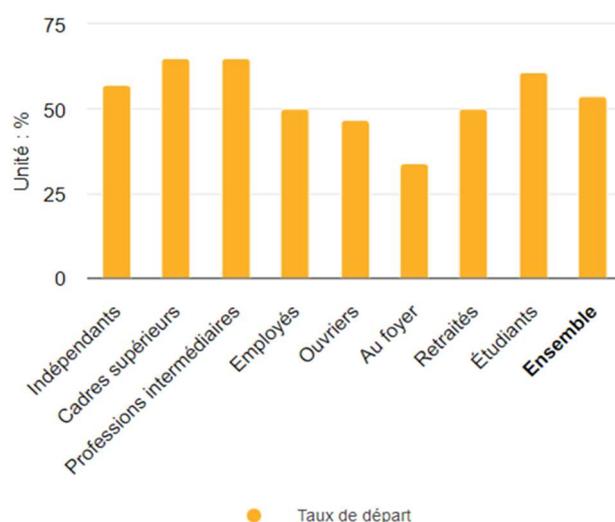


Source : CREDOC, Janvier 2022

Les principales raisons qui empêchent généralement les individus de partir en vacances sont donc le manque de moyens financiers et le niveau de revenus. Les coûts liés au transport, à l'hébergement et aux activités sont souvent élevés, ce qui rend difficile pour de nombreux ménages de rassembler les ressources nécessaires pour voyager. Par exemple, pour un couple avec deux enfants, le coût d'une semaine de location équivaut au moins à la moitié d'un salaire au SMIC, ce qui dépasse largement le budget des personnes aux revenus les plus faibles. De plus, certaines familles ne bénéficient pas d'une aide financière suffisante pour les vacances, ce qui limite encore leur capacité à partir.

Les inégalités de départ en vacances sont aussi visibles au sein des différentes classes sociales (figure 5). Selon les statistiques du CREDOC, en 2022, 65 % des cadres supérieurs et des professions intermédiaires partaient en vacances, contre 47 % pour les ouvriers. Ainsi, plus on est haut placé dans l'échelle sociale, plus on a de chances de partir en vacances. Cette tendance s'explique non seulement par le fait que les classes supérieures disposent généralement de revenus plus élevés, mais aussi par le fait que les voyages font partie intégrante de leur mode de vie. Les personnes privilégiées ont souvent eu l'occasion de voyager avec leurs parents dès leur plus jeune âge, ce qui leur a donné le goût de l'évasion et une certaine aisance à l'étranger (meilleure maîtrise des langues étrangères).

Figure 5 : Les départs en vacances selon la catégorie sociale

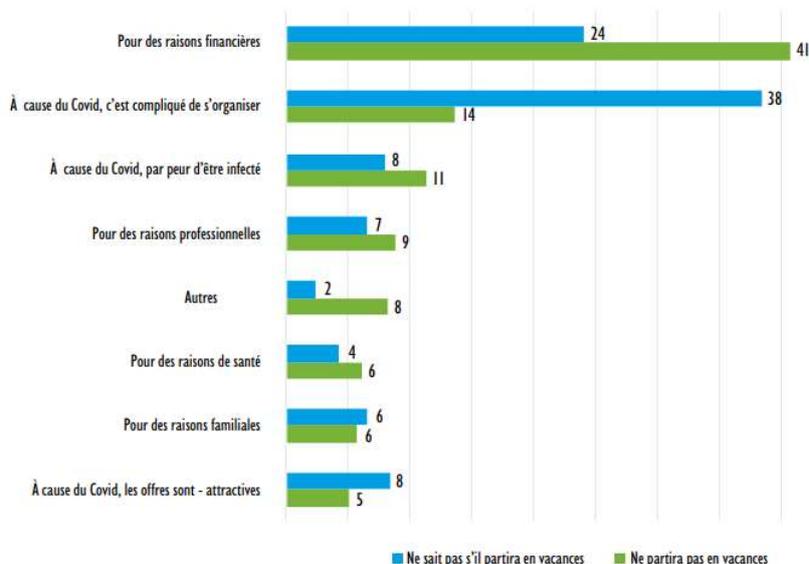


Source : CREDOC, Janvier 2022

Outre les contraintes financières, les raisons de non-départ en vacances (figure 6) sont variées. Environ 30 % des personnes rencontrent des difficultés liées à la pandémie de Covid-19, que ce soit pour des questions d'organisation (14%), de la crainte d'une infection (11%) ou d'offres moins attractives (5%). Pour 9 % des individus, des raisons professionnelles sont mises en avant, notamment pour les travailleurs précaires qui ont du mal à obtenir des périodes de congés. De même, les indépendants les plus modestes hésitent à s'arrêter de travailler pour des vacances, car cela entraînerait une perte de revenus considérable. Tandis que pour certains jeunes, les vacances sont l'occasion de travailler et de financer leurs études. De plus, environ 6 % des personnes

rencontrent des difficultés liées à leur santé, telles qu'une maladie grave, un handicap ou une perte d'autonomie due à l'âge, rendant les déplacements difficiles. Par ailleurs, 6 % des personnes évoquent des raisons familiales, comme le devoir d'assister une personne âgée.

Figure 6 : Les raisons du non-départ en vacances (en %)



Source : CREDOC, enquête Conditions de vie et aspirations des français, Mai 2021

En somme, les barrières psychologiques, culturelles et sociales jouent un rôle significatif, notamment chez les personnes en situation précaire qui s'autorisent difficilement à partir en vacances. Cela est en partie dû au fait que la société véhicule l'idée que seuls ceux qui travaillent ont droit à des vacances.

En résumé, il existe plusieurs défis à relever pour augmenter le nombre de départs en vacances. Cela implique de lutter contre la fracture touristique en garantissant l'accès aux vacances pour tous, de combattre les préjugés persistants, et d'offrir un soutien social aux personnes qui ne partent pas en vacances, en les accompagnant dans la planification d'un éventuel départ.

Les vacances revêtent une importance cruciale pour les structures du TSS, car elles présentent de nombreux avantages. Elles renforcent les liens familiaux et maintiennent les relations sociales. Elles jouent également un rôle essentiel dans la réduction du sentiment de solitude, notamment pour les personnes vivant seules. Enfin, partir en vacances améliore la perception du statut social personnel : à revenu égal, les français se sentent plus « riches » lorsqu'ils ont la possibilité de partir en vacances.

Les acteurs nationaux tels que l'État, les acteurs sociaux, les opérateurs du TSS et l'OITS considèrent ces enjeux comme prioritaires. Leur objectif est de promouvoir un tourisme accessible à toutes les catégories de la population (notamment celles qui font face à des contraintes financières ou sociales), tout en favorisant une collaboration entre le secteur public et privé.

L'État joue un rôle essentiel dans la promotion des vacances pour tous, en développant des

stratégies spécifiques pour chaque segment de la société, en étroite collaboration avec les collectivités territoriales. Ensemble, ces acteurs conçoivent et mettent en œuvre différentes politiques sociales de soutien aux vacances, en fonction des objectifs et des ressources financières de chacun. Ces politiques englobent un large éventail de mesures concrètes, telles que des programmes de soutien au développement d'établissements et d'infrastructures touristiques, ainsi que des aides financières individuelles comme les pécules de vacances, les bons-vacances et les chèques-vacances. En parallèle, des programmes d'action sociale ont été mis en place pour favoriser l'accès aux vacances de différents publics, comme les opérations Aides aux projets vacances, Bourse Solidarité Vacances, Seniors en Vacances, Départ 18-25 et Vacances apprenantes. Ces initiatives témoignent de la volonté de l'Etat de promouvoir des vacances accessibles à tous, garantissant ainsi une plus grande équité et une meilleure qualité de vie pour l'ensemble de la population. Par ailleurs, leurs efforts ont permis d'intégrer le droit aux vacances dans les politiques publiques :

- La Déclaration universelle des droits de l'homme (article 24, 1948) stipule que « *toute personne a droit au repos et aux loisirs, et notamment à une limitation raisonnable de la durée de travail et à des congés payés périodiques* ».
- Le Code mondial d'éthique du tourisme (1999) intègre des questions liées au droit au tourisme pour tous et au tourisme équitable, responsable et durable.
- La Charte des droits fondamentaux (article 31-2) garantit que « *tout travailleur a droit à une limitation de la durée maximale du travail et à des périodes de repos journalier et hebdomadaire, ainsi qu'à une période annuelle de congés payés* ».
- La Commission européenne (2010) a identifié quatre actions prioritaires pour le tourisme en Europe, visant à stimuler la compétitivité du secteur, à promouvoir un tourisme durable, responsable et de qualité, à consolider l'image de l'Europe en tant que destination durable et de qualité, et à exploiter pleinement le potentiel des politiques et des instruments financiers de l'Union européenne pour développer le tourisme.
- Le Préambule de la constitution (1946) « *garantit à tous, notamment à l'enfant, à la mère et aux vieux travailleurs [...] le repos et les loisirs* ».
- La Loi du 29 juillet 1998 (article 140) relative à la lutte contre les exclusions reconnaît l'importance du départ en vacances : « *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* ». Il s'agit de développer des infrastructures touristiques à caractère social et familial, d'organiser des vacances pour les personnes exclues et de leur permettre d'accéder aux activités artistiques, sportives et culturelles locales.

En outre, les autorités locales s'engagent activement à promouvoir les vacances pour tous sur leur

territoire, en mettant en place des politiques adaptées qui visent à assurer un développement touristique équilibré et à faciliter l'accès aux vacances pour l'ensemble de la population. Ces initiatives sont déployées à trois niveaux :

- La région. Les conseils régionaux définissent et accordent des aides aux établissements touristiques, tout en élaborant les objectifs du développement touristique régional via un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL). Ils organisent un Comité Régional du Tourisme, qui met en œuvre la politique touristique de la région et qui mène des actions de promotion touristique de la région en France et à l'étranger. De plus, la région contribue au maintien d'un parc diversifié et de qualité, favorise le départ en vacances pour le plus grand nombre, soutient l'emploi, la formation et la sécurisation des parcours professionnels, et encourage les initiatives en faveur de l'environnement.
- Le département. Les conseils départementaux élaborent un plan d'aménagement touristique au niveau départemental, qui prend en considération les orientations du SRDTL. Ils organisent un Comité Départemental du Tourisme, chargé de préparer et de mettre en œuvre la politique touristique du département. Puis, ils contribuent financièrement aux investissements liés à la modernisation et à la rénovation des équipements touristiques, ainsi qu'au soutien des activités de loisirs et des départs en vacances.
- Les communes et intercommunalités. Elles transfèrent la compétence tourisme à l'office de tourisme, qui assume des missions obligatoires (accueil et information des touristes, promotion touristique de la commune) et facultatives (commercialisation des services touristiques). Elles sont généralement propriétaires des établissements touristiques existants, elles participent au financement de la rénovation et au renforcement de l'offre touristique locale, valorisent l'offre proposée par les structures locales, et contribuent financièrement aux dispositifs d'aides aux vacances par l'intermédiaire des centres communaux d'action sociale.

En conclusion, le TSS s'engage à rendre effectif le droit aux vacances pour tous, en luttant contre les inégalités sociales persistantes en matière de vacances, basées sur les revenus et la classe sociale. L'État et les collectivités territoriales travaillent activement à l'accompagnement social des personnes défavorisées, en mettant en place des programmes d'aides spécifiques pour leur permettre d'accéder aux vacances. Ces initiatives témoignent de leur volonté de promouvoir une société plus juste et plus inclusive, où chacun peut pleinement profiter de son droit aux vacances.

1.2.2 Mixité et inclusion sociale des publics vulnérables

Dans cette sous-partie, nous aborderons le rôle du TSS dans la promotion de la mixité sociale et de l'inclusion des personnes fragilisées.

Les vacances ont avant tout une fonction d'inclusion sociale, comme le souligne l'historien André Rauch, qui voit dans les vacances « *un facteur majeur d'intégration sociale* ». Il attire l'attention sur le risque d'exclusion pour certaines catégories de la société, comme les jeunes, les personnes en situation de handicap et les personnes âgées, qui ne peuvent pas profiter de cette expérience.

Le TSS, en accord avec ses valeurs et ses principes fondateurs, s'engage résolument à relever cet enjeu social en rendant les vacances accessibles à tous et en favorisant la mixité des publics accueillis. Ces objectifs sont également partagés par l'UNAT :

« Notre principal objectif est de favoriser les départs en vacances. [...] Pour cela, certaines structures proposent des tarifs qui prennent en compte le quotient familial par exemple. Nous avons également des liens privilégiés avec les comités d'entreprise. [...] Dans nos structures, les personnes qui ont des difficultés à partir en voyage et celles qui n'en ont pas se côtoient. Nous favorisons ainsi le vivre-ensemble et la solidarité. » (M. Demessine, présidente de l'UNAT, 2019).

Pour atteindre ces objectifs, la présidente de l'UNAT explique que les établissements du TSS proposent des tarifs attractifs ajustés selon le quotient familial, et établissent des collaborations avec diverses entités comme les CE, les CAF, l'Agence Nationale des Chèques Vacances, les conseils régionaux et départementaux, et les structures locales. Ces mesures visent à apporter un soutien financier aux vacanciers en difficulté et à encourager la mixité sociale en réunissant des personnes d'horizons différents, qu'il s'agisse de publics familiaux, de salariés, de stagiaires, de saisonniers ou de permanents. Cette mixité des publics s'entend de différentes manières, allant de la mixité géographique à la mixité des conditions socio-économiques, des usages et des degrés d'autonomie des personnes. Cette approche est perçue comme une opportunité d'apprentissage collectif, d'enrichissement mutuel et de découverte de l'autre, car elle permet aux personnes rencontrant des difficultés financières de côtoyer celles qui n'en ont pas. Toutefois, l'objectif d'encourager la mixité sociale se heurte à un défi majeur : une diminution substantielle de l'affluence des classes moyennes, une situation bien éloignée de celle constatée il y a plus de 50 ans au lancement du TSS.

L'inclusion sociale des publics vulnérables est également promue par les efforts des établissements du TSS pour améliorer l'accessibilité de leurs installations aux personnes en situation de handicap, notamment en mettant en place des aménagements conformes aux normes PMR (Personne à Mobilité Réduite). Ils œuvrent également pour faciliter l'accès à l'emploi pour les personnes en difficulté, participant à leur insertion professionnelle et sociale. À titre d'exemple, certains centres de vacances accueillent et accompagnent des salariés en situation de handicap, favorisant ainsi une expérience de vie en communauté qui valorise la cohabitation malgré les différences et renforce le vivre-ensemble. De plus, comme souligné par le répondant de l'entretien exploratoire n°4⁹, les séjours dans les campings ou les villages de vacances favorisent l'inclusion des personnes en situation d'handicap, car elles participent aux activités du centre, aux soirées

⁹ Voir Annexe C

dansantes et aux cours d'aquagym, et se mélangent ainsi à d'autres groupes tels que les familles et les colonies de vacances.

Enfin, le TSS se distingue par son approche centrée sur la personne, offrant un accompagnement et un suivi personnalisés pour répondre aux besoins spécifiques de chaque individu ou famille. Cette approche requiert une formation spéciale du personnel pour assurer un accompagnement social et prendre en charge certaines particularités, notamment celles liées au handicap. Pour certains publics, partir en vacances peut être compliqué en raison des spécificités de leur situation, comme la mobilité réduite. D'autres publics expriment d'emblée le désir d'un accueil personnalisé. Le TSS vise ainsi à répondre durablement aux besoins d'une partie de la population qui serait autrement socialement exclue, ce à quoi le tourisme classique ne propose pas de solutions de vacances adaptées. L'accompagnement peut revêtir différentes formes, nécessitant parfois un travail préparatoire au projet de vacances qui s'étale généralement dans le temps. Par exemple, aider les personnes n'ayant jamais eu l'occasion de partir en vacances, un cas fréquent chez les agriculteurs. L'objectif principal est de lever les freins matériels et/ou psychologiques au départ ou de composer avec des contraintes combinées, comme un faible désir de mobilité associé aux coûts de transport élevés. Cet accompagnement social apporte une valeur ajoutée essentielle, rendant les vacances accessibles à tous et favorisant le vivre-ensemble et l'inclusion sociale.

En conclusion, le TSS joue un rôle important dans la promotion de la mixité sociale et de l'inclusion en offrant des opportunités de vacances abordables, en mélangeant les publics dans les activités proposées et en s'engageant activement à rendre ses équipements accessibles à tous. Cependant, pour garantir une véritable égalité d'accès aux vacances, le TSS doit persévérer dans ses efforts pour surmonter les obstacles et veiller à ce que chaque individu, quelle que soit sa situation financière ou ses besoins spécifiques, puisse profiter pleinement de son droit aux vacances et des avantages du TSS.

1.2.3 Impact économique et social sur le territoire

Dans cette dernière section, nous nous focaliserons sur l'impact économique et social que le TSS peut avoir sur le territoire.

Tout d'abord, nous nous concentrerons sur les contributions économiques du TSS aux territoires. Comme le souligne ci-dessous la présidente de l'UNAT, les structures du TSS sont des acteurs clés de l'attractivité et du développement local, apportant de nombreux bénéfices économiques.

« Les établissements sont des acteurs incontournables de la vie économique locale. Grâce aux touristes qu'ils hébergent, ils participent au maintien des services et activités dans leur territoire d'implantation. Ils sont aussi pourvoyeurs d'emplois de proximité de qualité. Nous avons en effet une convention collective exigeante qui permet au personnel de bénéficier de salaires corrects ou encore de formations. » (M. Demessine, 2019).

En premier lieu, il convient de souligner que les établissements du TSS sont des pourvoyeurs d'emplois, tant permanents que saisonniers, qui offrent des opportunités d'emploi local. En 2018, ce secteur a généré un total de 15 550 équivalents temps plein, d'après les données de l'UNAT et

du CESER Pays de la Loire. En 2013, une étude menée par l'UNAT concernant l'apport des villages de vacances à l'économie locale, a mis en évidence qu'un village de vacances comprenant 376 lits et réalisant un chiffre d'affaires de 1,8 million d'euros, crée en moyenne 20 emplois à temps plein par an. En revanche, la structure d'emploi dans le TSS est diversifiée et précaire, comprenant des contrats aidés, des emplois à temps partiel et des contrats à durée déterminée, bien qu'il y ait une faible proportion de contrats à durée indéterminée (CDI). Pour lutter contre la précarité des saisonniers, les acteurs du TSS ont profondément modifié leur offre et leur modèle économique, en optant de plus en plus pour le CDI intermittent. Ce contrat annualisé de dix mois offre une plus grande stabilité et facilite l'obtention de prêts bancaires.

Puis, les établissements du TSS démontrent leur engagement envers l'économie locale grâce à leur fort ancrage sur le territoire. Ils jouent un rôle actif dans la vie locale en contribuant au renforcement du tissu socio-économique du territoire d'accueil. Premièrement, ils génèrent des revenus monétaires pour les collectivités qui les accueillent, en s'acquittant de taxes locales, de redevances et de loyers (les infrastructures touristiques appartenant généralement aux communes).

Deuxièmement, ils cherchent à proposer un lieu de vie pour la population locale, en collaborant étroitement avec les partenaires présents sur la destination, tels que les commerces, les services sociaux, les collectivités locales, les structures territoriales de tourisme (les offices de Tourisme, les conseils régional et départemental du tourisme) ainsi que les associations sportives, culturelles et environnementales. Ces collaborations prennent des formes variées, allant de l'accueil d'événements organisés par les associations locales, à l'approvisionnement en produits de restauration auprès de producteurs locaux, en passant par des accords avec des prestataires de service pour proposer des activités diversifiées (culturelles, sportives ou environnementales) à leurs vacanciers. Cette politique d'achat local et de renvoi des clientèles entre prestataires touristiques permet de créer une dynamique économique vertueuse au bénéfice de tous les acteurs de proximité. Selon l'UNAT (étude de 2013), un village de vacances dépense en moyenne 280 000 euros par an, dont 32% de ces dépenses sont effectuées à moins de 20 kilomètres. Les revenus ainsi générés peuvent être utilisés pour financer des projets locaux et améliorer les infrastructures publiques, ce qui renforce davantage le développement économique du territoire.

Cependant, les bénéfices ne se limitent pas aux dépenses directes réalisées dans les structures d'accueil. Les vacanciers hébergés dépensent également de l'argent en dehors de leur lieu d'hébergement, en fréquentant les commerces locaux tels que les restaurants, les magasins et les attractions touristiques. Cette dynamique stimule l'économie locale et soutient les entreprises de la région. L'étude de l'UNAT de 2013 a mis en évidence ces dépenses supplémentaires. En moyenne, un vacancier dépense environ 135€ par semaine, dont 83% dans les commerces de proximité, se situant pour les trois quarts dans un rayon de 20 kilomètres.

En outre, les établissements du TSS contribuent aux retombées économiques locales en prolongeant leur période d'ouverture au-delà des vacances scolaires. D'après l'étude de l'UNAT

sur la contribution des villages de vacances à l'économie locale, leur durée moyenne d'ouverture s'étend sur 225 jours par an. Cette pratique leur permet de contribuer à l'activité économique tout au long de l'année, assurant ainsi une présence permanente des vacanciers sur le territoire. De ce fait, la création des « lits froids » (résidences secondaires ou de tourisme délaissées) est évitée et les infrastructures disponibles sont utilisées de manière optimale. L'étude souligne l'intérêt majeur pour les villages de vacances d'étendre leur période d'ouverture à la basse saison, qui représente une part significative des dépenses (54%) et de la fréquentation annuelle (60%). Cette période est aussi marquée par une forte présence des groupes, représentant 20 à 30% de la fréquentation. Ces groupes ont un comportement de consommation similaire à celui des individuels en pension complète et sont motivés par des intérêts variés tels que le sport, les loisirs pour seniors ou les regroupements familiaux. Cette diversité de motivations est un atout pour la destination, car elle favorise une offre touristique variée et attrayante. C'est un aspect particulièrement apprécié et reconnu par les collectivités et les acteurs locaux, qui comprennent l'importance économique des villages de vacances pour dynamiser l'activité touristique et accroître la fréquentation du territoire tout au long de l'année.

Enfin, la présence d'un établissement touristique peut considérablement renforcer l'attractivité de la commune d'accueil en tant que destination touristique, en attirant un nombre croissant de visiteurs. Un point intéressant à souligner est que, d'après l'UNAT, près de 60% des établissements du TSS sont implantés dans des communes de moins de 3 000 habitants, mettant en évidence leur rôle essentiel dans la valorisation et le maintien des services locaux des zones isolées. L'attractivité croissante de la commune d'accueil peut aussi susciter l'intérêt des investisseurs immobiliers, pouvant entraîner une augmentation des ventes de biens immobiliers et l'émergence de nouveaux projets de développement, tels que la rénovation immobilière. L'étude menée par l'UNAT en 2013 démontre l'importance des travaux de rénovation immobilière en soulignant leur impact économique positif : création d'emplois locaux, amélioration de l'image des destinations, mobilisation de nouveaux partenaires et promotion du développement de nouvelles approches juridiques et financières pour faire face à la baisse des financements publics.

Ensuite, nous mettrons en évidence les apports sociaux du TSS aux territoires. Le rapport de Jacques Chauvin pour le Conseil National du Tourisme (2004) identifie cinq catégories d'impact social du TSS sur le territoire d'accueil :

- Les hébergements sociaux temporaires qui accueillent divers groupes tels que les stagiaires, les intérimaires, les travailleurs, les étudiants ou les apprentis. Des hébergements d'urgence sont également prévus pour les demandeurs d'asile, les sans-abri et les familles en difficulté. En hiver, les établissements accueillent aussi des personnes âgées isolées, dont certaines proviennent d'autres départements, créant ainsi des sortes de « maisons secondaires de retraite ».

- La fourniture de services de restauration. Les établissements du TSS proposent des services de restauration tels que la préparation de repas chauds ou froids pour les personnes âgées, les cantines scolaires, les haltes garderies généralement en lien avec l'Aide à Domicile en Milieu Rural (ADMR) ou des associations de parents d'élèves, ainsi que des repas collectifs réguliers pour des groupes (écoles, entreprises, gendarmerie).
- La mutualisation des équipements et l'accès aux animations. Des installations comme des piscines, des terrains multisports, des salles de restaurant ou de spectacle sont mis à disposition des collectivités, des publics scolaires, des associations et des résidents locaux. Les établissements ouvrent également leurs activités culturelles, éducatives ou sportives à la population locale. Une ouverture culturelle sur le territoire est ainsi encouragée, incitant les touristes à découvrir la région et à rencontrer les producteurs locaux et les habitants. Cette approche offre un tourisme qui éveille les sens et stimule la connaissance (M. Adam), dépassant la logique de rentabilité (J. Chauvin).
- Les prestations sociales. Certains établissements proposent des services sociaux tels que la gestion de Centres de Loisirs Sans Hébergement et de haltes-garderies. Ils peuvent également s'impliquer dans des projets d'insertion professionnelle et sociale, par exemple en intégrant dans leurs équipes des jeunes en situation de handicap.
- Divers impacts sociaux locaux.

Premièrement, les établissements du TSS jouent un rôle essentiel dans le maintien de l'économie locale en contribuant à la pérennité des commerces tels que les boulangeries et les pharmacies, et des services publics comme les écoles, les bureaux de poste et les gares.

Deuxièmement, ils s'investissent dans l'aménagement du territoire en facilitant la pratique d'activités de loisirs, notamment en entretenant et en gérant les sentiers de randonnée, les pistes cyclables, les itinéraires VTT, les parcours de raquettes et de ski de fond, mais aussi en aménageant des rives le long des cours d'eau, et en négociant des droits de passage. Ils s'engagent également dans la valorisation et la préservation de l'environnement naturel et culturel local : rénovation énergétique des bâtiments, achats de produits bio et locaux, meilleure gestion des déchets, économies d'eau, utilisation d'énergies renouvelables, promotion d'un tourisme durable via les labels Clef Verte et Ecolabel européen, et sensibilisation des visiteurs à l'environnement (activités d'éveil à la nature, visites d'association en faveur de la préservation de la biodiversité).

Troisièmement, ils insistent sur leur engagement militant en faveur du développement local et de la vie sociale du territoire. Cet engagement peut conduire à une véritable mission sociale, comme en témoigne l'exemple du village de vacances « Flocons verts » du réseau RelaiSoleil. Ce village a créé un poste de chargée d'insertion en interne, permettant d'accompagner des familles en difficulté pendant leur séjour, de suivre le processus d'insertion professionnelle des travailleurs

handicapés embauchés au sein de l'équipe et d'encadrer des stages d'insertion pour des publics variés tels que les sans-abri ou les chômeurs de longue durée.

Toutefois, Jacques Chauvin souligne trois obstacles au développement et à la pratique de ces activités dans son rapport : les contraintes réglementaires strictes, notamment en matière d'hygiène pour la fourniture de repas et de sécurité pour les haltes-garderies ; la durée souvent insuffisante des conventions par rapport aux investissements nécessaires ; et la nécessité de définir des règles d'accès et la priorité donnée aux vacanciers en saison pour assurer une bonne cohabitation entre résidents locaux et touristes.

Ces activités, bien qu'elles ne soient pas directement liées au tourisme, visent à diversifier et à compléter l'offre touristique, permettant de pérenniser les emplois et à améliorer la qualité globale de l'offre. Elles peuvent également être initiées par des établissements du TSS qui prennent possession des infrastructures, dans le but de transformer l'image de ces structures, souvent perçues comme étant étrangères à la région.

En résumé, les établissements du TSS occupent une place centrale dans le développement local. Ils créent des emplois et favorisent les achats d'artisanat et de produits locaux, bénéfiques pour la population locale. En entretenant des liens étroits avec les collectivités et les acteurs locaux, ils renforcent le tissu socio-économique local et offrent des prestations de qualité grâce à une approche personnalisée et artisanale. De plus, leur engagement en faveur de l'environnement se traduit par des initiatives pour préserver les ressources naturelles et promouvoir un tourisme durable et responsable. Enfin, ces structures contribuent à revitaliser les zones en difficulté - les territoires ruraux, montagneux ou déstructurés - souvent délaissées par le tourisme commercial.

Conclusion du chapitre 1 de la première partie

Ce premier chapitre délimite le champ d'application du tourisme social et solidaire. Dans un premier temps, nous avons exploré les origines et le contexte dans lequel est né le TSS, c'est-à-dire à la suite de revendications sociales telles que l'allongement du temps libre et l'octroi des congés payés. Par la suite, nous avons présenté les principes, valeurs et ambitions du TSS : promouvoir l'accès universel aux vacances, renforcer les liens sociaux, contribuer à la cohésion territoriale, au développement des régions et à la sauvegarde de l'environnement. Nous avons analysé l'offre et la demande du TSS, en mettant en lumière l'évolution des profils et des attentes des vacanciers. Enfin, nous avons souligné la mise en concurrence avec le secteur marchand, en raison d'un contexte défavorable marqué en partie par une baisse des financements publics.

Dans un second temps, nous avons souligné que le TSS œuvre en faveur de l'humanité en garantissant le droit aux vacances pour tous, en encourageant la mixité sociale et en favorisant l'inclusion des personnes défavorisées. Nous avons également mis en évidence son engagement envers les territoires, en contribuant activement à leur développement économique et social. En optant pour le TSS, les vacanciers participent à la préservation de l'environnement, ainsi qu'à

l'amélioration des conditions de vie et à l'établissement de solides liens sociaux avec les communautés locales.

Après avoir posé les fondements du TSS, nous aborderons dans le chapitre suivant les défis que doit relever le secteur du TSS en France.

CHAPITRE 2 – ENJEUX ACTUELS DU SECTEUR DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE EN FRANCE

Dans ce deuxième chapitre, nous présenterons les enjeux auxquels le secteur du tourisme social et solidaire est confronté en France. Dans un premier temps, nous exposerons les obstacles qui entravent le développement et la pratique du TSS. Dans un second temps, nous aborderons les différentes pistes d'amélioration envisageables pour surmonter ces difficultés.

2.1 Les freins au développement et à la pratique du tourisme social et solidaire

Dans cette partie, nous verrons que le TSS est confronté à trois freins majeurs : la faible visibilité de son offre résultant d'un manque de sensibilisation du grand public et d'une communication non clarifiée et structurée ; la confusion avec l'offre marchande due à une montée en gamme généralisée ; ainsi que la pénurie de personnel et la préservation du patrimoine.

2.1.1 Une faible visibilité de l'offre du tourisme social et solidaire

Dans cette sous-partie, nous aborderons le premier obstacle auquel se heurte le TSS. Celui-ci réside dans le fait que son offre souffre d'une visibilité limitée auprès du grand public, malgré les actions de sensibilisation menées par les Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire (CRESS) à travers le mois de l'ESS et la promulgation de la Loi de ESS en 2014.

Ce manque de visibilité est en partie dû au fait que la communication dans le secteur du TSS n'est ni claire ni structurée. En effet, certaines associations comme Renouveau Vacances éprouvent des difficultés à communiquer leur discours militant. En conséquence, la plupart des vacanciers n'ont pas conscience de participer à une « autre économie », ils ne font pas la différence entre le tourisme associatif et le tourisme marchand, et se contentent principalement de comparer les différentes offres disponibles. De plus, le répondant de l'entretien exploratoire n°2 souligne que cette absence de communication efficace contribue au fait que les individus ont du mal à associer les villages de vacances à du TSS. De ce fait, ils peuvent avoir l'impression que ces vacances sont hors de leur portée financière, en raison de leur coût potentiellement élevé. Pourtant, les villages de vacances associatifs ont de nombreux partenariats avec des organismes sociaux comme les comités d'entreprise, ou des mutuelles. Grâce à ces partenariats, les personnes qui n'ont pas les moyens de s'offrir ces services peuvent tout de même y accéder en bénéficiant d'aides, soit des pouvoirs publics, soit de leur propre entreprise, par le biais de chèques vacances.

Entre 2014 et 2015, une enquête a été menée par l'UNAT auprès des publics accueillis dans les villages de vacances du TSS (G. Caire, S. Nivoix, Y. Roy, 2016) et a dévoilé que ce concept demeure mal connu, même parmi sa propre clientèle. Environ 11% des personnes interrogées ne connaissent pas le terme, 15% le connaissent mais ne peuvent pas le définir, et seulement 11% savent le définir correctement. Cela signifie que seulement six personnes sur dix ont entendu parler du TSS, et neuf personnes sur dix sont incapables de l'expliquer.

Selon cette étude, la connaissance du TSS et la capacité à en donner une définition sont étroitement liées à deux facteurs : l'âge et la catégorie socioprofessionnelle. Les personnes âgées de moins de 35 ans et de 36 à 45 ans ont une connaissance notablement faible du TSS, tandis que les personnes de plus de 45 ans ont une connaissance et une capacité de définition plus élevées. Cette tendance s'explique par un effet de génération spécifique : les personnes ayant connu la période d'or du TSS entre 1960 et 1980 (caractérisée par une croissance continue du nombre de villages de vacances en France), la période de l'après-guerre aux années 1950 (période la plus militante), ou la période du décollage des années 1960 sont plus enclines de connaître le concept de TSS. La catégorie socioprofessionnelle a également une influence sur la connaissance du TSS. Les cadres supérieurs et les professions intermédiaires sont ceux qui ont une meilleure connaissance du TSS et qui sont les plus aptes à le définir. A l'inverse, les indépendants (agriculteurs, artisans, commerçants, chefs d'entreprise) et surtout les ouvriers connaissent moins bien le concept. Il est intéressant de noter que le fait d'avoir bénéficié d'une aide au départ ou d'utiliser des chèques vacances n'influence que faiblement la connaissance du TSS. Cette constatation soulève une situation paradoxale, car ce ne sont pas les personnes qui bénéficient le plus de l'aspect social du TSS qui sont les plus sensibles et conscientes de ce concept.

Par ailleurs, d'autres variables entrent en compte comme le sexe : les femmes ont généralement une meilleure connaissance du TSS que les hommes. De plus, l'étude a révélé une corrélation entre la connaissance du TSS et la satisfaction exprimée vis-à-vis du séjour. Les personnes ayant une meilleure capacité de définition du TSS ont tendance à attribuer de meilleures notes à leur séjour. En revanche, des variables telles que le nombre d'enfants, la fréquence de départ en vacances ou la résidence à l'étranger n'ont que peu d'influence sur la connaissance du TSS.

En définitive, la méconnaissance du TSS et le manque de cohérence de la communication du secteur sont des obstacles majeurs à son développement. Les individus sont peu sensibilisés à ce sujet et ont souvent une compréhension partielle du TSS, le confondant parfois avec du tourisme populaire offrant des services de faible qualité et de confort moindre, et s'adressant à un public spécifique. Cette image de « *tourisme à rabais* » destiné au « *peuple* » (L. Jolin, L. Proulx, 2005) renforce le déficit de notoriété du TSS, soulignant l'importance de sensibiliser le public pour stimuler la demande. Des efforts de communication et de sensibilisation sont donc nécessaires pour changer cette perception et promouvoir les valeurs et les avantages du TSS. Ceci implique de mettre en lumière ses caractéristiques distinctives et les effets positifs qu'il peut avoir sur les

communautés locales et l'environnement. Une meilleure compréhension du TSS pourrait ainsi entraîner une plus grande reconnaissance et une plus grande adhésion du public.

2.1.2 Une confusion avec l'offre marchande

Dans cette section, nous examinerons le deuxième frein qui entrave la pratique et le développement du TSS, à savoir la confusion qui existe entre l'offre du TSS et l'offre marchande dans l'esprit des vacanciers. Cette situation résulte de deux éléments.

Tout d'abord, nous assistons à une tendance générale de la montée en gamme de l'offre touristique dans un contexte de ressources limitées, ce qui rend le maintien d'un haut niveau de qualité de service un défi constant. Lors des entretiens exploratoires n°1 et n°2, deux opinions différentes ont été exprimées quant à la manière de faire face à cette tendance.

Selon le répondant n°1, le TSS vise à accueillir un large éventail de niveaux sociaux en proposant des prestations de qualité, telles que des conditions d'hébergement de bon niveau et des services supplémentaires. Toutefois, certains acteurs du TSS pourraient être tentés de s'aligner sur des offres concurrentes marchandes pour conserver leur attractivité et de chercher à monter en gamme pour répondre aux attentes des publics aisés. Cela pourrait mener à une course aux moyens conséquents (aides à la pierre ou aides des conseils régional et départemental) et potentiellement entraîner des subventions pour la rénovation des équipements au détriment de l'essence sociale du TSS. Or cette montée en gamme pourrait potentiellement constituer un obstacle à la pratique du TSS pour les touristes moins solvables, entraînant une forte dépendance vis-à-vis des acteurs sociaux. Si ces personnes ne peuvent pas se permettre de participer aux prestations du TSS, cela risque de conduire à une évaporation de ces clientèles. Par conséquent, le principe fondamental du TSS qui est de rendre les vacances accessibles à tous, y compris aux individus aux revenus modestes, pourrait être compromis.

Le répondant n°2, quant à lui, pense que les associations du TSS auraient tendance à se démarquer en évitant de participer à cette course aux moyens pour avoir plus de confort. Elles chercheraient à rendre leur offre attractive en mettant l'accent sur des valeurs séduisantes telles que le vivre ensemble, le lien social, l'accessibilité au plus grand nombre et le respect de l'environnement. Le défi réside donc dans la manière de présenter l'offre du TSS de manière positive, afin de contrer les préjugés du type : « *C'est tout petit, on ne va pas bien manger, on va être obligés de passer notre séjour avec les autres vacanciers* ». Afin de rendre leur offre plus attrayante, les acteurs du TSS pourraient insister sur des aspects tels que la convivialité, la découverte du territoire et la connaissance de l'environnement proche. Ces éléments sont de plus en plus audibles aujourd'hui, notamment avec l'impact de la pandémie de COVID-19, les préoccupations environnementales croissantes et un intérêt accru pour un retour à l'essentiel.

Ces deux visions divergentes illustrent les choix stratégiques auxquels les acteurs du TSS sont confrontés pour faire face à la montée en gamme globale dans le secteur touristique. Certains

pourraient être tentés de privilégier le confort et l'attrait pour les touristes fortunés. Cette orientation pourrait compromettre la mission sociale du TSS, qui vise à offrir des opportunités accessibles à tous. Tandis que d'autres pourraient préserver l'essence même du TSS en valorisant ses principes sociaux et éthiques pour attirer un public sensible à ces valeurs. Cette deuxième stratégie vise à offrir des expériences enrichissantes et authentiques, centrées sur la convivialité, le partage, la découverte du territoire et le respect de l'environnement.

Ensuite, le TSS, en tant que secteur à but non lucratif, est géré de manière désintéressée, réinvestissant tout excédent dans la structure pour le développement et l'investissement de ses activités. Cependant, le TSS est de plus en plus influencé par des éléments du monde marchand, comme en témoigne l'utilisation croissante d'un vocabulaire commercial pour décrire ses activités, tels que l'offre touristique, la commercialisation, la promotion, l'innovation et la satisfaction des usagers. Les professionnels du TSS reconnaissent que l'accueil des publics ne suffit plus et qu'il est nécessaire de proposer une gamme complète de services pour répondre aux exigences élevées. Cette double injonction, entre la mission sociale du tourisme et la nécessité de générer des activités et des revenus pour assurer la viabilité financière des structures, représente un défi de taille. L'agrément national de « tourisme social et familial » illustre cette dualité en soulignant les obligations sociales et économiques des structures du TSS. Cependant, le gouvernement envisage de supprimer cet agrément, arguant qu'il n'a plus de portée ou de valeur juridique significative. Cette décision suscite des interrogations quant à son impact potentiel sur le TSS, notamment sur la reconnaissance et la régulation du secteur. En effet, elle ouvre la possibilité à toute structure se réclamant du TSS, même si elle n'a pas de lien direct avec le secteur, sans qu'une commission nationale n'examine sa légitimité.

En conclusion, nous constatons une confusion entre les secteurs marchand et du TSS, due à la montée en gamme observée chez tous les opérateurs touristiques et à la suppression de l'agrément « tourisme social et familial », qui permet à tout acteur de revendiquer le statut du TSS. Ces évolutions conduisent à s'interroger sur la distinction et la spécificité du TSS au sein de l'industrie touristique au sens large.

2.1.3 La pénurie de personnel et la préservation du patrimoine

Dans cette sous-partie, nous nous pencherons sur les derniers défis auxquels le secteur du TSS doit faire face : le manque de personnel et la préservation du patrimoine.

Tout d'abord, le TSS propose des prestations d'accueil et des activités de grande qualité, méritant reconnaissance et valorisation. Cette qualité est renforcée par les règles et normes de sécurité et d'encadrement en vigueur en France, garantissant un haut niveau des infrastructures et des services. Ces règles constituent à la fois un atout et une contrainte pour le TSS. D'un côté, leur respect valorise le secteur et démontre qu'il est loin d'être un tourisme bas de gamme, déconstruisant ainsi les préjugés souvent associés par méconnaissance. D'un autre côté, ces contraintes normatives peuvent poser des défis importants dans la gestion quotidienne et

l'organisation des structures associatives, notamment celles accueillant des publics en situation de handicap (échantillons de nourriture à prélever systématiquement, registre des tâches effectuées.

Ensuite, le secteur du TSS est confronté à une pénurie de main d'œuvre (entretien exploratoire n°1), en particulier pour certains postes clés tels que les animateurs saisonniers et le personnel de restauration. Cette problématique découle de conditions de travail précaires : rémunérations modestes, protection sociale limitée, formations restreintes, horaires de travail irréguliers, externalisation, travail non déclaré et problèmes de logement pour les travailleurs saisonniers. Ces facteurs engendrent une rareté des candidats disponibles, provoquant une compétition entre les structures et des obstacles matériels à la prise de poste (comme la recherche d'un logement à proximité du lieu de travail). De plus, la volatilité des candidats et les désistements de dernière minute compliquent la gestion du personnel. Le répondant de l'entretien exploratoire n°1 indique aussi que le passage du statut de comité d'entreprise à celui de Comité Social et Economique (CSE) est responsable de la baisse considérable des ressources humaines et des compétences dans un certain nombre de domaines. Les structures du TSS expriment régulièrement leur préoccupation quant à leur capacité à équilibrer leurs activités avec des ressources humaines insuffisantes par rapport aux normes d'encadrement exigées. Bien que le bénévolat soit essentiel, il ne peut pas résoudre à lui seul le problème récurrent de manque de personnel, d'autant plus que le nombre de bénévoles, leurs rôles, compétences et disponibilité varient d'une structure à l'autre. Pour remédier à cette situation, les acteurs du TSS s'efforcent de concilier saisonnalité, sécurité et stabilité, en développant une convention collective spécifique pour garantir de meilleures conditions de travail.

Un autre défi majeur concerne la baisse du nombre d'établissements dans le secteur du TSS. Des facteurs tels que le développement de nouvelles offres d'hébergement touristique, l'attractivité de destinations étrangères proposant des prix attractifs, ainsi que les coûts élevés d'entretien, de sécurité et d'accessibilité du patrimoine immobilier peuvent expliquer cette diminution. De nombreux établissements du TSS font face au vieillissement de leurs infrastructures, nécessitant des investissements considérables pour les rénover et les mettre aux normes, notamment pour être compatible avec le tourisme durable sur le plan environnemental et énergétique (entretiens exploratoires n°1 et n°2). Cependant, certaines structures du TSS n'ont pas suffisamment de moyens financiers pour réaliser ces améliorations, ce qui met en péril leur pérennité. Le contexte actuel de raréfaction des financements publics et des aides directes, combiné à l'éloignement de nombreux CE, rend difficile la réalisation de travaux de rénovation pour certaines structures (entretiens exploratoires n°1 et n°2). De plus, les collectivités territoriales sont confrontées à des contraintes budgétaires croissantes qui limitent leur capacité à accorder des aides. La pression immobilière dans certaines zones littorales aggrave également la préservation du patrimoine immobilier du TSS. Ainsi, certaines structures du TSS se retrouvent endettées malgré un taux de remplissage élevé et un chiffre d'affaires satisfaisant.

Pour assurer la pérennité du TSS, il est essentiel de rechercher des financements diversifiés et de

développer des partenariats novateurs, notamment avec des bailleurs sociaux, pour mener à bien des projets immobiliers durables. Une mobilisation accrue des régions en faveur de l'investissement dans le TSS peut aussi jouer un rôle déterminant dans le maintien et le développement de ce secteur.

Face à ces défis, le TSS doit trouver des solutions pour maintenir ses objectifs sociaux et environnementaux tout en garantissant sa viabilité économique. Ces solutions passent par la formation du personnel, la recherche de financements diversifiés et la rénovation des actifs. En somme, certaines structures choisissent de maintenir leur activité toute l'année, en développant des programmes spécifiques durant les périodes plus creuses, afin d'optimiser l'utilisation de leurs équipements. Cette approche tend à se généraliser sur certains territoires.

2.2 Les axes d'amélioration envisageables

Dans cette partie, nous explorerons les axes d'amélioration envisageables pour surmonter les obstacles précédemment évoqués dans le domaine du TSS. Il s'agit d'améliorer la visibilité de l'offre de TSS auprès du public par le biais de partenariats, de labels et d'une solide stratégie de communication pour sensibiliser et éduquer au TSS.

Tout d'abord, le TSS peut améliorer sa visibilité en établissant des partenariats stratégiques avec divers acteurs, tels que les institutions publiques, les organismes sociaux (les CE), les mutuelles, et d'autres organisations engagées dans le domaine du TSS. Ces partenariats pourraient permettre de promouvoir le TSS auprès d'un public plus large, tout en mettant en évidence les avantages et les valeurs qu'il propose.

Ensuite, l'obtention de labels ou de certifications reconnues dans le domaine du tourisme éthique et solidaire pourrait renforcer la crédibilité et la confiance du public envers le TSS, en garantissant la qualité des prestations offertes. Deux labels notables contribuent à la visibilité du TSS :

- « Label Tourisme Équitable » (2020) : ce label est ouvert aux agences de voyages et à tous les professionnels du tourisme. Il est délivré par l'ATES sur la base de 58 critères tels que l'appartenance des opérateurs à l'ESS, une rémunération équitable et négociée pour toutes les personnes impliquées dans l'accueil des voyageurs, des opportunités de rencontres et d'échanges avec les populations locales, des hébergements chez les habitants ou à proximité, des relations durables avec les partenaires et les prestataires, des groupes de petite taille (jusqu'à 12 personnes) pour favoriser les interactions avec les communautés locales et respecter l'équilibre local, le financement de projets de solidarité locaux au bénéfice des territoires d'accueil et des pratiques respectueuses de l'environnement.
- « Agir pour un tourisme responsable » (2004) : ce label garantit l'engagement dans une démarche de tourisme responsable, contrairement au label Tourisme Équitable qui évalue les pratiques réelles et inclut des audits de terrain.

Cependant, la certification et la labélisation du TSS présentent un problème, nécessitant des critères pertinents et crédibles ainsi qu'un contrôle par des organisations spécialisées et indépendantes. Plusieurs acteurs travaillent sur cette question, notamment l'association « Agir pour un tourisme responsable » (ATR), qui développe une procédure de certification avec un système de contrôle par l'AFAQ-AFNOR. Cette procédure est axée sur l'utilisation des ressources locales, le transfert de compétences, le respect des minima sociaux, la minimisation de l'impact sur l'environnement et une gestion responsable interne de l'opérateur de voyage (ATR, 2006). L'association ATES a également lancé une étude sur la certification des voyages équitables, centrée sur cinq piliers : sensibilisation des voyageurs, possibilités de contact avec les populations locales pendant les voyages, enjeux environnementaux, implication dans des projets de développement local et retombées économiques locales (UNAT, 2006b).

Enfin, une stratégie de communication approfondie est essentielle pour différencier le TSS du tourisme commercial et le présenter comme une authentique alternative de voyage. Pour ce faire, il est primordial de rassurer le grand public sur plusieurs aspects essentiels. Premièrement, il convient de garantir la qualité des expériences de vacances, en mettant en avant les activités proposées, les rencontres enrichissantes avec les communautés locales et la découverte du patrimoine. Deuxièmement, il est important de clarifier que le prix payé pour ces voyages participe réellement à l'amélioration des conditions de vie des populations locales. Troisièmement, il est essentiel de souligner l'impact minimal de ces voyages sur l'environnement, en promouvant des pratiques respectueuses de la nature. L'objectif général est de resensibiliser l'ensemble de la société à ce que sont le TSS, ses valeurs, ses acteurs et ses propositions.

Pour atteindre ces objectifs, les structures du TSS peuvent organiser des campagnes de sensibilisation, des ateliers, des événements et des rencontres avec les vacanciers potentiels. Ces supports de communication permettront de diffuser clairement leur message militant auprès du grand public. Le but est de fournir des informations détaillées sur la qualité des voyages proposés et de susciter l'envie de partir en vacances dans le secteur du TSS. La transparence doit être au cœur de ces efforts pour instaurer une confiance durable entre les vacanciers et les acteurs impliqués dans le TSS.

Ces actions de médiation peuvent également cibler les structures éducatives, les médias et les réseaux sociaux pour diffuser largement l'information et changer les perceptions erronées sur le TSS. Une meilleure compréhension du concept du TSS permettrait au public de faire des choix de voyage plus éclairés et responsables, en privilégiant des expériences de voyages ayant un impact positif sur les communautés locales et l'environnement. La présidente de l'UNAT est d'ailleurs consciente de l'importance des réseaux sociaux dans la communication d'aujourd'hui :

« Nous sommes conscients que notre présent et notre futur passent par les réseaux sociaux. Nous savons que le secteur d'activité où il y a le plus de vente en ligne, c'est le tourisme. [...] Nous savons aussi que les enfants et les ados sur les réseaux sociaux peuvent être nos premiers détracteurs, comme nos premiers ambassadeurs » (M. Demessine, colloque de novembre 2017).

Toutefois, la mise en œuvre d'une stratégie de communication via les canaux numériques doit tenir compte de deux facteurs. D'une part, il faut reconnaître que la propension des publics cibles à utiliser Internet ou les applications mobiles est très inégale, allant des seniors peu ou pas du tout familiers avec ces moyens de communication aux jeunes hyperconnectés. D'autre part, les structures du TSS doivent respecter la règle des « 4 P » sur la non-concurrence, qui limite leur capacité à faire de la publicité pour leurs activités. Ainsi, les acteurs doivent trouver un équilibre entre une forte visibilité médiatique et le respect de cette règle pour éviter toute concurrence directe avec le tourisme marchand.

En conclusion, pour promouvoir efficacement l'offre du TSS, il est essentiel de développer des partenariats, d'obtenir des labels et de mettre en œuvre une solide stratégie de communication. Cette approche vise à clarifier les valeurs et les avantages des TSS, tout en garantissant la transparence et l'authenticité des séjours de vacances proposés au public.

Conclusion du chapitre 2 de la première partie

Ce deuxième chapitre présente les défis que doit relever le secteur du tourisme social et solidaire en France. Tout d'abord, nous avons exploré les obstacles qui freinent le développement et la pratique du TSS. Ils sont au nombre de trois. Premièrement, la faible visibilité de l'offre du TSS due à une méconnaissance du grand public et à une communication non clarifiée et non structurée. Deuxièmement, une confusion entre l'offre du TSS et l'offre commerciale dans l'esprit des vacanciers, en raison d'une montée en gamme généralisée pour répondre aux attentes des plus aisés. Troisièmement, des difficultés de recrutement et d'entretien du patrimoine bâti. Nous avons ensuite examiné les différentes manières de contourner ces obstacles. Il s'agit d'améliorer la visibilité de l'offre pour sensibiliser et éduquer les citoyens au TSS, en développant des partenariats, en obtenant des labels et en diffusant une stratégie de communication solide.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

Cette première partie offre un aperçu complet du concept de tourisme social et solidaire, couvrant ses origines, ses principes, valeurs et ambitions, son offre et sa demande, ses concurrents, ses actions en faveur des hommes et des territoires ainsi que ses enjeux actuels.

Cette partie nous amène également à notre question de recherche qui est la suivante : Les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ?

Pour répondre à cette question, nous avons formulé quatre hypothèses de recherche, qui serviront de base à notre enquête de terrain :

1. Les villages de vacances sont des vecteurs de mixité et de lien social.
2. Les villages de vacances favorisent l'inclusion sociale des publics vulnérables, à savoir les personnes âgées, les personnes à faible revenu, les personnes en situation d'handicap ou les personnes migrantes.

3. Les villages de vacances sont des lieux culturels et éducatifs.
4. Les villages de vacances agissent en faveur d'une transition économique et sociale de leur territoire.

Ces hypothèses seront soumises à une analyse approfondie lors de notre enquête de terrain, en deuxième partie, afin de déterminer le véritable impact des villages de vacances en tant qu'acteurs clés dans le développement et la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne.

DEUXIÈME PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : L’ANALYSE DE VILLAGES DE VACANCES EN BRETAGNE

Dans cette deuxième partie, nous présenterons notre étude de terrain axée sur l’analyse des villages de vacances en Bretagne. En premier lieu, nous exposerons la méthode d’enquête et d’analyse des données. En second lieu, nous analyserons les données récoltées et interpréterons les résultats.

Pour rappel, la construction de ce mémoire repose sur une méthode abductive suivie d’une posture interprétative. Dans le cadre de notre travail de terrain, nous avons choisi de réaliser une enquête qualitative en menant des entretiens semi-directifs, avec des directeurs ou des responsables de villages de vacances bretons.

CHAPITRE 1 – MÉTHODES D’ENQUÊTE ET D’ANALYSE DES DONNÉES

Dans ce chapitre, nous poserons les bases de notre enquête de terrain, en mettant en évidence nos méthodes d’investigation et d’analyse des données collectées. Premièrement, nous présenterons notre méthode d’enquête ainsi que notre terrain d’étude. Deuxièmement, nous exposerons la façon dont nous avons construit notre guide d’entretien et partagerons nos retours d’expérience sur le terrain. Troisièmement, nous expliquerons en détail la méthode d’analyse des données que nous avons choisie pour notre étude de terrain.

1.1 Méthode d’enquête et terrain d’étude

Dans cette partie, nous expliquerons notre choix de méthode d’enquête, suivi de notre choix de terrain d’étude concernant notre enquête de terrain.

1.1.1 Méthode d’enquête choisie

Dans le cadre de notre travail de terrain, nous avons décidé de réaliser une enquête qualitative. Elle permet d’analyser et de comprendre des phénomènes, des comportements, des faits ou des sujets à partir d’interprétations, de témoignages ou d’opinions recueillis. Notre choix repose sur trois éléments :

- L’approche humaine : une relation de confiance s’établit avec le répondant au fil de l’entretien.
- Le niveau de détail des réponses : l’enquêté est libre de s’exprimer et de donner des détails complexes.
- La diversité des réponses : les personnes interrogées peuvent avoir des représentations très différentes sur une même question.

L’étude qualitative repose sur la collecte de données par le biais de deux méthodes principales : l’observation et l’entretien. Pour notre part, nous avons choisi de nous tourner vers l’entretien

semi-directif qui permet d'orienter le discours des enquêtés autour de différents thèmes, à l'aide de questions formulées et ouvertes. Cette méthode est pertinente dans la mesure où l'entretien semi-structuré s'apparente à une conversation, ce qui met la personne à l'aise et lui permet de s'exprimer plus facilement. L'objectif est d'amener les répondants à parler de leurs expériences et à partager leur point de vue sur le sujet étudié. De plus, cette approche méthodologique confère plusieurs avantages :

- Sa simplicité de mise en œuvre par rapport à un questionnaire par exemple.
- La souplesse de ses échanges. Ce type d'entretien autorise les relances personnalisées, permettant ainsi à l'enquêteur d'adapter ses questions en fonction des réponses données.
- La spontanéité et la liberté accordées aux enquêtés dans leurs réponses. L'entretien semi-directif offre une structure de base tout en permettant de poser des questions ouvertes et d'explorer des sujets en profondeur. Cela permet de recueillir des informations spécifiques tout en laissant la place aux personnes pour s'exprimer librement.
- La richesse de ses échanges. En combinant des questions prédéfinies avec des questions ouvertes, cette approche permet d'accéder à une grande variété de données, allant des faits aux réflexions plus subjectives. Les questions ouvertes autorisent les enquêtés à fournir des réponses détaillées et approfondies, facilitant une meilleure appréhension de leurs expériences, opinions et émotions. Ces discussions ouvertes peuvent même susciter de nouvelles questions pour le chercheur, ouvrant ainsi des perspectives de recherche et élargissant la portée de l'étude.

En résumé, l'entretien semi-directif allie astucieusement structure et flexibilité, permettant au chercheur d'obtenir des données riches, contextualisées et approfondies, tout en prenant en considération les perspectives et les expériences uniques des personnes interrogées.

Cette forme d'entretien permet également de comparer et de généraliser les réponses recueillies. Autrement dit, il permet d'observer les différents points de vue des enquêtés et de voir si les résultats sont plutôt homogènes ou hétérogènes.

Par ailleurs, nous envisageons un échantillon de répondants assez restreint, soit dix entretiens qui seront chacun très riches en informations.

Pour la réalisation de nos entretiens, nous avons utilisé une grille d'entretien qui énumère chaque sujet ainsi que les questions correspondantes à aborder. Cette approche a été complétée par une méthode non directive. En d'autres termes, nous connaissons à l'avance l'ensemble des thèmes à aborder au cours de chaque entretien, mais nous ne savions pas dans quel ordre et comment ils seraient abordés.

1.1.2 Terrain d'étude choisi

Une fois la méthode d'enquête choisie, nous nous sommes questionnés sur notre terrain d'étude. Notre recherche s'est centrée sur les villages de vacances associatifs, l'une des structures du TSS, et ce pour trois raisons principales.

Premièrement, en tant que produit phare du TSS, les villages de vacances occupent une place pertinente et significative au sein du secteur, rivalisant même avec certaines entités commerciales.

En deuxième lieu, ces établissements mettent en œuvre une multitude d'actions conformes aux principes du TSS, ce qui les rend particulièrement riches en enseignements. En effet, l'étude de ces villages de vacances peut apporter une variété de perspectives dans différents domaines, incluant la dynamique sociale et communautaire, l'impact sur l'économie locale, les modèles alternatifs de gestion, l'expérience du tourisme durable, les aspects culturels et éducatifs, et bien plus encore. L'analyse de ces structures peut donc nous éclairer sur divers aspects comme la manière dont les communautés se forment, interagissent et évoluent dans ces environnements spécifiques ; leur contribution au développement économique des régions ; les approches de gestion du tourisme qui respectent davantage l'environnement et les populations locales ; ainsi que leur rôle dans la préservation et la diffusion de la culture locale, tout en favorisant l'apprentissage informel.

Troisièmement, le choix du terrain d'étude est étroitement lié aux missions qui me sont confiées dans le cadre de mon contrat en alternance à la CCAS. En effet, je travaille sur les projets de site de trois villages de vacances, dont un en Bretagne, en vue de revoir leur modèle économique et d'obtenir la certification Clef Verte. Cette démarche stratégique consistant à aligner mon sujet de mémoire sur les initiatives menées au sein de mon entreprise s'est avérée particulièrement fructueuse, car elle a grandement facilité la collecte de données et la mise en contact avec certains enquêtés. De fait, j'ai pu réaliser deux entretiens avec des professionnels de la CCAS : l'entretien exploratoire n°1¹⁰ et l'entretien semi-directif n°9¹¹.

Entreprise d'alternance

La CCAS est le comité d'entreprise des Industries Gazières et Électriques, c'est-à-dire EDF et ENGIE. Son rôle consiste à gérer les fonds alloués pour assurer et développer les activités sociales ainsi que l'action sanitaire et sociale du personnel des Industries Gazières et Électriques. Ces activités sociales incluent les vacances (avec ses propres villages de vacances), la restauration méridienne, les activités culturelles, la santé (handicap), les assurances, la prévoyance et les prêts. Depuis plusieurs années, la CCAS a entrepris de modifier en profondeur son modèle économique. Compte tenu de leurs coûts élevés (en entretien) et de leurs faibles taux de remplissage, différentes options ont été envisagées pour l'avenir des

¹⁰ Voir Annexe C

¹¹ Voir Annexe G

villages de vacances : vente, délégation de l'exploitation à un partenaire ou poursuite de l'exploitation directe par la CCAS. C'est ainsi que 18 villages de vacances considérés comme « majeurs » ont été progressivement identifiés pour continuer à être gérés directement par la CCAS. Cette décision a également été motivée par la volonté de mieux prendre en compte les enjeux environnementaux et écologiques des villages de vacances. Dans la continuité des travaux du groupe de travail sur le développement durable, le Conseil d'Administration de la CCAS a validé le principe d'une candidature des villages de vacances CCAS à la labellisation Clef Verte. Pour répondre à ces questions, la Direction Générale de la CCAS a sollicité l'ensemble de la filière Études et Développement (ma filière) pour travailler sur deux axes principaux : les projets de site des villages de vacances majeurs et les candidatures potentielles au label Clef Verte pour ces mêmes villages de vacances.

En ce qui concerne la portée géographique de notre étude, nous l'avons restreint à la région Bretagne. Cette décision est motivée par le rôle croissant que le secteur du TSS joue dans le paysage touristique de cette région. En effet, ce secteur emploie près de 4 000 individus et attire environ 400 000 vacanciers dans la région (P. Guyon, 2019). La Bretagne, renommée pour son héritage culturel et sa splendeur naturelle, constitue un terrain propice pour évaluer l'impact du tourisme sur les communautés locales.

Nous avons ensuite ciblé les villages de vacances membres de l'UNAT Bretagne, la tête de réseau du TSS dans la région. Les adhérents à l'UNAT, étant probablement impliqués dans des actions en faveur du développement du TSS, leur participation à notre enquête nous a semblé pertinente. De plus, il était facile de les contacter, puisqu'il suffisait de se rendre sur le site de l'UNAT Bretagne pour trouver leurs coordonnées.

Pour ce qui des répondants, nous avons décidé de nous concentrer sur une seule typologie d'acteurs : les directeurs, responsables ou gestionnaires de villages de vacances. Nous avons choisi ces personnes parce qu'elles nous semblaient les plus qualifiées et les mieux placées pour répondre à nos questions, compte tenu de leur expertise et de leur connaissance approfondie du sujet. L'objectif est de connaître le fonctionnement de leurs établissements, la manière dont ils promeuvent le tourisme social et solidaire mais aussi la façon dont ils contribuent au développement économique et social du territoire.

NB : L'entretien semi-directif n°3 se démarque des autres entretiens en raison de la fonction occupée par son répondant. En effet, contrairement aux autres entretiens où nous avons interrogé des directeurs et des directrices de villages de vacances, cette fois-ci, nous avons échangé avec une directrice d'une association à but non lucratif. L'objectif de cette association est d'offrir un accès à la culture, aux loisirs et à des vacances de qualité au plus grand nombre. Nous avons choisi de mener cet entretien car la personne interrogée possède une riche expérience en tant que directrice de village vacances chez Touristra Vacances, qui opère dans le secteur du TSS. Elle a pu s'appuyer sur cette expérience ainsi que sur le modèle de Touristra pour répondre à nos

questions. Il convient de noter que cet entretien aura une importance moindre dans le cadre de notre analyse. Son rôle principal sera de confirmer ou de discuter les résultats des autres entretiens, en apportant des nuances et des perspectives d'interprétation ou de recherche supplémentaires.

Enfin, concernant le format des entretiens, ils ont tous été réalisés en visioconférence sur Microsoft Teams. Cette approche a été choisie en raison de la localisation des villages de vacances interrogés, tous situés dans les départements du Morbihan et du Finistère. L'éloignement géographique nous a ainsi contraint à opter pour des réunions à distance.

1.2 Guide d'entretien et retours sur l'expérience terrain

Dans cette section, nous nous concentrerons sur la conception et le contenu de la grille d'entretien¹². Afin de collecter des données utilisables et pertinentes, nous avons consacré du temps à son élaboration et avons opté pour quelques thèmes avec très peu de questions centrales. L'objectif est de maintenir l'attention des personnes interrogées et de ne pas les submerger de questions.

En termes de conception, nous avons divisé notre guide d'entretien en deux parties avec trois ou quatre thèmes par partie et pour chaque thème, nous avons une à trois questions à poser. La première partie traite du cadre et du contexte de l'entretien, tandis que la deuxième partie entre dans le vif du sujet, en abordant des thèmes liés à nos hypothèses de recherche. Chaque thème de cette deuxième partie correspond à une hypothèse. Nous avons également ajouté des sous-questions, afin de clarifier les attentes et la signification de la question centrale, et d'encourager les personnes à développer leurs réponses.

En matière de contenu, nous analyserons chaque thème avec les questions correspondantes, en comparant l'objectif initial et le retour d'expérience sur le terrain.

Avant de commencer, il est nécessaire d'expliquer les conditions dans lesquelles les entretiens qualitatifs ont été conduits. Nous avons décidé de réaliser nos entretiens au cours du mois de mai et par visioconférence, la plupart des villages de vacances étant situés dans le Finistère et dans le Morbihan. Néanmoins, il convient de mentionner que notre planning a été influencé par des contraintes temporelles, en raison du rythme effréné auquel les enquêtés étaient soumis durant cette période. En effet, ces derniers se trouvaient en pleine préparation de la haute saison qui débutait tout juste.

Après avoir abordé la conception de la grille d'entretien et les conditions dans lesquelles les entretiens ont été menés, nous allons maintenant analyser son contenu par thème.

¹² Voir Annexe F

Introduction – Présentation de l'étude

Bonjour, merci d'avoir accepté de me recevoir. Je suis étudiante en Master 2 « Économie Sociale et Solidaire » à l'Université Rennes 2. Cet entretien se tient dans le cadre de mon mémoire qui porte sur les villages de vacances, vecteurs du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire. L'étude se déroule sous la forme d'un entretien semi-directif, qui durera environ une heure. Avant toute chose, je souhaiterais savoir si vous êtes d'accord pour être enregistré afin d'être dans une écoute active et de retranscrire le plus fidèlement possible vos propos. Bien entendu les informations que vous me donnerez ne seront utilisées que dans le seul cadre universitaire.

Finalité : Nous avons commencé chaque entretien par une phrase introductive expliquant la raison de notre sollicitation. Il s'agit de se présenter, de présenter notre sujet d'étude et les conditions générales de l'entretien : durée, confidentialité et demande de consentement à l'enregistrement. L'objectif est d'accrocher immédiatement le répondant en le rassurant sur la nature de l'entretien et en établissant un climat de confiance.

Retour terrain : Nous pensons que l'effet recherché a fonctionné car la grande majorité des personnes interrogées n'ont pas hésité à s'ouvrir et à partager leur point de vue sur les sujets abordés. Certains ont été rassurés à l'idée que l'entretien était anonyme, par crainte de nuire ou de discréditer leur structure s'ils s'exprimaient sincèrement.

Partie 1 – Cadre et contexte de l'entretien

Thème 1 - Présentation de la personne interrogée

Question : Pouvez-vous vous présenter rapidement ?

Finalité : Nous débutons l'entretien par une partie contextualisation. Le premier thème concerne la présentation du répondant et vise à obtenir des informations sur sa formation et ses expériences professionnelles : emplois occupés, structures fréquentées, nom du poste actuel et missions associées, ancienneté dans le poste et dans la structure actuelle, etc. Le but est d'avoir un aperçu général sur l'enquêté, sachant que le parcours d'un individu oriente et justifie ses réponses. Par exemple, une personne qui a toujours travaillé dans le TSS n'aura pas le même point de vue qu'une personne qui a travaillé à la fois dans le tourisme marchand et dans le TSS. L'autre objectif est de mettre la personne à l'aise en commençant par des questions auxquelles elle est sûre de pouvoir répondre.

Retour terrain : Ce thème a été très utile puisqu'il nous a permis d'obtenir des informations essentielles sur l'enquêté, telles que l'ancienneté dans le poste et le parcours professionnel.

Thème 2 - Présentation du village vacances étudié

Question : Pouvez-vous présenter votre village de vacances ?

Finalité : Dans la même logique que le thème précédent, ce deuxième thème concerne la présentation du village de vacances et vise à obtenir des informations générales sur sa date de création, sa capacité d'accueil et d'hébergements, ses équipements et services, ses effectifs salariés, ses particularités (démarche éco-responsable, cadre de vie privilégié), etc. Le but de cette question est d'avoir une vue d'ensemble de la structure et du fonctionnement du village de vacances.

Retour terrain : En collectant des données sur le nombre d'employés permanents et saisonniers, le nombre de places disponibles et les modalités d'hébergement, nous en déduisons que l'objectif initial a été atteint.

Thème 3 – Présentation de la structure globale de la clientèle

Question 1 : Quelle est la composition de votre clientèle annuelle ?

Question 2 : Quel est le pourcentage de clients à bénéficier d'une aide d'organismes sociaux (CAF) et/ou à payer avec des moyens issus de leur CSE ?

Question 3 : Quels sont les taux de fidélisation de votre clientèle ?

Finalité : Dans ce deuxième thème, nous nous intéressons à la composition de la clientèle annuelle du village de vacances, qu'il s'agisse d'individus, de groupes, de séminaires ou d'associations locales. Nous cherchons également à connaître le pourcentage de vacanciers aidés et fidélisés. L'objectif est de se faire une idée du type de clientèle que le village de vacances est en mesure d'attirer, car c'est autour de cette clientèle que se construit l'offre touristique et que se mettent en place des actions.

Retour terrain : Cette thématique a produit l'effet souhaité en fournissant toutes les informations recherchées. Toutefois, la plupart des répondants ne disposaient pas de chiffres précis pour les pourcentages demandés et ont donc fourni une estimation approximative.

Partie 2 – Thèmes en lien avec nos questions de recherche

Thème 1 – Brassage et lien social

Question : Votre village de vacances, favorise-t-il la mixité et le lien social ?

Finalité : Nous poursuivons l'entretien avec des thèmes liés à nos hypothèses de recherche. Avec ce premier thème, nous voulons savoir si le village de vacances en question met en place des actions, visant à promouvoir à la fois la mixité sociale et le lien social au sein de la population des vacanciers. En d'autres termes, si le village de vacances parvient à rassembler des personnes d'âges, de catégories socio-professionnelles et de groupes sociaux différents.

Retour terrain : Les données récoltées sur cette thématique sont assez satisfaisantes. Cependant, plusieurs répondants n'ont évoqué que l'aspect mixité sociale, laissant de côté l'aspect lien social. Cela peut s'expliquer par la formulation de la question, dans la mesure où les personnes se sont

concentrées sur la première partie de la phrase. Il aurait peut-être été préférable de poser deux questions pour distinguer ces notions.

Thème 2 – Inclusion sociale des publics vulnérables

Question : Votre village de vacances, agit-il en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables (personnes âgées, à très faible revenu, en situation d'handicap, migrantes) ?

Finalité : Cette deuxième thématique soulève la question de savoir si le village de vacances met en place des actions pour favoriser l'insertion sociale des publics vulnérables dans les groupes sociaux. Par vulnérable, nous entendons des personnes souvent éloignées des groupes sociaux ou des vacances : les personnes âgées, les personnes à très faibles revenus, les personnes en situation d'handicap, les personnes migrantes, etc.

Retour terrain : Les informations fournies sont quelque peu biaisées, car les enquêtés se sont principalement concentrés sur deux types de public : les personnes handicapées et les personnes à faible revenu. En revanche, la situation des personnes âgées a été mentionnée par seulement quelques répondants et aucun d'entre eux n'a évoqué la situation des migrants.

Thème 3 – Culture et éducation

Question : Considérez-vous votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ?

Finalité : A travers ce thème, nous cherchons à savoir si le village de vacances est un lieu culturel et éducatif. Autrement dit, s'il propose à ses vacanciers des activités culturelles (ateliers créatifs, spectacles, randonnées pour découvrir la région et rencontrer les acteurs locaux) et/ou des programmes pédagogiques (découverte de la faune et de la flore, cours de natation, apprentissage de certaines pratiques locales, etc.).

Retour terrain : Les données recueillies sur ce thème sont plutôt pertinentes. Toutefois, plusieurs répondants se sont concentrés sur l'aspect culturel ou n'ont pas fait la distinction entre les notions de culture et d'éducation.

Thème 4 – Transition économique et sociale du territoire

Question : Votre village vacances, agit-il en faveur d'une transition économique et sociale de leur territoire ?

Finalité : Dans cette dernière thématique, nous souhaitons connaître et évaluer la contribution économique et sociale du village de vacances au territoire local. Nous cherchons aussi à déterminer s'il joue un rôle d'intermédiaire dans la relation touriste-habitant, en incitant les vacanciers à rencontrer les acteurs locaux et à acheter leurs produits et/ou services. L'objectif est de démontrer si le village de vacances est un acteur clé du territoire, agissant au profit de son développement.

Retour terrain : Ce dernier thème a largement atteint les objectifs initiaux, en fournissant des données à un niveau de satisfaction élevé. Les répondants ont été très inspirés et ont fourni un large éventail de réponses.

Conclusion

Avant de clôturer cet entretien, il y a-t-il des choses que vous souhaitez ajouter ?

Finalité : Pour conclure l'entretien, nous posons une dernière question de relance, encourageant le répondant à soulever des sujets qui n'ont pas encore été abordés mais qui pourraient être pertinents.

Retour terrain : Pour la plupart des entretiens, cette dernière question n'a suscité aucune réaction de la part des personnes interrogées, qui ont estimé avoir déjà couvert tous les sujets nécessitant une étude approfondie.

Dans l'ensemble, nous sommes assez satisfaits du déroulement de nos entretiens et des réponses que nous avons obtenues. Les personnes ont été assez réceptives à notre démarche et n'ont pas hésité à nous aider. Quant au guide d'entretien, il a été suffisamment long et nous a permis de maintenir l'attention des personnes interrogées tout en obtenant des réponses détaillées.

Cependant, nous avons observé que certains facteurs influençaient leurs réponses :

- Le format de l'entretien, à savoir la visioconférence : certains répondants n'étaient pas tout à fait à l'aise avec cet outil et nous avons rencontré quelques petits problèmes techniques (difficultés à se connecter à la réunion, mauvaise connexion Internet, défaillance du matériel, absence de son, etc.), ce qui a entraîné une perte de temps et a légèrement détourné l'attention des répondants.
- Le profil des enquêtés : certains étaient plus à l'aise à l'oral, d'autres avaient une voix plus forte, d'autres encore développaient davantage leurs réponses. Cela signifie que, pour une même grille, il y avait beaucoup de réponses différentes et la durée des entretiens pouvait varier de 25 minutes à une heure.
- La formulation des questions : involontairement, nous avons pu orienter certaines réponses.

1.3 Méthode d'analyse des données récoltées

Dans cette partie, nous présenterons la méthode que nous allons utiliser pour analyser nos entretiens semi-directifs.

Une fois les entretiens réalisés, l'étape suivante consiste à retranscrire fidèlement les enregistrements en incluant toutes les paroles, les rires et tout autre élément pertinent. Le fait d'avoir réalisé nos entretiens par vidéoconférence sur Microsoft Teams s'est avéré très utile et a facilité la retranscription. Cette plateforme permet non seulement de planifier des réunions, mais

aussi de les enregistrer et de les transcrire simultanément. Nous n'avons eu qu'à vérifier et corriger la retranscription préparée par Microsoft Teams, ce qui nous a permis de gagner un temps considérable.

Puis, nous avons procédé à une première lecture attentive de l'ensemble des retranscriptions¹³ pour nous familiariser avec les données. Nous avons résumé par la suite les informations recueillies lors de chaque entretien, classées par question, dans un tableau de synthèse¹⁴. Nous avons également indiqué quelles hypothèses de recherche avaient été validées. Nous avons répété l'opération avec les verbatims que nous avons pris le soin de trier et de synthétiser dans un second tableau¹⁵.

Nous avons ensuite entrepris une analyse thématique des verbatims. Dans un premier temps, nous avons identifié et classé les verbatims par thèmes (chaque thème correspondant à une hypothèse de recherche), puis nous avons subdivisé ces thèmes en sous-thèmes pour effectuer une analyse plus détaillée. Pour ce faire, nous avons repéré des convergences entre les entretiens afin de créer des regroupements significatifs. Cela étant, nous avons analysé chaque sous-thème en profondeur en les reliant aux hypothèses de recherche et nous avons comparé les réponses des personnes interrogées, en recherchant les similitudes et les différences entre elles.

Nous avons par la suite réalisé une analyse approfondie des verbatims à l'aide du logiciel Tropes. Ce logiciel permet d'analyser plus finement le discours des répondants, en repérant les phrases clés des discours, en déterminant les relations qui lient les différents discours (liens forts ou liens faibles entre les mots), et en produisant des représentations graphiques pour illustrer les propos tenus dans les discours. Ce logiciel permet également d'identifier le style de chaque discours, qui peut être argumentatif (discute, compare ou critique), narratif (raconte un récit à un moment donné en un certain lieu), énonciatif (établit un rapport d'influence ou révèle un point de vue) ou explicatif (décrit quelque chose ou quelqu'un). En somme, cette démarche vise à examiner le contenu des entretiens afin de dévoiler l'essence même du discours, c'est-à-dire son sens.

En définitive, notre méthodologie a consisté en une retranscription rigoureuse des entretiens, suivie d'une analyse thématique et approfondie des verbatims avec le logiciel Tropes. Cette approche nous a permis de mieux appréhender les discours des répondants et de mettre en évidence les résultats pertinents pour notre étude de terrain.

Conclusion du chapitre 1 de la deuxième partie

Ce chapitre établit les fondements de notre enquête sur le terrain, en mettant en avant les méthodes d'enquête et d'analyse des données que nous avons choisies. Tout d'abord, nous avons opté pour une méthode d'enquête qualitative, en privilégiant les entretiens semi-directifs. En ce qui concerne notre terrain d'étude, nous nous sommes concentrés sur les directeurs de villages de vacances

¹³ Voir Annexe G

¹⁴ Voir Annexe H

¹⁵ Voir Annexe I

bretons, majoritairement membres de l'UNAT Bretagne. Ensuite, nous avons élaboré un guide d'entretien qui se compose de quatre thèmes majeurs en lien direct avec nos hypothèses de recherche. Ces thèmes ont été soigneusement choisis pour cerner au mieux le sujet étudié. De plus, nous avons pris en compte les retours d'expériences dans notre réflexion, ce qui a enrichi notre approche globale. Enfin, concernant la méthode d'analyse des données récoltées, nous avons opté pour une analyse thématique des verbatims, suivie de l'utilisation du logiciel Tropes, afin d'obtenir une analyse plus fine et rigoureuse.

Maintenant que nous avons posé les bases méthodologiques de notre enquête de terrain, nous allons procéder au traitement des données récoltées et à l'interprétation des résultats qui en découlent.

CHAPITRE 2 – TRAITEMENT DES DONNÉES ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

Dans ce deuxième chapitre, nous analyserons les données recueillies et nous interpréterons les résultats. Dans un premier temps, nous présenterons les caractéristiques de notre échantillon, puis nous procéderons à une analyse thématique et approfondie des verbatims avec le logiciel Tropes. Dans un second temps, nous présenterons une synthèse générale des résultats.

2.1 Traitement et analyse des données

2.1.1 Caractéristiques de l'échantillon

Dans cette section, nous examinerons le profil des personnes interrogées et la structure des village de vacances étudiés dans notre enquête de terrain. Nous nous appuyerons sur les informations renseignées dans le tableau sociologique des structures étudiées des entretiens semi-directifs¹⁶.

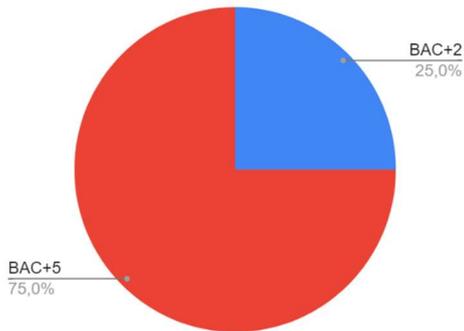
Dans un premier temps, nous allons nous intéresser au profil des enquêtés sur la base de trois variables individuelles, c'est-à-dire les critères propres aux individus tels que le genre, le niveau d'études et l'ancienneté dans le poste de direction.

Tout d'abord, notre échantillon est constitué de trois femmes et de sept hommes, soit au total dix répondants. On remarque ainsi que les hommes sont majoritaires dans notre enquête puisqu'ils représentent 70% des personnes interrogées, contre 30% de femmes.

Ensuite, on constate que toutes les personnes interrogées sont diplômées au minimum d'un BAC +2 (figure 7), bien que les niveaux BAC+5 soient surreprésentés (75%) par rapport aux niveaux BAC+2 (25%).

¹⁶ Voir Annexe E

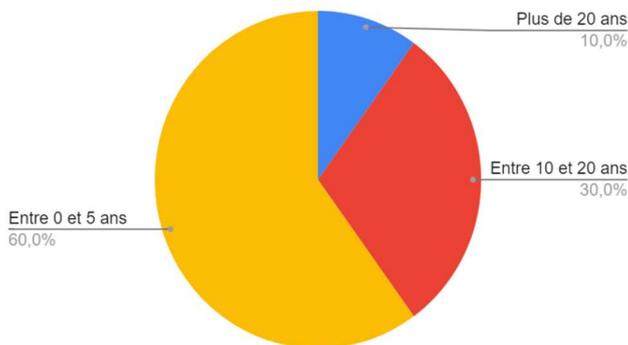
Figure 7 : Le niveau d'études



Source : Création personnelle

En ce qui concerne l'ancienneté (figure 8), la plupart des répondants occupent le poste de directeur depuis moins de 5 ans (60 %). Ensuite, 30 % d'entre eux ont une ancienneté comprise entre 10 et 20 ans, tandis que seulement 10 % sont directeurs depuis plus de 20 ans.

Figure 8 : L'ancienneté

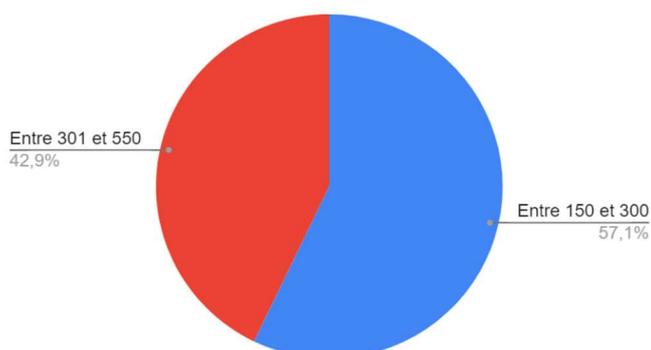


Source : Création personnelle

Dans un deuxième temps, nous allons nous pencher sur la structure des villages de vacances étudiés sur la base de deux variables : la capacité d'accueil et le nombre de permanents.

Premièrement, on remarque que la majorité des villages de vacances étudiés ont une capacité d'accueil (figure 9) comprise entre 150 et 300 places, soit 57,1% dans cet échantillon. Une proportion plus faible, 42,9%, a une capacité comprise entre 301 et 550 places.

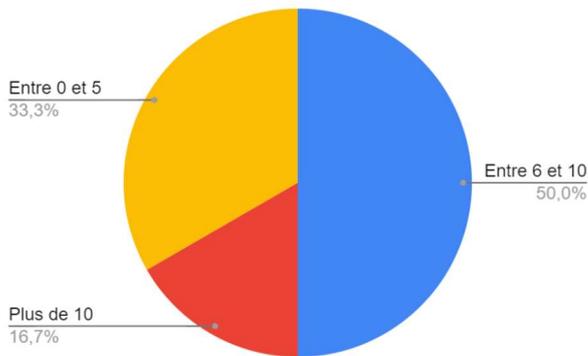
Figure 9 : La capacité d'accueil



Source : Création personnelle

Deuxièmement, en termes de personnel (figure 10), la plupart des villages de vacances concernés disposent d'une équipe permanente composée de 6 à 10 personnes (50%). Ensuite, on observe que 33,3% des villages ont entre 0 et 5 permanents, tandis que seulement 16,7% ont plus de 10 permanents (30 permanents dans le cas étudié).

Figure 10 : Le nombre de permanents



Source : Création personnelle

NB : Il convient de noter que ces pourcentages sont approximatifs en raison de l'absence de variables pour certains entretiens. Afin de compléter une partie des données manquantes, nous avons effectué des recherches sur Internet, notamment sur le réseau social LinkedIn.

En définitive, l'échantillon se compose principalement d'hommes, ayant un niveau d'études équivalent à un BAC +5 et moins de 5 ans d'ancienneté en tant que directeur de leur établissement. En ce qui concerne les villages de vacances, la majorité d'entre eux ont une capacité d'accueil allant de 150 à 300 personnes et emploient entre 6 et 10 personnes à l'année.

2.1.2 Analyse thématique des verbatims

Dans cette section, nous allons analyser les verbatims des personnes interrogées, en les classant par thème et sous-thème. Pour cela, nous nous appuyerons sur le tableau de synthèse des verbatims des entretiens semi-directifs¹⁷.

2.1.2.1 Mixité et lien social

Tout d'abord, nous allons analyser notre premier thème : la mixité et le lien social. En fonction des réponses des enquêtés, nous avons subdivisé ce thème en trois sous-thèmes :

- **La mixité dans la population de vacanciers et dans le personnel** : présence de différentes tranches d'âge et niveaux sociaux (catégories socioprofessionnelles).

Verbatims	
ESD3	« On a de tout sur les villages vacances, on a aussi bien des jeunes, on a aussi bien des familles jeunes avec des enfants en bas âge, que des familles avec des adolescents, que des seniors. »

¹⁷ Voir Annexe I

ESD4	« Au niveau de la mixité dans les groupes, [...] on voit bien qu'on a tout type de personnes qui viennent de niveaux sociaux différents. [...] On peut avoir différentes régions de France [...]. On a la mixité dans notre personnel : homme, femme, jeune, plus vieux, des gens d'ethnies différentes. »
ESD6	« Ah oui, oui, oui, bien sûr, on favorise cette mixité. Alors déjà sur le public puisque il y a tous les âges, il y a différents types de classes sociales. »
ESD7	« On a des équipes multiculturelles, c'est à dire qu'on a de tous les âges, de tout horizon et qui viennent un petit peu partout, de France ou de l'étranger. [...] Et puis vis-à-vis de de nos vacanciers, [...] on va avoir des catégories socioprofessionnelles tout à fait différentes. »
ESD8	« On peut avoir des groupes, [avec] une clientèle de personnes défavorisées jusqu'à tout le monde. »
ESD9	« Les villages chez CCAS sont faits pour que les gens de toutes catégories sociales, hein, avec des faibles ou des gros revenus, peuvent se retrouver ensemble. [...] Ils peuvent venir vraiment du Nord et du Sud. »
ESD10	« Alors au niveau de la mixité, oui, parce que du coup on a différents types de public.»

Les verbatims ci-dessus révèlent que les personnes interrogées ont des visions différentes de la notion de mixité sociale. Certaines disent promouvoir la mixité sociale en accueillant toutes les tranches d'âge (ESD3), d'autres en accueillant toutes les catégories socioprofessionnelles (ESD8).

La plupart valorisent une approche combinée, accueillant différents groupes d'âge et catégories socioprofessionnelles (ESD4, ESD6, ESD7, ESD9 et ESD10).

Quelques répondants ont également mentionné la localisation géographique comme facteur de diversité sociale (ESD4, ESD7 et ESD9).

La majorité des personnes interrogées n'envisagent la diversité sociale que parmi les vacanciers, à l'exception de deux personnes qui l'envisagent également parmi le personnel (ESD4 et ESD7).

Nous remarquons ainsi que sur dix entretiens, sept se positionnent sur ce sous-thème. Parmi ceux-ci, les entretiens n°4 et n°7 sont similaires et se démarquent en termes de contenu, couvrant tous les aspects mentionnés précédemment.

- **La mixité de fait** : addition de plusieurs canaux de distribution, aucune différence de traitement, tarification accessible à tous.

Verbatims	
ESD1	« On a des clientèles qui arrivent par des réseaux un peu différents. [...] Je pense que la mixité sociale, on la génère parce que justement on crée aucune différence. »
ESD4	« On est une politique où on accueille tout type d'organisme. [...] Il n'y a pas d'action volontaire fin on n'affiche pas quelque chose par rapport à ça mais notre clientèle est déjà mixée socialement. »
ESD5	« La mixité elle est [...] plus de fait, puisque aujourd'hui nous on fait partie de ces groupes qui accueillons tout public sans distinction de rien. [...] On travaille beaucoup sur ? Avec Booking, Ventes Privées, sur ces opérateurs. Et donc ça aussi ça nous amène une mixité. [...] Ce qu'on propose aux uns, on le propose à tous. »

ESD6	« Ils ont la même offre, voire beaucoup beaucoup de gratuité [...], en plus des tarifs accessibles. [...] On a des vacanciers captifs puisqu'ils sont déjà chez nous, on n'a pas besoin de faire de la publicité, d'ailleurs on n'en fait pas, c'est le bouche à oreille. »
ESD7	« C'est en additionnant tous les canaux de vente aussi que la mixité se fait. [...] On fait en sorte d'accueillir tout public de la même manière. »
ESD8	« Si on est moins cher que le marché, on peut dire qu'on accueille plus facilement toutes les origines sociales. [...] Au-delà de ça, j'ai pas d'action spécifique ici, on n'est pas dans l'éducatif, on n'est pas dans le social au sens accompagnement social, non, non il n'y a rien de tout ça et on n'a pas besoin en vérité. »
ESD9	« Le tarif hein que les agents payent, varient en fonction de leur quotient, voilà donc ça faut le savoir et que à la base et ben la CCAS a été ouvert justement pour que tout le monde, même les plus faibles revenus, puissent partir en vacances. »
ESD10	« On travaille avec plusieurs associations, [...] ça fait vraiment un gros panel [...] de clients potentiels et c'est vraiment de la mixité au niveau du public. [...] Il y a pas de différence quand les gens viennent. »

Il ressort de ces verbatims que les répondants ne jugent pas nécessaire de mettre en place des actions spécifiques pour favoriser la mixité sociale au sein de leur personnel et de leur clientèle. Ils estiment que la mixité sociale se fait naturellement, grâce à trois facteurs.

Tout d'abord, une grande partie des répondants estime que l'égalité de traitement entre les vacanciers, où tous bénéficient de la même prestation, joue un rôle essentiel dans la promotion de la mixité sociale (ESD1, ESD5, ESD6, ESD7 et ESD10).

Ensuite, plusieurs personnes ont mentionné la tarification accessible à tous comme facteur de mixité sociale (ESD6, ESD8, ESD9 et ESD10).

Enfin, la diversité des canaux de distribution par lesquels les vacanciers viennent en vacances (Ventes Privées, Booking, Secours Populaire, Restos du Cœur, etc.) est également perçue comme un élément favorisant la mixité sociale selon certains répondants (ESD1, ESD4, ESD5 et ESD7).

Parmi les dix entretiens réalisés, huit abordent spécifiquement ce sous-thème. En fonction des réponses données, ces entretiens peuvent être regroupés en deux catégories. Le premier groupe est constitué des entretiens n°1, n°5 et n°7, qui partagent l'idée que le brassage social est favorisé par l'égalité de traitement et à l'addition de plusieurs canaux de distribution. Le second groupe, composé des entretiens n°6 et n°10, considère que l'égalité de traitement et la tarification abordable sont les deux sources de mixité sociale. Les entretiens n°4, n°8 et n°9, en revanche, n'ont pas été classés dans un groupe parce qu'ils n'ont donné qu'un seul élément de réponse.

- **Des actions mises en place pour favoriser la mixité et le lien social** : plan de table, animations, créateur d'ambiance, prestation adaptée à toutes les clientèles.

Verbatims	
ESD2	« On essaie de mettre des créateurs d'ambiance qui vont créer du lien, donc on a des soirées à thème, je pense à des soirées crêpes, des interventions extérieures aussi de musiciens et autres pour créer du lien et forcer les gens à se rapprocher. Ça se passe aussi sur le plan de table au restaurant [...] où on mixe les populations. »

ESD6	« On a une prestation [...] de haute qualité [...]. Les personnes qui sont habituées au standing peuvent venir chez nous et s'y retrouver, donc ce qui permet à toutes les classes sociales de venir. »
ESD7	« On arrive à [faire en sorte] que cette mixité fonctionne, donc là au travers des animations qu'on va proposer, de la façon où on va installer les gens aussi aux tables du restaurant. On essaie de faire en sorte que dans la semaine, il y ait plusieurs moments de réunion. »
ESD9	« Grâce notamment au point de rencontre, les gens discutent entre eux, les gens sont plutôt avenants et nous, on mène des actions par rapport à ça, c'est à dire que via l'animation également. »

Les verbatims précédents mettent en évidence les différentes mesures mises en place par les villages de vacances étudiés pour encourager la mixité sociale et favoriser les rencontres entre vacanciers. Les répondants ont mentionné plusieurs facteurs qui contribuent à mélanger les vacanciers.

En premier lieu, certains villages de vacances facilitent les interactions sociales en proposant un bar sur place ou en utilisant un plan de table au restaurant (ESD2, ESD7 et ESD9).

Ensuite, selon les répondants, les animations telles que les soirées à thème et les interventions de prestataires locaux jouent un rôle important dans la création de liens entre vacanciers (ESD2, ESD7 et ESD9).

Troisièmement, certains villages de vacances désignent spécialement des « créateurs d'ambiance » pour favoriser les rencontres et renforcer les liens entre les vacanciers (ESD2).

Enfin, l'offre touristique favorise la mixité sociale, lorsqu'elle est adaptée à toutes les clientèles (ESD6). Par exemple, l'inclusion de prestations gratuites dans la formule de séjour, telles que les clubs pour enfants, permet d'attirer les familles et les personnes à revenu modeste. En parallèle, la proposition de prestations supplémentaires payantes, comme la thalassothérapie, répond aux besoins des catégories socioprofessionnelles supérieures qui en expriment le souhait.

Nous constatons que sur dix entretiens, seuls quatre abordent ce sous-thème. On peut donc en déduire que la majorité des villages de vacances étudiés ne mènent pas d'action particulière pour favoriser la mixité et le lien social.

Par ailleurs, les personnes interrogées lors des entretiens n°2, n°7 et n°9 ont partagé les mêmes réponses. Cette convergence des réponses permet de les rapprocher en termes de fonctionnement et de souligner leurs efforts communs pour encourager une expérience sociale enrichissante pour leurs vacanciers.

Analyse générale du thème 1 : Mixité et lien social

En résumé, l'ensemble des répondants estiment favoriser la mixité et le lien social au sein de leur structure. Cela confirme la première hypothèse de recherche : les villages de vacances sont effectivement des vecteurs de brassage et de lien social.

La majorité des répondants évoquent généralement la diversité des tranches d'âge et des niveaux sociaux parmi les vacanciers pour caractériser la mixité sociale au sein de leur village de vacances.

Il est intéressant de noter que la majorité des répondants ne mettent pas en place d'actions spécifiques pour créer de la mixité ou du lien social dans leur village de vacances. Ils estiment que cela se fait naturellement grâce à l'égalité de traitement, à une tarification abordable, aux différents canaux de distribution par lesquels les différentes clientèles arrivent et à l'égalité de traitement. Cela suggère que, pour ces villages de vacances, la mixité sociale se développe de manière organique, sans intervention spécifique de leur part. Ils mettent l'accent sur l'ouverture et l'accueil de toutes les clientèles, favorisant ainsi un environnement où les vacanciers peuvent interagir et créer des liens sociaux.

2.1.2.2 Inclusion sociale des publics vulnérables

Ensuite, nous allons nous intéresser à notre second thème : l'inclusion sociale des publics vulnérables, qui est décomposé en deux sous-thèmes :

- **Pas ou peu de réelle action en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables :** inclusion de fait, accompagnement, communication sur la condition des personnes, aménagements des locaux aux normes PMR.

Verbatims	
ESD1	« On n'a pas une démarche particulière là-dessus quoi. Mais on a des chambres adaptées. »
ESD3	« Notre rôle c'est vraiment d'accompagner, d'accueillir et d'accompagner et donc d'être vraiment dans cette écoute. [...] Mais je dirais que cette idée de promouvoir l'accès [...] ça vient au-dessus de ceux qui nous fédèrent, qui nous dirigent. »
ESD5	« On n'a pas besoin en fait. Les seules actions qu'on peut avoir nous, c'est dans la communication. [...] Moi, je suis pour l'inclusion de fait. [...] On fait tout pour aider, [...] on met les chambres dans la condition de leur réception. Mais en aucun cas, on va se transformer en hôpital. »
ESD7	« On fait attention à respecter la législation et à pouvoir accueillir des personnes ... un public handicapé par exemple en gardant un nombre de chambres PMR suffisamment important. »
ESD8	« On n'est pas dans le social au sens accompagnement social. [...] On n'a pas de projet, il y a aucune demande pour tout vous dire. »

Effectivement, d'après ces extraits, il est clair que les répondants n'ont pas mis en place d'actions spécifiques pour promouvoir l'inclusion sociale des publics vulnérables. Cependant, ils témoignent d'un engagement à accompagner ces personnes pour assurer le bon déroulement de leur séjour de vacances.

La majorité des répondants mentionnent qu'ils veillent à ce que leurs locaux soient conformes aux normes relatives aux personnes à mobilité réduite, ce qui leur permet d'accueillir des personnes âgées ou en situation d'handicap (ESD1, ESD5 et ESD7).

D'autres soulignent l'importance de communiquer auprès des autres vacanciers et du personnel sur la condition des personnes vulnérables accueillies, dans le but de promouvoir leur inclusion effective (ESD5).

Sur dix entretiens, la moitié d'entre eux abordent ce sous-thème. Cela suggère qu'il existe une conscience de la nécessité d'adapter les prestations pour ces publics, bien que des actions plus spécifiques pour favoriser leur intégration pourraient être envisagées dans certains cas.

- **Des actions menées en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables** : repas conviviaux pour des personnes isolées socialement, prise en charge de personnes handicapées pour des missions temporaires ou pour les intégrer dans le club enfant.

Verbatims	
ESD2	« Je pense à l'ANCV par exemple et à l'opération Seniors en vacances auxquelles nous participons. [...] [On a aussi les] Séjours Partage [qui] sont des séjours qui vont associer des jeunes en formation d'aide à la personne avec des aînés qui sont en EHPAD, qui sont écartés des vacances. [...] Je pense à des séjours qui s'appellent des Vraies Vacances qui cherchent à aider des familles qui ont un enfant handicapé. [...] Nous avons aussi des activités sociales [...] qui s'appellent Partir pour rebondir [...] [pour] des agriculteurs ou des personnes issues du monde agricole [...], repérées par des travailleurs sociaux comme étant en grande difficulté. »
ESD4	« On est en train de travailler sur le fait que ces personnes en situation de handicap, ces jeunes, participeront aux animations, mettront en place des animations. [...] Même au niveau du personnel : on a beaucoup de gens qui sont en situation compliquée, beaucoup de mi-temps thérapeutiques, beaucoup de choses comme ça qu'on intègre dans le personnel, qui sont eux intégrés au milieu du public. »
ESD6	« Il y a un IME avec qui je rentre en partenariat, donc il y a une jeune fille autiste qui va venir en cuisine avec nous pendant 15 jours et derrière, on enclenchera des partenariats sur des séjours. [...] On a l'idée de proposer aussi des moments de décompression ou des séjours à thèmes pour les enfants dysphasiques, dyspraxiques [...] et peut-être aussi pour les mamans. »
ESD9	« L'année dernière, pendant [...] [les] vacances de fête [...], on a accueilli des personnes avec un faible taux de social, [...] qui ont appris à se connaître et je pense qu'ils ont gardé un lien entre eux. [...] On accueille des séjours pluriels. [...] Ce sont des personnes [...] qui sont malheureusement dans l'incapacité de voyager et de venir prendre des vacances seules. [...] Ils vont faire partie intégrante de l'activité [...], ils vont prendre le repas avec nous dans la salle de restaurant [...] et se mélanger justement aux autres bénéficiaires. Également au niveau des activités animations donc ils participent hein ? »
ESD10	« [Il y a] Evasion Handicap [...], [où] on travaille sur le handicap de l'autisme. [...] On essaie vraiment de les intégrer au maximum pour que eux ne se sentent pas rejetés, que la famille soit contente aussi, qu'elle puisse avoir du temps aussi pour souffler un petit peu. [...] Il y a Vacances et Familles aussi [...], c'est des personnes qui sont de milieux un petit peu défavorisés et [...] qui vont venir chez nous pour passer des vacances et [...] découvrir un petit peu des activités qu'ils ne connaissent. »

Il ressort de ces verbatims que les personnes interrogées participent activement à la mise en place d'actions en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables, tant parmi les vacanciers que parmi le personnel.

La plupart des répondants mettent en place des actions en faveur de personnes en grande difficulté ou écartées des vacances, dont les personnes âgées (ESD2, ESD4, ESD9, ESD10). Ils organisent, par exemple, des repas conviviaux pour faire se rencontrer des personnes isolées ou malades. Ils peuvent également faciliter le départ en vacances de personnes défavorisées, en leur faisant découvrir la région et en proposant diverses activités.

Ils mettent également en œuvre des mesures pour favoriser l'inclusion sociale des personnes en situation d'handicap (ESD2, ESD4, ESD6, ESD10), telles que l'intégration d'une personne handicapée dans le personnel pour des missions temporaires ou la prise en charge d'enfants handicapés au sein du club enfant, pour soulager les parents et favoriser leur intégration grâce à des activités adaptées.

Bien que les actions soient propres à chaque organisation, on constate que certaines d'entre elles sont plutôt similaires d'un village de vacances à un autre. C'est notamment le cas des villages de vacances des entretiens n°2, n°6 et n°10 qui se rapprochent, en accueillant et en prenant en charge des enfants handicapés (autistes, dysphasiques ou dyspraxiques) pour offrir un temps de répit aux familles.

Sur les dix entretiens réalisés, la moitié agissent en faveur de ce sous-thème. Sur ces cinq entretiens, seuls deux traitent l'inclusion sociale des membres du personnel (ESD4 et ESD6) et aucun ne mentionne le public migrant. Cela indique que même si des efforts sont faits dans certains domaines, d'autres possibilités d'inclusion sociale pourraient être explorées, notamment en impliquant davantage le personnel et en étendant les actions aux personnes migrantes.

Analyse générale du thème 2 : Inclusion sociale des publics vulnérables

En conclusion, les réponses recueillies montrent qu'il y a autant de villages de vacances qui mettent en œuvre des actions en faveur de l'inclusion sociale des groupes vulnérables que de villages de vacances qui ne le font pas. La deuxième hypothèse de recherche, selon laquelle les villages de vacances agissent en faveur de l'inclusion sociale des groupes vulnérables, n'est donc pas retenue.

2.1.2.3 Culture et éducation

Puis, nous allons nous pencher sur notre troisième thème : la culture et l'éducation. Il comprend deux sous-thème :

- **Des activités culturelles** : animations thématiques, interventions de prestataires extérieurs locaux, randonnées découverte, spectacles, bibliothèque.

Verbatims	
ESD1	« Il n'y a pas une chose en restauration, en animation, en jeux d'animation, en visite, en soirée qui n'amène pas vers de la découverte et de la culture. Alors, tout le programme enfant, tout le programme adulte, toutes les soirées, toutes les activités, elles parlent que de Bretagne ou de mer ou de milieux marins ou de découverte. [...] Il y a une bibliothèque et aujourd'hui, il y a 220 livres au dernier recensement, qui parlent essentiellement de Bretagne, de mer, de contes et légendes. »
ESD2	« Sur la partie adulte, on fait venir des intervenants [...]. On fait venir des humoristes, des musiciens, on programme des concerts. »
ESD3	« Il y a [...] les tournées culturelles de la CCAS. [...] Il y a tout cet aspect justement aussi de faire venir des prestataires [...] en échange de prestations où ils viennent sur les villages vacances, ils sont logés, nourris et puis ils viennent proposer un atelier. [...] On fait aussi ce qu'on appelle des balades découverte et partage. »
ESD4	« Ce n'est pas là où on n'est les meilleurs. Par contre, on s'appuie sur des associations qui viennent ici. On fait des championnats de scrabble. [...] On accueille beaucoup de groupes de musique locaux. [...] On fait des randonnées commentées donc sur mer, sur terre, donc on a nos animateurs qui connaissent très bien la région. [...] On va faire de l'ostréiculture, on va faire une dégustation avec toujours une explication. [...] Au niveau des spectacles ici, on en monte beaucoup nous-mêmes donc on travaille avec des artistes qui sont résidents chez nous. »
ESD5	« On est un village thématiqué. Et notre thématique, c'est l'expérience celtique : on est en Bretagne, on est dans un endroit très marqué par la culture celtique bretonne, maritime, donc on essaie toujours d'avoir des animations qui sont tournées vers ça. [...] On fait visiter des sites de proximité. [...] On fait tout ce qui est visite, découverte, on fait beaucoup de randonnées. [...] On fait aussi des initiations crêpes, des jeux bretons. »
ESD6	« Il y a une partie de nos objectifs qui est la découverte de la Bretagne. On organise des excursions où on va vers les lieux mythiques du coin, on utilise le GR 34 pour se promener et découvrir les lieux. [...] On fait venir des groupes bretons, on apprend la danse bretonne, on apprend des mots en Breton, on mange des crêpes, on explique. »
ESD7	« Dans le programme d'animation qu'on va proposer, on fait en sorte qu'ils sortent, qu'ils découvrent des prestataires locaux, qu'ils aillent se balader avec des explications. »
ESD8	« Hier soir, [...] j'ai fait venir une troupe de théâtre d'auteurs. [...] On a la tournée CCAS. [...] Notre idée nous, c'est une projection sur le territoire avec des visites culturelles tout autour, c'est à dire qu'on a quotidiennement des sorties vers du patrimoine, vers la découverte de la nature. [...] L'offre culturelle est à la fois instituée avec une offre spectacle. »
ESD9	« Il y a beaucoup d'activités [...] : le kayak, le paddle, la randonnée mais également des nouvelles activités qui n'existaient pas il y a quelques années, comme le Longe-Côte. [...] Nous avons notre animateur qui est originaire d'ici et qui répond volontiers aux questions des bénéficiaires. [...] On a beaucoup de jeux de société, on a beaucoup de livres. [...] On est aussi [...] très présent sur les échecs [...] et souvent on a quelqu'un, un intervenant l'été qui justement propose des initiations aux échecs. »
ESD10	« On fait des animations sur la Bretagne [...]. On va faire une soirée spéciale Bretagne où on fait des quiz, où on fait des petits jeux là-dessus. Mais après, découvrir la culture bretonne, on le fait pas spécialement. Voilà, on travaille avec un partenaire [...], c'est le musée vivant des vieux métiers. »

En se référant aux verbatims ci-dessus, nous constatons que tous les villages de vacances étudiés mènent des actions culturelles similaires, même si certains affirment que ce n'est pas leur but principal (ESD4 et ESD10).

Premièrement, la grande majorité des villages de vacances établissent des partenariats avec des prestataires extérieurs locaux afin d'offrir des expériences culturelles enrichissantes aux vacanciers. Ces partenariats peuvent inclure l'intervention de musiciens, de troupes de théâtre, d'ostréiculteurs proposant des dégustations accompagnées d'explications, ainsi que des ateliers spécifiques tels que la sophrologie, la peinture, l'origami et le yoga (ESD2, ESD3, ESD4, ESD6, ESD7, ESD9 et ESD10).

Pour permettre aux vacanciers de découvrir le patrimoine, la nature et les sites touristiques à proximité, certains établissements proposent des randonnées, des excursions et/ou des visites guidées (ESD3, ESD4, ESD5, ESD6, ESD7 et ESD8). Ces activités sont souvent encadrées par des animateurs qui connaissent bien la région et qui fournissent des explications pertinentes.

Ensuite, les répondants ont généralement tendance à proposer des animations thématiques liées à la région dans laquelle se trouve le village de vacances (ESD1, ESD5, ESD6, ESD9, ESD10). En Bretagne, par exemple, les villages de vacances organisent des soirées crêpes et des jeux bretons.

D'autres proposent une programmation de spectacles et de concerts, soit en collaborant avec des artistes (danseuses, magiciens, etc.) qu'ils hébergent sur place, soit en profitant des tournées culturelles organisées par la CCAS (ESD2, ESD3, ESD4 et ESD8).

Enfin, certains établissements mettent des bibliothèques à disposition des vacanciers, comme cela a été observé dans les entretiens n°1 et n°9.

- **Des activités éducatives** : programme pédagogique pour les enfants, apprentissage de certaines pratiques (cours de natation, etc.).

Verbatims	
ESD2	« Sur toute la partie collective, on a des éducateurs voile kayak qui sont présents, qui servent les prestations. »
ESD3	« Nous sur les villages vacances Touristra, il y a eu beaucoup d'apprendre à nager aux enfants gratuitement. »
ESD4	« On fait une ligue de poker tous les lundis soir et on apprend aux gens qui veulent à jouer au poker et on joue avec les gens qui savent jouer. [...] On a des cours de plongée dans la piscine, on a aussi des cours de natation, on a des cours de nage en sirène. »
ESD5	« On va aussi bien faire du matelotage pour apprendre à faire des nœuds marins, [...] expliquer aussi en même temps à quoi servaient ces nœuds et comment on peut les détourner pour les utiliser à la maison par exemple. »
ESD7	« On a entre autres aussi une crèche, des clubs enfants sur place pour lesquels il y a un programme pédagogique qui est mis en œuvre. [...] On leur fait cuisiner les produits bretons. Voilà qu'ils ont aussi appris quelque chose et qu'ils découvrent l'environnement. »

En analysant ces extraits, nous remarquons que certains villages de vacances vont au-delà des activités culturelles, en proposant également des activités éducatives. Par exemple, certains villages de vacances offrent des cours de natation pour les enfants (ESD3, ESD4), d'autres apprennent aux vacanciers à faire du kayak, de la voile (ESD2), à jouer au poker (ESD4) ou à faire des nœuds marins (ESD5).

Certains vont encore plus loin en se consacrant pleinement à l'aspect éducatif et en proposant des programmes pédagogiques spécialement conçus pour les enfants. Ces programmes permettent aux jeunes vacanciers de découvrir la nature, d'interagir avec les animaux, de participer à des ateliers culinaires mettant en valeur les produits locaux, et bien plus encore (ESD7).

Il est intéressant de noter qu'au cours des dix entretiens, cinq villages de vacances ont mis en avant ce sous-thème en proposant des activités éducatives enrichissantes, soulignant ainsi leur engagement envers le développement des connaissances et l'apprentissage de leurs clientèles.

Analyse générale du thème 3 : Culture et éducation

En fin de compte, les réponses obtenues révèlent que toutes les personnes interrogées ont exprimé leur approbation envers cette thématique, mais avec une mise en avant plus marquée de l'aspect culturel par rapport à l'aspect éducatif. En effet, tous les villages de vacances proposent des activités culturelles à leurs clientèles, mais certains d'entre eux offrent également des activités éducatives destinées principalement aux enfants. Cela confirme partiellement la troisième hypothèse de recherche, à savoir que les villages de vacances sont des lieux à la fois culturels et éducatifs. Nous retiendrons uniquement le côté culturel étant donné qu'il a été validé à 100% par les répondants, contrairement à l'aspect éducatif qui n'a été soutenu que par 50% d'entre eux.

2.1.2.4 Transition économique et sociale du territoire

Enfin, nous allons nous concentrer sur notre quatrième et dernier thème : la transition économique et sociale du territoire, qui est divisé en trois sous-thèmes :

- **La création d'emplois au niveau local.**

Verbatims	
ESD1	« Il y a aujourd'hui 30 salariés. Et donc il y en a 29 qui habitent dans un rayon de 15 km. »
ESD2	« On doit être le deuxième employeur de la commune, hein ici. »
ESD3	« On essaie aussi d'embaucher en local, ça c'est sûr. C'est sûr aussi que c'est bien, [...] d'avoir des animateurs en local parce qu'ils connaissent leur territoire et que sur ce, ils peuvent bien en parler. »
ESD4	« Plus de 80% des permanents sont des locaux. [...] Je crois savoir qu'on est le plus gros employeur de la commune. »
ESD5	« Donc embauche locale. Dans mon staff, je dois avoir un peu plus de 50% des personnes qui sont en local. »

ESD6	« <i>Quand on salarie du personnel pour pratiquement à 300 000€ et c'est que des salariés du coin. »</i>
ESD7	« <i>On a des gens aussi du coin qui viennent travailler. Donc quoi qu'il arrive, ça crée de l'emploi donc c'est intéressant aussi pour la dynamique locale. »</i>
ESD9	« <i>Au niveau du bassin de l'emploi, on essaie de travailler justement avec le local. »</i>
ESD10	« <i>Alors tous ceux qui travaillent l'année [...] sont du coin. [...] [Ils ont] 15 km à faire au maximum, voilà, ils ont dix minutes de voiture. »</i>

Les verbatims précédents soulignent clairement que l'impact premier des villages de vacances sur le territoire est leur contribution à la promotion de l'embauche locale. Certains sont même considérés comme les plus gros employeurs de leur commune (ESD2 et ESD4). Cette approche présente des avantages indéniables, notamment en matière d'animation, puisqu'un animateur local connaissant bien la région sera mieux à même de faire découvrir ses richesses aux vacanciers (ESD3).

Sur les dix entretiens menés, seul un village de vacances n'embauche pas l'essentiel de son personnel localement. Cet accent mis sur l'embauche locale souligne l'importance pour ces établissements de s'impliquer dans la dynamique économique et sociale de leur environnement, via la création d'emplois locaux.

- **Une collaboration avec les habitants et les acteurs locaux** : travailler avec des prestataires pour la restauration, l'entretien et l'animation ; accueillir les habitants et les associations ; encourager les vacanciers à rencontrer les acteurs locaux et à leur faire acheter ou consommer leurs produits ou services.

Verbatims	
ESD1	« <i>Il y a une grande partie de nos fournisseurs qui sont locaux. [...] On fait de la restauration régionale. [...] Il y a le garagiste, l'entretien des tondeuses, euh les fournitures, les produits d'entretien fin des choses comme ça. Ça aussi c'est local. »</i>
ESD2	« <i>On fait tourner des producteurs locaux au niveau des huîtres, au niveau des légumes, on essaie de se rapprocher dans les circuits courts de plus en plus. [...] On est un village ouvert, ils viennent et on leur fait découvrir la région, donc on va manger dans les restaurants à côté, on sort, on va bénéficier des musées des différents sites à côté, c'est l'objectif. »</i>
ESD3	« <i>Il y a tout l'aspect qui concerne les activités. [...] On fait des petits marchés aussi, donc là on fait venir aussi des producteurs locaux et de l'artisanat aussi qui fait que les gens vont découvrir ça aussi. »</i>
ESD4	« <i>On travaille en circuit court le plus possible. [...] On reçoit des groupes locaux. [...] Tout ce qui est balade, bah on les amène au cœur des villages donc à la rencontre, [...] on les envoie sur le marché. Et on fait venir des foodtruck [...] qui sont des gens du local. Tout ce qu'est croisière, [...] bah on prend des petits acteurs locaux qui travaillent avec nous. [...] On accueille [...] les clubs du « troisième âge » qui viennent faire un repas le midi, [...] des assemblées générales d'association. »</i>
ESD5	« <i>Les associations locales, on essaie de les recevoir au maximum. [...] On travaille avec des petites entreprises locales. Les intervenants, musiciens et autres, je l'ai fait venir, ce sont des gens du coin. Et en fait, quand je vous parlais de mon développement</i>

	<i>business, [...] c'est pour que les entreprises locales qui ont du mal à trouver des hébergements pour leur staff quand ils viennent en formation, en séminaire ou pas, je puisse les loger. »</i>
ESD6	<i>« On accueille aussi des associations locales qui peuvent venir faire des séminaires. [...] Quand on dépense 200 000€ dans l'alimentation, qu'on commande des produits locaux, [...] quand on a des prestataires pour l'entretien pour 20- 30 000€... [...] C'est être un acteur local, [mais il faut] être connu en tant que tel. [...] On commande le cidre Menez Brug qui est à 500 mètres du centre et les touristes vont acheter ces produits. »</i>
ESD7	<i>« On est sur du partenariat avec nos prestataires justement sur tout ce qui est activité. [...] Quand on va aller voir notre prestataire, lui il va pouvoir commencer avec de la trésorerie son année et il sait déjà qu'on va lui acheter tant de sorties paddle, [...] ça lui permet de vivre, ça lui fait connaître aussi bah de futurs clients. [...] On va privilégier aussi quelques achats en local, voire très local. »</i>
ESD8	<i>« On travaille directement avec les fournisseurs locaux. [...] On a des visites de biscuiterie locale, [...] des cidreries. [...] On a des guides pays [...] qui font certaines animations type algues, etc. »</i>
ESD9	<i>« Au niveau du territoire, [...] on a avec d'autres centres de vacances un accord, hein. Nous prenons le même fournisseur, par exemple le produit Coca Cola, il faut savoir qu'en Bretagne, on a par exemple le Breizh Cola. [...] Et on a aussi du local, l'exemple typique, c'est la boulangerie. [...] Le maximum, on essaie de prendre local. »</i>
ESD10	<i>« Quand les clients arrivent, on leur explique vraiment tout ce qu'il y a à faire sur le village vacances mais on leur donne aussi un petit guide sur tout ce qu'il a à faire dans la région. [...] On travaille avec les partenaires locaux. [...] On a deux restaurants au niveau du village vacances, on envoie les clients chez eux. [...] Sur toutes les visites culturelles, on a un partenariat avec certains prestataires. »</i>

A partir de ces verbatims, nous constatons que l'ensemble des villages de vacances travaillent avec des prestataires locaux pour la restauration et l'entretien des sites (espaces verts, véhicules, etc.), afin de favoriser les circuits courts.

Par ailleurs, certains s'associent également à des acteurs locaux pour l'animation (ESD2, ESD3, ESD4, ESD6, ESD7, ESD8 et ESD10). Ces animations peuvent prendre la forme de balades découverte, d'interventions d'acteurs locaux directement sur le site ou de visites d'entreprises locales telles que des biscuiteries ou des cidreries. L'objectif est de permettre aux vacanciers de rencontrer les acteurs locaux et de les inciter à acheter ou à consommer leurs produits ou services. Cette approche rejoint le sous-thème des activités culturelles.

Enfin, certains villages de vacances vont jusqu'à accueillir les habitants, notamment les personnes âgées pour des repas le midi ainsi que les salariés du coin qui ont besoin d'un logement. Ils ouvrent aussi leurs portes aux associations et entreprises locales pour des assemblées générales ou des séminaires (ESD4, ESD5 et ESD6). Ce point rejoint le sous-thème des actions visant à l'inclusion sociale des groupes vulnérables.

Cette ouverture sur l'extérieur contribue à créer un lien solide avec la communauté environnante et à soutenir le développement local.

- **En relation avec les mairies et les élus locaux.**

Verbatims	
ESD2	« On est en échange permanent avec les élus locaux qui nous connaissent. »
ESD5	« Je travaille beaucoup avec la mairie, on a un bon relationnel. On se prête du matériel, ils voulaient du terrain, je leur ai filé du terrain en échange, ils m'ont donné des pierres pour mettre dans le parc. »
ESD7	« On a des partenariats [...] avec des mairies qui permettent de faire venir des séjours aidés à moindre coût. »
ESD10	« On essaye vraiment de travailler avec les mairies. »

Il ressort de ces verbatims que certains enquêtés entretiennent des liens étroits avec les mairies et les élus locaux. Ces relations prennent la forme d'échanges permanents (ESD2) dans le but de se rendre mutuellement des services, tels que le prêt de matériel, la mise à disposition de terrains (ESD5) ou l'accueil de groupes envoyés par la municipalité (ESD7). Ces collaborations contribuent à renforcer les liens entre le village de vacances et son environnement local, créant une dynamique d'entraide et de coopération bénéfique à l'ensemble des acteurs.

Analyse générale du thème 4 : Transition économique et sociale du territoire

En conclusion, l'ensemble des répondants convergent vers un constat : leur impact économique et social sur le territoire est indéniable. Leurs collaborations étroites avec les prestataires locaux pour la restauration, l'entretien et l'animation leur permettent de se considérer comme des acteurs locaux engagés dans la dynamique locale. De plus, leur politique de recrutement majoritairement locale contribue à générer des emplois au sein de la communauté environnante. Ces constats viennent confirmer la dernière hypothèse de recherche, qui met en évidence le fait que les villages de vacances agissent en faveur d'une transition économique et sociale du territoire. En d'autres termes, ils contribuent activement à l'économie locale, à la création de richesses pour le territoire et au développement des relations de proximité.

Toutefois, le répondant de l'entretien n°6 se démarque par une vision différente de son rôle au niveau local. Selon ses dires : « Être un acteur local, c'est être reconnu comme acteur local et aujourd'hui, on n'est pas encore reconnu comme un acteur local. Les commerçants le diront mais si on ne communique pas, on ne rencontre pas les élus, on leur explique ce que l'on fait, qui l'on est, qu'on dépense par an 200 000€ en alimentation, qu'on dépense par an 40 000€ d'entretien et qu'on sous-traite et qu'on prend des prestataires locaux ... Les élus n'ont pas du tout cette vision et pour eux, on a déjà de la chance d'être là parce qu'ils sont sur un bel endroit ». Bien qu'il reconnaisse sa contribution significative à l'économie locale, en faisant appel à des prestataires locaux pour mener à bien son activité, cet établissement ne se considère pas comme un acteur local, car il n'est pas officiellement reconnu comme tel par les élus locaux. Selon lui, il est primordial d'aller à la rencontre des élus pour leur expliquer qui ils sont et quelle est leur contribution à l'économie locale. Il insiste également sur l'importance d'intensifier les efforts de

communication pour mieux se faire connaître localement. Cette perspective souligne la volonté du village de vacances de faire connaître pleinement son rôle et son impact positif sur la communauté locale. Il cherche activement à renforcer sa légitimité en tant qu'acteur local engagé.

2.1.3 Analyse approfondie des verbatims avec le logiciel Tropes

Dans cette section, nous approfondirons notre analyse thématique des verbatims à l'aide du logiciel Tropes. Nous réutiliserons le tableau synthétique des verbatims¹⁸ pour le soumettre à notre logiciel d'analyse.

Tout d'abord, le texte présente un style argumentatif dans lequel les répondants s'impliquent en discutant, comparant ou critiquant dans le but de nous persuader. En ce qui concerne la mise en scène, ils adoptent une approche dynamique en mettant l'accent sur les verbes d'action pour exprimer de manière percutante les faits.

Ensuite, nous avons les Propositions remarquables qui sont des énoncés clés résumant les parties les plus marquantes du discours. Elles introduisent des thèmes ou des personnages importants, expriment des événements essentiels à la progression du discours comme des causes, des conséquences, des résultats ou des objectifs. Les propositions remarquables identifiées dans ce texte sont axées sur la mixité et le lien social (classes sociales, âges, ouvrier hautement qualifié, cadre), la culture et l'éducation (animations, bibliothèque, programme et club enfant, spectacles, découverte) et le développement du territoire (personnel du coin). En revanche, le logiciel ne mentionne à aucun moment le thème de l'inclusion sociale dans ce paramètre.

Puis, nous avons les Univers de référence qui représentent le contexte général dans lequel le discours prend place. On retrouve principalement les mots suivants : loisir et voyage (vacances, séjours, tourisme), lieu (territoire, région, site), commerce (prix, marché, artisanat, commerçants, fournisseurs, achat), catégorie professionnelle (employeur, personnel, ouvriers, cadres), famille (ménages, grands-parents, parents, enfants), spectacle (acteurs, scénaristes, théâtre, danse), alimentation (crêpes, pain, miel, légumes, fruits de mer, biscuiterie), groupe social (association, Restos du Cœur, Secours Catholique, troisième âge), santé (thalasso, hôpital, infirmière, handicap, thérapeutique, EHPAD, autiste, pathologies, fauteuil roulant), ville (mairies, commune, habitants, communauté de communes). L'ensemble des thèmes sont ainsi couverts, abordant des sujets tels que la catégorie professionnelle, la famille et le groupe social pour le thème de la mixité ; la santé pour le thème de l'inclusion sociale des publics vulnérables ; le spectacle pour le thème de la culture ; le lieu, le commerce, l'alimentation et la ville pour le thème de la transition économique et sociale du territoire. On observe une mise en évidence plus prononcée des thèmes de la mixité et de la transition économique et sociale du territoire, en raison de la présence de multiples catégories associées à ces derniers.

¹⁸ Voir Annexe I

Enfin, nous avons les Références utilisées qui englobent les noms communs et les noms propres regroupés en classes d'équivalents sémantiques. Les références utilisées constituent le cœur des sujets traités dans le discours, incluant la mixité, le local, l'inclusion et le lien. Toutefois, il est important de noter que le thème de la culture n'est pas représenté dans cet item.

En définitive, l'analyse à l'aide du logiciel Tropes nous a permis de constater que le style de texte est argumentatif et que la mise en scène est dynamique, axée sur l'action. Cette approche a également mis en évidence de manière plus marquée certains thèmes présents dans les discours des enquêtés, comme la mixité et le lien social, ainsi que la transition économique et sociale du territoire. Ces sujets se retrouvent dans l'ensemble des paramètres examinés : les Propositions remarquables, les Univers de Référence et les Références utilisées. Cependant, les thèmes de l'inclusion sociale et de la culture sont moins saillants. En effet, l'inclusion n'a pas été relevée dans les Propositions remarquables, tandis que le thème culturel n'apparaît pas dans les Références Utilisées.

Pour aller plus dans notre analyse avec ce logiciel, il serait intéressant d'examiner les paramètres restants, tels que les scénarios, les relations, les catégories fréquentées, les notions d'actés et d'actants, les verbes et les adjectifs, ainsi que les épisodes et les rafales. Cela nous permettrait d'obtenir une vue plus complète et détaillée des différentes dimensions des discours étudiés.

2.2 Synthèse générale des résultats

Dans cette dernière partie, nous ferons une synthèse des résultats obtenus et les mettrons en relation avec nos hypothèses de recherche pour les valider ou non. Nous nous appuierons sur le tableau de synthèse des verbatims¹⁹, qui indique quelles hypothèses ont été validées pour chaque village de vacances étudiés.

NB : Le tableau des verbatims n'est pas précis, car il ne fait pas de distinction entre les hypothèses validées partiellement et celles validées entièrement. Seulement, dans cette partie, une hypothèse sera validée si la majorité des répondants ont statué en faveur.

Pour rappel, nous avons quatre hypothèses de recherche à vérifier sur le terrain :

1. Les villages de vacances sont des vecteurs de mixité et de lien social.
2. Les villages de vacances favorisent l'inclusion sociale des publics vulnérables, à savoir les personnes âgées, les personnes à faible revenu, les personnes en situation d'handicap ou les personnes migrantes.
3. Les villages de vacances sont des lieux culturels et éducatifs.
4. Les villages de vacances agissent en faveur d'une transition économique et sociale de leur territoire.

¹⁹ Voir Annexe H

Tout d'abord, les villages de vacances étudiés ont validé la première hypothèse de recherche, car tous favorisent la mixité sociale et le lien social au sein de leur structure. La mixité est comprise par la plupart des répondants comme la présence de personnes de différents âges et catégories socioprofessionnelles parmi les vacanciers. Certains répondants mentionnent également la mixité géographique et parmi le personnel. La majorité des enquêtés déclarent ne pas mettre en place de mesures spécifiques pour créer de la mixité, car celle-ci se développe naturellement grâce à des tarifs abordables, des canaux de diffusion diversifiés et un traitement égalitaire des vacanciers. Ainsi, les villages de vacances privilégient l'ouverture et l'accueil de toutes les clientèles, créant un environnement propice à l'interaction et à la création de liens sociaux entre les vacanciers. Néanmoins, quelques-uns s'engagent activement dans des actions telles que l'organisation de plans de table, d'animations thématiques, l'invitation d'intervenants extérieurs et la présence de « créateurs d'ambiance » pour encourager davantage la mixité sociale et le lien social.

Ensuite, la deuxième hypothèse n'est pas confirmée car il y a autant de répondants engagés dans des actions en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables que de répondants n'en menant pas. D'un côté, certains répondants s'impliquent activement en accompagnant les personnes en difficulté pour assurer le bon déroulement de leur séjour, en adaptant les services et les installations aux normes PMR et en communiquant leur condition auprès des vacanciers et du personnel pour favoriser leur inclusion effective. Cela montre une prise de conscience de la nécessité d'adapter les prestations pour ces publics, mais des actions plus spécifiques pour favoriser leur intégration pourraient être envisagées dans certains cas. D'un autre côté, un deuxième groupe de répondants met en œuvre des mesures socialement inclusives, telles que la proposition de repas conviviaux pour les personnes isolées, comme les seniors vivant seuls, et l'intégration d'une personne en situation de handicap dans le personnel pour une mission déterminée. Ils favorisent également l'inclusion en accueillant et en intégrant des enfants handicapés au sein du club enfant grâce à des activités adaptées à leurs capacités, ainsi qu'en proposant des temps de repos pour les parents. Cependant, il est important de noter qu'il y a peu de considération pour l'inclusion du personnel et aucune pour les personnes migrantes. Cela indique qu'il existe des opportunités d'amélioration concernant l'inclusion sociale, notamment en impliquant davantage le personnel et en étendant les actions aux migrants.

La troisième hypothèse est partiellement validée car bien que certains villages de vacances mènent des actions à la fois culturelles et éducatives, la majorité se concentre uniquement sur le volet culturel. En ce qui concerne le volet culturel, la plupart des villages de vacances établissent des partenariats avec des prestataires locaux tels que des musiciens, des troupes de théâtre, des ostréiculteurs proposant des dégustations accompagnées d'explications sur leur métier et leur savoir-faire. Des ateliers spécifiques sont également organisés, tels que la sophrologie, la peinture, l'origami et le yoga pour offrir des expériences culturelles enrichissantes à leurs vacanciers. Des randonnées, des excursions et des visites guidées, généralement encadrées par des animateurs locaux, permettent aux visiteurs de découvrir le patrimoine touristique et la nature de la région.

Certains villages proposent également des animations thématiques en lien avec la région d'implantation, comme des soirées crêpes ou des jeux bretons pour la Bretagne. Des spectacles et des concerts sont également inclus dans la programmation culturelle, en collaboration avec des artistes résidents ou en profitant des tournées culturelles de la CCAS. Des bibliothèques sont également disponibles dans certains centres, permettant à chaque vacancier d'emprunter un livre à sa convenance. Quant au volet éducatif, les villages de vacances concernés proposent des programmes pédagogiques pour permettre aux enfants de découvrir la nature, les animaux, de participer à des ateliers de cuisine avec des produits locaux, d'apprendre à nager, etc. Des initiations à l'apprentissage de la voile, du poker et des nœuds de marins sont également proposées aux vacanciers. Ainsi, ces villages s'engagent activement dans le développement des connaissances et des compétences de leurs vacanciers, en offrant des activités éducatives et formatrices.

Enfin, la dernière hypothèse est confirmée car tous les villages de vacances étudiés ont un impact économique et social sur leur territoire. Premièrement, ils collaborent tous avec des fournisseurs locaux pour l'alimentation, l'entretien et l'animation, privilégiant ainsi les circuits courts. Pour l'animation, les villages de vacances organisent des balades découvertes de la région, des visites d'entreprises locales telles que les biscuiteries ou les cidreries, et font appel à des intervenants extérieurs pour des ateliers spécifiques (ce point est lié à l'hypothèse 3). Leur ambition est de rapprocher les touristes du territoire et de ses habitants, en les faisant rencontrer les acteurs locaux et en les encourageant à acheter ou à consommer leurs produits ou services. De plus, certains répondants accueillent les populations locales dans leur établissement, tels que les résidents des maisons de retraite de la commune pour un repas convivial le midi (cet élément rejoint l'hypothèse 2). Ils reçoivent aussi des associations et entreprises locales pour des assemblées générales ou des séminaires, ainsi que leurs salariés ou stagiaires qui rencontrent des difficultés à se loger dans la région.

Deuxièmement, la grande majorité des villages de vacances créent de l'emploi au niveau local, notamment en embauchant des animateurs qui sont les mieux placés pour expliquer les attraits touristiques de leur région. Certains se considèrent même comme l'un des plus gros employeurs de leur commune.

Troisièmement, quelques-uns des répondants entretiennent des liens étroits avec les mairies et les élus locaux. Cette collaboration peut prendre la forme de services mutuels rendus, comme le prêt de matériel ou la mise à disposition de terrains, ou bien l'accueil de groupes envoyés par la municipalité.

Cette ouverture sur l'extérieur démontre l'importance que ces villages de vacances attachent à leur rôle dans la création de liens forts avec la communauté environnante, ainsi qu'à leur contribution à la dynamique locale et au développement économique et social de la région.

Par ailleurs, pour un répondant, ces efforts ne sont pas suffisants pour se considérer comme une partie intégrante de l'économie locale. Celui-ci affirme la nécessité de communiquer et de rencontrer les élus locaux pour expliquer leur activité et démontrer leur contribution à l'économie locale. Il souligne que c'est en étant reconnu localement, par les populations et les élus locaux, qu'un village de vacances peut se considérer véritablement comme un acteur clé du territoire.

En résumé, les résultats de l'étude montrent que parmi les quatre hypothèses de recherche formulées, les hypothèses 1 et 4 sont confirmées, l'hypothèse 3 est partiellement validée et l'hypothèse 2 n'est pas retenue. Ces conclusions sont renforcées par l'analyse réalisée avec le logiciel Tropes, qui met en avant les deux hypothèses confirmées, au détriment des deux autres hypothèses. En d'autres termes, les villages de vacances jouent effectivement un rôle important dans la promotion et le développement du tourisme social et solidaire en Bretagne. Ils favorisent la mixité sociale et créent des liens sociaux entre les différents publics accueillis, tout en agissant comme des lieux culturels qui contribuent à la transition économique et sociale de leur territoire. Cependant, il est important de noter qu'ils ne sont pas toujours orientés vers l'inclusion sociale des groupes vulnérables et que certaines activités éducatives ne sont pas systématiquement proposées à leurs clientèles. Des efforts supplémentaires pourraient être entrepris pour améliorer ces aspects et renforcer leur impact positif sur la société et l'économie locale.

Conclusion du chapitre 2 de la deuxième partie

Ce chapitre représente l'essence même de notre analyse, basée sur les entretiens réalisés lors de notre enquête de terrain portant sur les villages de vacances bretons. Dans un premier temps, nous avons examiné les caractéristiques de l'échantillon étudié, c'est-à-dire le profil des répondants et la structure des villages de vacances inclus dans l'étude. Les résultats ont révélé que les personnes interrogées étaient principalement des hommes, ayant un niveau d'études équivalent à BAC+5 et une ancienneté de moins de 5 ans dans leur poste de directeur de village de vacances. La capacité d'accueil des structures variait généralement de 150 à 300 personnes, avec des équipes permanentes composées de 6 à 10 salariés.

Dans un second temps, nous avons procédé à une analyse thématique des verbatims, puis à une analyse approfondie à l'aide du logiciel Tropes. Ces démarches nous ont permis de confirmer deux hypothèses de recherche (les hypothèses 1 et 4), d'en valider partiellement une (l'hypothèse 3) et de rejeter la dernière (l'hypothèse 2). Autrement dit, les villages de vacances sont effectivement des vecteurs de mixité et de lien social, des lieux culturels et des acteurs de la transition économique et sociale de leur territoire. Par contre, ils ne favorisent pas nécessairement l'inclusion sociale des publics vulnérables et ne proposent pas toujours des activités éducatives à leurs vacanciers. Ces résultats soulignent à la fois les atouts et les opportunités d'amélioration pour ces établissements touristiques.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Dans cette deuxième partie, nous nous sommes concentrés sur l'enquête de terrain menée spécifiquement auprès des directeurs de villages de vacances bretons. Nous avons débuté en exposant les bases de notre étude, notamment le choix de la méthode d'enquête et d'analyse des données. Nous avons ensuite procédé à une analyse approfondie des verbatims des répondants et à une interprétation des résultats en les comparant aux hypothèses de recherche préalablement définies, dans le but de les confirmer ou de les infirmer. Cette approche nous fournit les éléments de réponse nécessaires pour répondre à notre question de recherche.

CONCLUSION

Le tourisme social et solidaire est un concept en plein essor qui offre une alternative au tourisme conventionnel. Il repose sur des valeurs de solidarité, de responsabilité sociale, d'équité et d'inclusion. Contrairement aux idées reçues, il ne s'oppose pas nécessairement au secteur commercial, ne se caractérise pas uniquement par des tarifs réduits et n'attire pas seulement les personnes à faible revenu. Sa spécificité réside dans la structuration et la gouvernance de ses organisations, fondées sur le principe de non-lucrativité. Le TSS se démarque par son engagement à promouvoir l'égalité des chances en rendant les vacances accessibles à tous, sans distinction d'origine sociale, économique ou culturelle, et générant ainsi de la mixité sociale. Il propose également des activités éducatives et des échanges interculturels entre les voyageurs et les communautés locales, renforçant la compréhension mutuelle, le respect et la découverte de différentes cultures. Profondément ancré dans les territoires, le TSS contribue à leur développement économique en soutenant les petites entreprises, les artisans locaux et les coopératives. En outre, il s'inscrit dans une démarche en faveur du développement durable.

L'intégration des principes du TSS dans la gestion des villages de vacances et des destinations touristiques ouvre la voie à un tourisme plus respectueux de l'environnement et des populations locales, tout en créant des expériences mémorables et uniques pour les vacanciers.

Dans cette conclusion, nous procéderons en trois temps. La première est une section rétrospective, dans laquelle nous apporterons une réponse à notre question de recherche, en procédant à une analyse et à une discussion des enseignements tirés. Pour ce faire, nous confronterons les affirmations issues de la théorie aux résultats observés sur le terrain. Cette démarche implique d'examiner la validité ou l'invalidité de nos hypothèses de recherche à la lumière des résultats obtenus. Nous aborderons ensuite les limites de notre recherche et préparerons le terrain pour la dernière partie qui se concentre sur les perspectives. Dans la troisième partie, nous ouvrirons le sujet en proposant des préconisations managériales et des voies de recherche pour aller plus loin dans l'analyse du sujet étudié.

1. Les rétrospectives

Dans cette section, nous comparerons les contenus théoriques et les observations recueillies sur le terrain afin de répondre à notre question de recherche.

Pour rappel, la question de recherche que nous nous sommes posés est la suivante : Les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ?

Dans le cadre théorique, le TSS œuvre au service de l'humanité, assurant l'accès universel aux vacances à travers des tarifs abordables, encourageant l'interaction sociale entre les populations touristiques et locales, et favorisant l'inclusion des individus défavorisés par le biais d'activités

culturelles et éducatives. Parallèlement, il s'engage résolument envers les territoires, contribuant ainsi à la cohésion territoriale et au développement économique et social.

Pour examiner la véracité de ces affirmations, nous avons mené une analyse ciblée sur l'une des « lignes de produits touristiques » couvertes par le TSS : les villages de vacances. Cette étude s'est appuyée sur des entretiens avec des responsables de villages de vacances bretons, un choix déterminé par le souhait de comprendre leur alignement avec les visées du TSS, et leur rôle actif dans le développement et la promotion de ce modèle touristique dans leur région. L'analyse a porté sur plusieurs aspects (directement liés aux ambitions du TSS), correspondant à nos quatre hypothèses de recherche : la création de mixité et de lien social, l'inclusion des publics fragilisés, l'organisation d'activités culturelles et éducatives, et la contribution aux retombées économiques et sociales locales.

En pratique, les résultats dévoilent que la plupart des aspirations du TSS sont pleinement mises en exergue par les villages de vacances examinés, étant donné que deux hypothèses ont été corroborées et une partiellement validée. Ces établissements agissent en effet comme des agents de mixité sociale et de tissage de liens, fonctionnant comme des espaces culturels et contribuant à la transition économique et sociale de leur environnement local. Toutefois, certaines ambitions du TSS ne sont pas réellement réalisées et ne sont donc pas parfaitement en phase avec les postulats théoriques, comme l'inclusion sociale des groupes vulnérables et l'offre d'activités éducatives.

Dans l'ensemble, la participation active des villages de vacances aux initiatives du TSS, conjuguée à la confirmation de la plupart des hypothèses de recherche formulées, nous permettent de répondre positivement à notre question de recherche. En d'autres termes, les villages de vacances se positionnent bel et bien comme « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne.

2. Les limites

Dans cette section, nous identifierons les principales limites de notre travail de recherche.

Tout d'abord, la problématique initialement posée se focalise uniquement sur les actions des villages de vacances dans le domaine du TSS. Par conséquent, elle néglige les points de vue des vacanciers, des acteurs locaux et des élus, se limitant aux opinions des directeurs de ces villages de vacances. Il serait intéressant de mener des études pour connaître le point de vue de ces autres parties prenantes du territoire et les comparer à ceux des directeurs de villages de vacances.

Ensuite, notre enquête de terrain s'est concentrée volontairement sur les aspects sociaux et économiques, laissant de côté la dimension environnementale. Ainsi, nous n'avons pas examiné en détail le rôle des villages de vacances dans la préservation du patrimoine et de l'environnement, y compris leurs actions en faveur du développement durable. Il serait donc pertinent d'aller plus loin dans l'analyse en prenant en compte ce volet.

En troisième point, nous avons été confrontés à certaines difficultés lors de l'élaboration de notre bibliographie. Malgré la disponibilité d'une diversité d'articles en lien avec notre sujet, bon nombre d'entre eux étaient soit datés, soit attribuables à quelques auteurs spécifiques. En effet, la majorité des articles consacrés au TSS sont rattachés à un auteur principal, en l'occurrence Gilles Caire, en raison du manque de ressources documentaires disponibles sur le sujet dans le champ de l'ESS. En outre, nous n'avons pas pu mettre la main sur des études chiffrées récentes pour étayer certains arguments, comme en atteste la mention de l'étude réalisée par l'UNAT en 2013 sur la contribution des villages de vacances à l'économie locale. Ces constats mettent en évidence la nécessité d'entreprendre des études à ce sujet, visant à pallier cette lacune dans le secteur de l'ESS.

Dernièrement, il conviendrait d'approfondir davantage l'analyse thématique des verbatims réalisée jusqu'à présent. Pour ce faire, il serait judicieux d'exploiter plus largement le potentiel du logiciel Tropes. Bien que nous ayons utilisé ce logiciel pour analyser plus finement les verbatims, notre exploration demeure superficielle. En effet, notre attention s'est principalement portée sur l'examen de trois paramètres spécifiques : les Propositions remarquables, les Univers de Référence et les Références utilisées. Afin d'élargir et d'enrichir notre analyse à l'aide de cet outil, il serait opportun d'explorer également d'autres aspects, tels que les scénarios, les relations, les catégories abordées, les actes et les intervenants impliqués, les verbes et les adjectifs employés, ainsi que les moments clés et les tendances récurrentes. Ceci aboutirait à une analyse plus exhaustive et détaillée des diverses dimensions des discours recueillis.

De plus, il serait pertinent d'examiner les verbatims au moyen d'autres logiciels, comme Iramuteq, afin d'effectuer une comparaison des diverses analyses générées par ces programmes informatiques. Cette démarche faciliterait la sélection de l'approche la plus pertinente en fonction des objectifs de l'étude.

3. Les perspectives

Dans cette dernière section, nous formulerons cinq voies de recherche pour prolonger notre réflexion et aller plus loin dans le traitement de notre sujet d'étude.

En premier lieu, comme précédemment mentionné, il serait judicieux d'étendre notre analyse à d'autres parties prenantes du territoire, telles que les touristes (la demande en TSS), les acteurs locaux et les élus. Ceci permettrait d'obtenir diverses perspectives sur le rôle joué par les villages de vacances dans l'économie locale. Une telle approche conduirait à des conclusions variées, permettant ainsi une comparaison et une nuance des discours des directeurs de villages de vacances interrogés.

Ensuite, une autre perspective intéressante serait d'analyser en détail l'impact positif des villages de vacances associatifs sur leur environnement local. En effet, une étude pourrait être menée pour examiner les actions mises en œuvre en faveur de la préservation de l'environnement et de la

sauvegarde du patrimoine, notamment si une approche de tourisme durable est intégrée au sein de ces établissements. Des pratiques telles que la gestion durable de l'eau et de l'énergie, l'utilisation d'énergies renouvelables, la réduction et la gestion écologique des déchets, et l'utilisation de matériaux écologiques dans les infrastructures pourraient être explorées. En parallèle, des efforts pour sensibiliser les vacanciers aux enjeux environnementaux et encourager des comportements respectueux de la nature pourraient être mis en lumière via des ateliers, des conférences et des activités éducatives. De plus, la conservation de la biodiversité dans des zones naturelles sensibles (comme les sites Natura 2000) et la promotion du tourisme responsable pourraient être étudiées par le biais de collaborations avec des acteurs locaux et des organisations environnementales, afin de déployer des initiatives telles que la préservation des habitats naturels et la restauration d'écosystèmes.

Cependant, il est important de noter que les impacts positifs dépendent des politiques spécifiques de chaque village de vacances associatif et de leur engagement effectif envers la durabilité. Une approche proactive et un suivi continu sont essentiels pour maximiser les avantages environnementaux de ces établissements. En mettant en œuvre des mesures respectueuses de l'environnement, les villages de vacances associatifs pourraient inspirer d'autres acteurs de l'industrie touristique à adopter des pratiques similaires.

En somme, une perspective d'élargissement de notre domaine d'étude pourrait inclure le concept de Tourisme et Développement Solidaire (TDS), qui trouve des points de convergence avec le TSS grâce à son caractère solidaire. À cet effet, nous pourrions nous rapprocher de l'agence de voyage associative TDS Voyage, un acteur clé de ce concept, qui propose des séjours et des circuits en petits groupes pour une expérience de voyage différente et plus responsable. Ce type de tourisme, axé sur les rencontres et les échanges, marie intelligemment des moments de découverte du patrimoine local avec des périodes d'immersion dans les villages d'accueil. L'accueil chaleureux par les habitants offre aux voyageurs la possibilité d'explorer d'autres modes de vie dans le respect des populations, de leurs cultures et de leur environnement

Dans le même esprit, en se concentrant sur l'aspect solidaire, il serait pertinent d'élargir notre domaine d'étude pour englober le concept de micro-épargne solidaire. Cette initiative est particulièrement promue par une collaboration entre le Crédit Municipal de Nantes et le Centre communal d'action sociale de Nantes. Elle offre aux personnes à revenus modestes d'épargner de petites sommes (allant de 1 € à 3 000 €) à un taux de rémunération attrayant de 1,25 %, afin de se constituer une réserve en cas d'imprévu (comme une panne de voiture) ou de réaliser des projets (comme des vacances ou des achats). En effet, près de la moitié des épargnants solidaires prévoient d'affecter leur épargne aux vacances. Ce choix permet de sortir du quotidien en se mettant en mode projet, ce qui peut s'avérer complexe pour les personnes en situation de vulnérabilité. En définitive, la micro-épargne solidaire s'impose comme une nouvelle solution de

financement des vacances pour les plus démunis. Cependant, sa portée et ses retombées nécessitent des études approfondies pour en évaluer le potentiel et l'impact.

Enfin, pour compléter notre étude, il serait pertinent d'explorer les modes de financement requis pour accéder aux services proposés par les établissements du TSS. Cette approche permettrait d'appréhender des thèmes comme les sources de financement des structures du TSS (financements publics), leur articulation, ainsi que la part allouée aux départs en vacances dans le budget d'organisations telles que Les Restos du Cœur. Une réflexion approfondie pourrait aussi se pencher sur la question de la dépendance potentielle des structures du TSS vis-à-vis de ces aides et évaluer la résilience de leur modèle économique face à une réduction de ces ressources. Cette étude permettrait de saisir la manière dont les structures du TSS gèrent leur stabilité financière et leur capacité à s'adapter aux fluctuations des soutiens financiers, contribuant ainsi à une perspective plus complète de leur viabilité à long terme.

BIBLIOGRAPHIE

Ahmed El Bahri, Pierre-Charles Pupion (2014). *Tourisme solidaire et parties prenantes : Le cas de la région de Mahrès.*

Céline Cravatte (2006). *La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale ».*

Charles-Étienne Bélanger (2003). *Le Bureau international du tourisme social.*

Gilles Caire, Jean-Paul Ceron, Bernard Guesnier, Eliane Jahan, Christian Lemaignan, Pierre Le Masne, Jean-François Simon, Marie-Françoise Valette (2004). *Critères opérationnels d'évaluation de l'utilité économique et sociale : l'exemple du tourisme associatif.*

Gilles Caire (2006). *Le tourisme solidaire et équitable : « niche de solidarité » ou champ d'expérimentations d'un tourisme « socialement durable » ?*

Gilles Caire (2007). *Les associations françaises de tourisme : de l'impulsion d'un marché de masse aux difficultés d'un « autre » tourisme.*

Gilles Caire (2007). *Tourisme solidaire, capacités et développement socialement durable.*

Gilles Caire (2011). *Social Tourism and the Social Economy.*

Gilles Caire (2013). *Le tourisme social, un tourisme qui a du sens ?*

Gilles Caire (2013). *L'évolution du public des villages de vacances associatifs en France. L'exemple de VVF.*

Gilles Caire, Sophie Nivoix et Yves Roy (2016). *Le Tourisme Social et Solidaire vu par ses clients village vacances.* Pages 29 à 38.

Louis Jolin et Luce Proulx (2005). *L'ambition du tourisme social : un tourisme pour tous, durable et solidaire !*

Manuel Miroglio (2008). *Promouvoir le tourisme solidaire en France.*

Marion Secchi (2019). *L'avenir des villages de vacances du tourisme social et solidaire : état des lieux, enjeux et intentions des propriétaires du patrimoine immobilier.*

Michèle Laliberté (2005). *Le tourisme durable, équitable, solidaire, responsable, social... Un brin de compréhension.*

Philippe Callot (2013). *Le tourisme solidaire, ça n'existe pas ! Préférons-lui les expéditions pour un partage citoyen.*

SITOGRAPHIE

Avisé (2021). *Dossier : Tourisme social et solidaire.* Consulté en ligne : [avise_dossier_tourisme-social-et-solidaire.pdf](#)

Acteurs du tourisme durable. *TDS voyage (Tourisme et Développement Solidaires).* Consulté en ligne : [Nos membres - TDS Voyage \(Tourisme et Développement Solidaires\) | Tourisme durable \(tourisme-durable.org\)](#)

Camping Qualité. *Camping pas cher : nos campings à petit prix.* Consulté en ligne : [Campings pas cher : Vos vacances à petit prix \(campingqualite.com\)](#)

Cap Rural (2018). *Dispositif de micro-épargne solidaire accompagnée.* Consulté en ligne : [Dispositif de micro-épargne solidaire accompagnée \(caprural.org\)](#)

Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire de Bretagne (2021). *Ce que l'économie sociale et solidaire apporte aux territoires.* Pages 26 et 27. Consulté en ligne : [Ce-que-l-ess- apporte-aux-territoires-100-innovations-acteurs-ressources Cress-Bretagne 2021.pdf \(ess-bretagne.org\)](#)

CMCAS de Valence (2018). *Tourisme social et solidaire.* Consulté en ligne : [MISTRAL N 7 - Dossier.pdf \(cmcas.com\)](#)

Comité régional du tourisme en Bretagne (2019). *Chiffres clés du tourisme social et solidaire en Bretagne en 2018.* Consulté en ligne : [chiffres-cles-tourisme-bretagne-2018.pdf \(foret-fouesnant-tourisme.com\)](#)

Commissariat général au développement durable (2021). *Tourisme durable : une solution pour voyager dans le monde de demain ?* Consulté en ligne : [Tourisme durable : une solution pour voyager dans le monde de demain ? - notre-environnement \(notre-environnement.gouv.fr\)](#)

Ille-et-Vilaine Tourisme. *Nos instances.* Consulté en ligne : [Nos instances | Ille-et-Vilaine Tourisme \(35\) en Bretagne \(ille-et-vilaine-tourisme.bzh\)](#)

Ilias Psarianos (2023). *Tourisme : qui sont les touristes qui viennent en Bretagne et que font-ils dans la région ?* Consulté en ligne : [Tourisme : qui sont les touristes qui viennent en Bretagne et que font-ils dans la région ? \(francebleu.fr\)](#)

Mutuelle du ministère de la Justice (2019). *Le tourisme social et solidaire : une autre façon de voyager.* Consulté en ligne : [Le tourisme social et solidaire : une autre façon de voyager | MMJ](#)

Observatoire des inégalités (2023). *Près de la moitié des Français ne partent pas en vacances.* Consulté en ligne : [Près de la moitié des Français ne partent pas en vacances \(inegalites.fr\)](#)

Pierre Guyon (2019). *En Bretagne, le tourisme social et solidaire attire près de 400 000 voyageurs.* Consulté en ligne : [En Bretagne, le tourisme social et solidaire attire près de 400 000 voyageurs \(ouest-france.fr\)](#)

Rouja Lazarova (2022). *Tous en vacances grâce au tourisme social et solidaire !* Consulté en ligne : [Tous en vacances grâce au tourisme social et solidaire ! \(lagazettedescommunes.com\)](http://lagazettedescommunes.com)

Sandra Hoibian (2021). *La crise du Covid, potion amère pour les vacances.* Centre de recherche pour l'observation et les conditions de vie. Consulté en ligne : [CMV318.pdf](#)

Solène Harel (2022). *Nouvelles Aspirations des Français en matière de vacances.* Page 37. Comité régional du tourisme en Bretagne. Consulté en ligne : [T I T R E \(umat.asso.fr\)](#)

Sophie Descarpentries (2020). *Des vacances pour toutes et tous - Quel avenir pour le tourisme social en Pays de la Loire ?* CESER Pays de la Loire. Consulté en ligne : [Etude_CESER-web-rapport-complet.pdf \(paysdelaloire.fr\)](#)

UNAT. *Site internet.* Consulté en ligne : [Unat – Le tourisme au service des hommes et des territoires](#)

UNAT (2013). *L'apport des villages de vacances à l'économie locale.* Consulté en ligne : <https://www.umat-bretagne.asso.fr/wp-content/uploads/2013/03/UNAT-2013-Etude-apport-des-villages-de-vacances.pdf>

UNAT Pays de la Loire (2021). *Le tourisme social et solidaire en Pays de la Loire.* Consulté en ligne : [Le tourisme social et solidaire en Pays de la Loire - CRESS Pays de la Loire \(cress-pdl.org\)](#)

Vie publique (2014). *Loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire.* Consulté en ligne : [Economie sociale et solidaire, ESS, Scop | vie-publique.fr \(vie-publique.fr\)](#)

ANNEXES

Annexe A : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens exploratoires (Page 92)

Annexe B : Grille d'entretien exploratoire (Page 93)

Annexe C : Retranscriptions des quatre entretiens exploratoires (Page 94)

Entretien exploratoire	Numéros de pages de référence	Numéros de pages dans le mémoire
Entretien n°1	1 à 15	Pages 94 à 107
Entretien n°2	1 à 6	Pages 108 à 113
Entretien n°3	1 à 10	Pages 114 à 122
Entretien n°4	1 à 17	Pages 123 à 137

Annexe D : Tableau de synthèse des entretiens exploratoires (Page 138)

Annexe E : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens semi-directifs (Page 151)

Annexe F : Grille d'entretien semi-directif (Page 152)

Annexe G : Retranscriptions des dix entretiens semi-directifs (Page 153)

Entretien semi-directif	Numéros de pages de référence	Numéros de pages dans le mémoire
Entretien n°1	1 à 8	Pages 153 à 159
Entretien n°2	1 à 11	Pages 160 à 169
Entretien n°3	1 à 10	Pages 170 à 178
Entretien n°4	1 à 6	Pages 179 à 183
Entretien n°5	1 à 11	Pages 184 à 193
Entretien n°6	1 à 7	Pages 194 à 199
Entretien n°7	1 à 7	Pages 200 à 205
Entretien n°8	1 à 6	Pages 206 à 210
Entretien n°9	1 à 6	Pages 211 à 216
Entretien n°10	1 à 6	Pages 217 à 224

Annexe H : Tableau de synthèse des entretiens semi-directifs (Page 225)

Annexe I : Tableau de synthèse des verbatims des entretiens semi-directifs (Page 235)

Annexe A : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens exploratoires

Entretien exploratoire					Structure		Répondant			
Nom	Document correspondant	Date	Lieu	Durée	Organisation	Effectif	Initiales	Sexe	Fonction	Ancienneté
EE1	Entretien exploratoire 1	06/03/2023	Visio-conférence	1h30	CCAS	3 004 permanents, 3 183 saisonniers	JMB	H	Chargé de prospective à la CCAS et intervenant professionnel tourisme à l'IREST	13 ans
EE2	Entretien exploratoire 2	14/03/2023	Visio-conférence	45 mn	UNAT Bretagne	48 adhérents	MLS	F	Déléguée Générale	17 ans
EE3	Entretien exploratoire 3	28/03/2023	Visio-conférence	1h00	Campus Sciences et Nature Le Gros Chêne	207 salariés	LH	F	Coordinatrice de formation filière tourisme	7 ans
EE4	Entretien exploratoire 4	29/03/2023	Locaux de l'association	1h00	Association EPAL	95 salariés	PF	H	Coordinateur Vacances Adaptées	7 ans

Annexe B : Grille d'entretien exploratoire

Thèmes	Questions	Sous-questions
Personne interrogée	Pouvez-vous vous présenter rapidement (en quelques mots) ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle formation avez-vous suivie ? • Quel est votre rôle (nom du poste et missions) ? • Quelle est votre ancienneté dans le poste ?
Concept de TSS	Pouvez-vous me parler des notions de tourisme social, de tourisme solidaire et de TSS ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle distinction pouvons-nous faire entre ces deux notions ? • Pourquoi ces deux notions ont-elles été réunies pour former le TSS ? • Ces deux notions sont-elles toujours compatibles ? Si non, dans quels cas ? • Quels sont les principes du TSS ? Quels sont ses objectifs ?
Acteurs structurants du TSS	Quels sont les acteurs structurants du TSS ? Et en particulier du point de vue des villages de vacances ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles actions ou projets mènent-ils ? • Pour quelles raisons opèrent-ils dans ce domaine ? • Quelles sont leurs relations avec les acteurs de l'ESS ? • Quelles sont leurs orientations ? Leur statut juridique ? Leur gouvernance ?
Offre et demande du TSS	Quelle est l'offre touristique ?	<ul style="list-style-type: none"> • A quel besoin/problème cette offre répond-elle ? • Quel est le public visé ? • Quels sont ses avantages concurrentiels ?
	Quelle est la demande ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les raisons de cette demande ? • Qui sont les clients du TSS ?
Concurrence du TSS	Comment le TSS parvient-il à se distinguer des autres formes de tourisme ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les concurrents majeurs du TSS ? • Quelles sont les principales différences entre les acteurs du TSS et le reste du secteur (tourisme lucratif) ?
Motivations à la pratique du TSS	Quelles sont les motivations des touristes pour pratiquer le TSS ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les avantages qu'ils en retirent ?
Freins au développement du TSS et axes d'amélioration possibles	Quels sont les freins au développement du TSS et quels sont les axes d'amélioration pour les surmonter ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les obstacles à la pratique du TSS pour les touristes ? • Quelles sont les problématiques auxquelles est confronté le TSS ? • Quels sont les axes d'amélioration que le TSS peut envisager pour davantage se développer ?
Conclusion	Avant de clôturer cet entretien, il y a-t-il des choses que vous souhaitez ajouter ?	

Annexe C : Retranscriptions des quatre entretiens exploratoires

Entretien exploratoire n°1 – CCAS

[Mise en contexte et partage de mon écran pour afficher les questions à poser]

LS : Je vais vous laisser vous présenter en quelques mots.

JMB : Ce n'est pas simple car mes cheveux gris attestent du fait que mon âge avancé maintenant m'autorise à avoir une certaine connaissance du sujet que vous allez appréhender parce que j'ai eu plusieurs vies professionnelles.

LS : Ok.

JMB : [Nom et prénom de la personne interrogée], je travaille à la CCAS depuis 2010. Auparavant, pendant 10 ans, j'ai été directeur de Spot Auvergne qui était le système permanent d'observation du tourisme en Auvergne. Mais encore auparavant, pendant une quinze ... douzaine d'années, j'ai eu les fonctions de chargé d'études et consultant dans une société d'aménagement régionale qui est basée en Auvergne, à Clermont-Ferrand, donc toujours l'Auvergne, et qui a réalisé la plupart des équipements touristiques du Massif Central et notamment les villages vacances.

LS : Ah oui, donc c'est très intéressant.

JMB : Et puis, bon je vais essayer de vous raconter ma vie finalement parce que c'est ce qui sera le plus précieux pour vous éclairer là-dessus car ça colle de très près à l'histoire du tourisme social et solidaire à plein d'égards. Je plaisante mais vous allez voir qu'il y a des chevauchements assez nombreux. Euh quel est mon rôle ? Euh mon rôle d'aujourd'hui, ça n'a que très peu d'intérêt pour vous. Aujourd'hui, je m'occupe de prospectives au côté du Directeur Général de la CCAS, je ne suis plus du tout sur des missions spécifiques tourisme. Après à la CCAS, du moins en apparence, puisqu'en parallèle, je suis toujours au titre de la CCAS, engagé dans pas mal de présences à droite ou à gauche sur différents réseaux. Et notamment, je donne des cours à la Sorbonne, je dirige des mémoires comme vous. Par exemple, chaque année, je suis plusieurs mémoires dont certains traitent du sujet qui vous intéresse. Euh ... je participe aussi ... je suis vice-président de l'association internationale des amis de l'IREST. L'IREST étant, je dirai, le concurrent de votre master. C'est un master dédié tourisme, euh ... c'est l'Institut de recherche des études supérieures en tourisme, qui propose quatre masters euh ... qui a lieu à Paris 1 Panthéon Sorbonne.

LS : D'accord.

JMB : Donc ça c'est une autre de mes casquettes. Et à travers cette casquette-là, l'IREST, on a rejoint l'association qui s'appelle ATD : Acteurs du Tourisme Durable. Et donc, depuis un peu plus d'un an et demi maintenant, je suis aussi administrateur ATD, Acteurs du Tourisme Durable. Donc vous voyez, c'est des casquettes parallèles, euh ... qui se superposent et quoi ... qui communiquent avec ma fonction à la CCAS. Voilà ... c'est ... et qui vont vous expliquer ... vous permettre de comprendre pourquoi je vous amènerai aussi sur le terrain où je veux vous embarquer. Quelle formation avez-vous poursuivie ? Bah alors, avant de commencer à travailler, quand j'étais jeune, donc il y a plusieurs millions d'années. Euh ... j'ai fait l'équivalent d'un master aujourd'hui, mais ça s'appelait à l'époque un DESS en analyse de projets en développement économique qui ... en développement international, qui aurait dû m'emmener à travailler pour des pays en voie de développement, en Afrique Subsaharienne par exemple. Et en fait, je me suis tourné par le plus grand des hasards sur ma région d'origine pour développer effectivement des projets mais dans le domaine du tourisme.

LS : D'accord.

JMB : Donc je suis tombé dans le tourisme. Je suis tombé dans le tourisme totalement par hasard, voilà, au lendemain de la fin de mes études supérieures, euh voilà. Donc euh. Mon ancienneté dans la structure, dans le poste ? Oh, on s'en moque un peu vu que ce n'est pas le plus important. Mais dans l'univers du tourisme social, alors c'est là que je vais vous évoquer quelques temps de ma vie ... Euh, en 1992, quand j'étais donc dans la société d'aménagement régionale auvergnate, qui s'appelle SOBIVAL, euh et qui réalisait ... qui aménageait des villages vacances, euh ces

villages vacances, un certain nombre d'entre eux étaient construits, aménagés, dans les années 60, 70, 80 et commençaient à vieillir et nécessitaient donc des investissements de rénovation. Pour justifier des aides publiques à la rénovation, il fallait démontrer l'apport économique de ces activités, au territoire sur lequel ils sont implantés. Donc à l'époque, l'Unat, là faudra que vous notiez ... l'Unat, on en reparlera plusieurs fois. Euh ... c'est l'Union Nationale des Associations de Tourisme, c'est le point de passage obligé pour vous.

LS : Oui. C'est la tête de réseau du tourisme social et solidaire.

JMB : Comment ? La tête de réseau ?

LS : C'est la tête de réseau.

JMB : Tout à fait.

LS : Je me suis déjà renseignée dessus ...

JMB : Ce qui est dommage c'est que le délégué général vient de quitter ses fonctions et la nouvelle personne, la personne qui va le remplacer n'a pas encore terminé de poser ses valises, donc ce n'est pas terrible pour vous car vous n'allez pas avoir cet interlocuteur là mais on en trouvera d'autres. Euh la ... euh l'Unat Auvergne euh ... a voulu réaliser une étude sur l'impact éco des villages de vacances sur leur territoire et à l'époque, en tant que consultant à SOBIVAL, je leur ai proposé une méthode d'études euh, d'investigation et d'analyse, euh qui fait qu'on a décroché le contrat d'études et c'était donc en 92, ça a été mon premier pas dans le tourisme social et depuis, je ne l'ai jamais quitté euh, à travers toutes sortes de missions, multiples, euh pour l'Unat, pour d'autres organismes, pour les régions, au niveau national... euh après, en tant que directeur de Spot Auvergne, sur la mise en place au niveau national, d'enquêtes avec l'INCES sur la fréquentation des villages vacances, fin bref. Et à nouveau, quand j'ai rejoint la CCAS en 2010, euh je vais aussi vous faire un aveu. C'est que pour moi, je quittais ma région natale que j'avais toujours ... dont je n'avais jamais imaginé la quitter. J'ai considéré qu'en rejoignant la CCAS, je rejoignais l'organisme qui était en capacité de pouvoir sauver ce qu'il reste à sauver du tourisme social pour différentes raisons que je vais vous évoquer. Voilà, donc la boucle est bouclée. Donc cette étude sur l'impact économique des villages vacances, a permis de montrer effectivement, en quoi un village vacances génère des retombées sur son territoire, elles étaient économiques comme son nom l'indique. Euh, les villages vacances, euh sont des acteurs de l'économie sociale et solidaire, pourquoi ? Parce que la plupart d'entre eux ont un statut associatif, les membres de l'Unat. Qui dit statut associatif, euh je vous donne des pièces, il faudra découper tout mon entretien de manière très ... il va y avoir beaucoup beaucoup d'informations, il va falloir faire le tri là-dedans. Euh, les villages vacances sont un statut associatif, ce qui veut dire que ... l'objectif c'est de dégager de l'argent, de gagner de l'argent mais non pas pour servir des actionnaires et distribuer des dividendes. Par contre pour contribuer au projet de développement de l'activité de l'association. Euh l'entretien des villages vacances, la création de nouveaux équipements, etc. Euh ensuite, alors, je reprends dans mon fil. Euh ... alors bon ça c'est pour me présenter, missions machin ... Euh alors avec le tourisme social, j'ai aussi eu cette caractéristique en 1994 euh ... le ministère du tourisme ça existe ... fin c'est comme aujourd'hui, ça existe mais c'était rattaché à ... euh à l'époque je crois, c'était rattaché au ministère des transports, ce qui n'est pas digne d'ailleurs. Euh bref. Le secrétariat du tourisme a voulu faire un point sur le patrimoine touristique des comités d'entreprise parce que ... on en reparlera. Parce que le tourisme social euh et solidaire a trois ... a trois ... piliers, trois pères fondateurs. Et à l'époque, on connaissait assez bien le patrimoine touristique géré par les associations membres de l'Unat. Ça, ça va, c'est connu. Euh mais par contre, on avait conscience qu'il y avait des pleins entiers de l'économie touristique dans l'ESS et dans les villages vacances qu'on ne connaissait pas. C'est tout le patrimoine qui appartient aux comités d'entreprises. Et donc le ministère, un autre organisme qui s'appelle le SECOREL mais qui a disparu aujourd'hui et l'Unat ont lancé une étude au niveau national, une consultation au niveau national pour faire cet état des lieux des villages vacances. Et c'est moi qui ait décroché l'étude euh le plus gros budget de SOBIVAL en termes d'études, pour une étude nationale et c'est la seule étude qui ait jamais été réalisée en France d'ailleurs sur le patrimoine touristique appartenant aux comités d'entreprises. C'est à cette occasion d'ailleurs que j'ai découvert la CCAS et la dimension vertigineuse par rapport à ... Autre élément sur ce sujet. Alors

tout à l'heure je vous ai fait allusion aux parents du tourisme social et solidaire. Vous le trouverez dans des publications je pense, si vous n'en trouvez pas par vous-même je vous en indiquerai. Euh le tourisme social a trois racines. Une première racine ... euh bah c'est les mouvements syndicaux, les organisations syndicales qui, après la seconde guerre mondiale, ont voulu ... donc après 36 et les congés payés et dont après la seconde guerre mondiale, ont voulu permettre aux familles d'avoir des lieux de vacances pour passer des vacances. Et donc les uns et les autres, avec la création des comités d'entreprise, ont investi dans des équipements touristiques avec différents modèles : certains les ont gérés en direct comme la CCAS le fait, d'autres les ont confiés en gestion à des acteurs associatifs, etc. Alors ça, c'est une première famille, on va dire les organisations syndicales. Deuxième famille, euh je vais appeler ça, les organisations affinitaires : les associations qui autour de sympathie, alors ça peut même parfois être des mouvements religieux, fin euh ... pas au sens stricte mais un peu empreindre une certaine religiosité on va dire. Ou des mouvements laïques ou des mouvements de différentes natures, donc on va dire une vie associative pure s'est créée et donnant lieu à des investissements dans ces villages vacances. Et la troisième et non la moindre, c'est les collectivités locales. Les collectivités locales euh qui voyaient venir les flux de touristes qui ... à la recherche de destinations et qui se disaient : « on va faire du développement territorial, on va contribuer à développer notre région » et donc qui ont considéré que le tourisme était une voie de développement pour leur territoire. Ça a été particulièrement le cas en milieu rural et c'est ce qui fait que sur le Massif Central en particulier et en particulier dans le département de la Haute Loire, qui est un peu un exemple en la matière. Il y a eu énormément de créations de villages vacances dont la gestion était confiée à un grand opérateur qui s'appelle VVF que vous connaissez peut-être.

LS : Oui !

JMB : ... ou à un autre à l'époque qui s'appelait VAL : Vacances Auvergne Limousin qui était une structure qui avait été créée d'ailleurs par SOBIVAL, mon employeur de l'époque. Parce que SOBIVAL crée des villages vacances, il fallait une structure pour gérer ces villages vacances donc dans les années 68, euh SOBIVAL a créé VAL qui a pris en gestion les villages vacances et qui plus tard, cette association VAL euh, qui gérait beaucoup de villages vacances sur le Massif Central, euh elle s'est mariée avec VVF. Et aujourd'hui ... euh je ne vais pas vous raconter l'histoire de VVF car en soi, c'est passionnant mais ça pourrait être très long. Euh ... VVF a été scindée en deux euh ... avec une partie ... d'un côté les Pépites qui avait été financées par la caisse de dépôt et de l'autre, les villages vacances des localisations un petit peu plus ingrates, qui étaient portés par les collectivités locales. La première vous la connaissez peut-être sous le nom de Belambra ... si vous avez déjà entendu parler de Belambra. Belambra c'est une ... c'est ... quand VVF a été coupée en deux, une partie est devenue VVF Villages et l'autre VVF Vacances. VVF Vacances est devenue Belambra, VVF Villages est devenue ce qu'est aujourd'hui VVF et s'est mariée avec VAL. Voilà, donc ces acteurs locaux qui sont des grosses locomotives, euh du tourisme social et associatif gèrent principalement des équipements qui appartiennent à des collectivités. Mais ils ont par exemple, VAL, VVF gère aussi un village vacances qui appartient à la CCAS ... euh Sarre dans le pays basque. Donc c'est tout ça pour faire la boucle. Euh dans ... alors un peu dans le désordre ... mais dans le cadre de mes aventures professionnelles, à la fin des années 90 et dans le prolongement des travaux que j'avais fait pour le secrétariat d'état au tourisme, euh j'ai conduit des travaux pour euh ... sur l'impact économique des villages vacances appartenant aux CE, que l'on appelle aujourd'hui CSE. Et puis euh, on en a aussi dégagés des enseignements qui consistaient à dire que ... bon c'est bête mais, les villages vacances des comités d'entreprise en fait, ils sont occupés en juillet et août et ils sont occupés en février pour ceux qui sont à la montagne, mais ils sont très peu occupés en dehors de cette période donc je me souviens très bien d'une discussion qui avait lieu avec une équipe du SECOREL dans un bar parisien où on faisait part de ce constat de sous-utilisation de ce patrimoine touristique souvent très très bien placé. Et de là, a jailli l'idée de donner lieu à une bourse qui est devenue ... existe aujourd'hui la Bourse Solidarité Vacances gérée par la NCVEC. La Bourse Solidarité Vacances, vous pourrez le noter dans un coin : BSV. C'est un dispositif national qui est dédié à regrouper des capacités mises à disposition par des opérateurs du tourisme social euh, qui sont utilisées par des acteurs, des œuvres sociales : les Caisses d'Allocations Familiales et autres pour envoyer des familles en grande difficulté. Donc c'est une illustration d'une résultante d'études qui ont pu être menées à

l'époque. Euh ... quoi d'autres euh. Et du coup, à cette époque déjà, il y en avait qui disaient qu'un comité d'entreprise euh n'a pas forcément vocation à s'occuper de la gestion d'un village vacances, c'est pas son métier. Et à l'époque, j'ai eu l'occasion de réaliser des audits pour certains CE sur leur patrimoine touristique et de me rendre compte que bon, ce n'est pas leur métier. Du coup, on a fait une conférence à Paris, en 98 je crois, au cours de laquelle on avait créé les conditions pour réunir tous les acteurs du tourisme social et solidaire : les syndicats, les exploitants, etc. Pour dire clairement aux institutions syndicales et aux propriétaires, qu'il serait bien avisé de réfléchir à la meilleure utilisation de leur patrimoine en en confiant la gestion à des acteurs dont le métier est de faire de la gestion de villages vacances. Euh une fois qu'on a dit ça, bon ça c'est une première séquence de vie. Euh après, je vais arriver au galop sur la CCAS. Un autre élément sur lequel vous pourriez vous pencher ... A la CCAS, il y a une histoire qui fait qu'on travaille intimement avec plusieurs acteurs de l'économie sociale et solidaire, membres de l'Unat pour la plupart mais pas uniquement. Et en 2013, on a ... fin la CCAS a rédigé un document dont vous aurez certainement la trace si vous ne l'avez pas déjà vu, c'est la Charte constitutive d'un pôle affinitaire du tourisme social et solidaire. Cette charte, elle a été signée par les quatre fondateurs : on pourra revenir dessus un jour si vous le souhaitez. Euh elle a ensuite donné lieu à la création d'une association aujourd'hui qui regroupe une quinzaine d'opérateurs, la plupart mais pas exclusivement sont membres de l'Unat et qui ont vocation à défendre les valeurs qui sont portées par les quatre signataires de cette charte, euh qui tiendrait en un principe important à avoir en tête. Et là j'appuie sur pause et je me retourne vers vous en disant : si je vous demande pour vous, c'est quoi le tourisme social et solidaire ? Vous me diriez quoi ? Spontanément ?

LS : Hum ... mais après, j'ai déjà fait un peu l'état des lieux des articles qui parlaient de ça !

JMB : D'accord !

LS : ... mais ce n'est pas toujours très clair ! Du coup maintenant je sais ce que c'est. Le tourisme social c'est plus donner accès aux personnes qui n'ont pas forcément les moyens de partir en vacances. Par contre, le tourisme solidaire, c'est plus être en lien avec les résidents, fin la population locale donc faire des partenariats entre les touristes et les résidents. Je ne sais pas si comment je le dis, c'est clair. Mais ...

JMB : Ce que vous dites est clair mais ne me va pas parfaitement. Pourquoi ? Parce que là vous scindez en deux tourisme social et tourisme solidaire ...

LS : Mais j'allais les regrouper ensemble après ...

JMB : Comment ?

LS : Je voulais vous demander surtout le lien entre les deux. Parce qu'en fait, j'ai trouvé des articles qui séparaient les deux notions et j'en ai trouvé d'autres aussi qui les mettaient ensemble. Du coup, j'aurai bien voulu parler de ça avec vous aussi. Pour voir vraiment la distinction entre ces deux notions et quand est-ce qu'elles sont bien réunies ?

JMB : Alors on va parler de trois notions. On va parler du tourisme social, on va parler du tourisme solidaire et on va parler de l'économie sociale et solidaire. L'économie sociale et solidaire en un seul paquet, euh c'est euh ... mais précisément, euh c'est tout ce secteur d'activités dans lequel on va retrouver les mutuelles, dans lequel on va trouver un univers extrêmement disparate et parfois de très grands opérateurs euh pas dans le tourisme hein. Mais qui ont un statut par lequel, comme pour le monde associatif du tourisme, euh l'objectif ... euh une des priorités c'est de dégager des excédents qui permettent de développer l'activité mais ce n'est pas d'attribuer des dividendes à des actionnaires. Donc il y a quelque chose d'essentiel, qui dans la langue française, fait qu'elle ne colle pas avec ... dans les conférences internationales, quand on parle de ces sujets-là, c'est ... fin à l'étranger quand on est anglo-saxons, on est sur du non-profit en fait, c'est le fait qu'il n'y a pas de distribution de profits à des actionnaires. Mais par contre il y a des ... et ça globalement, je dirai que c'est une notion globale propre à l'économie sociale et solidaire, le fait de ne pas distribuer de dividendes aux actionnaires. Je dirai que c'est le facteur commun. Après, il y a tout, absolument tout dans le monde de l'économie sociale et solidaire. Et donc quand on parle de manière raccourcie et compacte du tourisme social et solidaire, on parle des acteurs du tourisme social qui se reconnaissent dans l'économie sociale et solidaire et qui

représentent une partie ... alors de tête, je dirai que c'est 5 à 7 % de la capacité d'accueil en hébergement marchand en France. Ça c'est des statistiques que vous pourrez trouver par ailleurs. Quant au tourisme solidaire ... vous connaissez peut-être l'ATES, l'acteur pour un tourisme équitable et solidaire. Alors l'ATES, moi ce sont des gens que je connais très bien, vous pouvez contacter Coralie Marti de ma part. Mais on va être, pour l'essentiel de son activité, sur des voyages à l'étranger qui sont souvent des voyages longs courriers, qui sont majoritairement organisés par des micro-opérateurs, de toute petite taille, qui organisent au final assez peu de voyages. Et en fait nous, à la CCAS, on travaille très souvent avec eux, exclusivement pour nos voyages à l'étranger parce que l'état d'esprit correspond à l'idée que l'on se fait d'un voyage où effectivement, on ne laisse pas d'empreinte sur les territoires visités autre que des apports économiques tout en étant en contact avec la population locale. Vous l'avez très justement dit. Euh et avec, dans le cadre de l'ATES, le fait que les membres de l'ATES s'engagent à reverser un pourcentage de leur chiffre d'affaires à des projets de développement localement. Donc ça je dirai que c'est un sujet plutôt marginal, très intéressant mais qui est assez différent de l'essentiel du tourisme social et solidaire, porté par les acteurs du tourisme social membres de l'Unat, même si l'ATES est aussi membre de l'Unat. Vous voyez ? Alors pour moi, c'est un tout et on peut difficilement ... sauf pour considérer quand on parle de tourisme solidaire, on parle des séjours à l'étranger de l'ATES et quand on parle du tourisme social et solidaire, on parle plutôt des villages vacances et du tourisme social. Ensuite dans ce que vous avez dit, il y a un truc qui est très classique et qui m'effraie un peu.

LS : Ah !

JMB : C'est quand on dit ... mais c'est très bien de le dire comme ça et de le penser, fin de l'avoir retenu de ces articles-là, ça montre tout le travail qu'il reste à faire. C'est qu'en fait, les villages vacances c'est certainement pas des villages pour des personnes à faible revenu.

LS : Non, bah non !

JMB : Et non ! Bien sûr que non. Il y a un élément absolument indispensable à avoir sculpté en tête quand on traite des questions du tourisme social et solidaire, euh c'est que la priorité, c'est la mixité sociale c'est-à-dire le fait de créer les conditions pour que dans un même lieu de vacances on puisse voir cohabiter des cadres supérieurs, des dirigeants d'entreprise, des professions libérales et des ouvriers, des employés voire même des personnes à très faible revenu. Parce qu'il y a un savoir-faire dans la gestion du site et dans l'animation en particulier, qui créent des conditions d'un élément essentiel qui pour moi doit être le terme cardinal dans le tourisme social et solidaire, c'est le lien social. C'est le tourisme du lien social. Ce terme social, il était terriblement galvaudé et même assez péjoratif il y a pas mal d'années. Et je m'amuse à dire, on parle du tourisme social comme on parle des réseaux sociaux, c'est des réseaux de lien et c'est un tourisme de lien. Si on a ça en tête, ça évite le naufrage d'une définition qui consiste à dire que c'est un tourisme accessible à tous, qui vous enferme assez facilement vers un tourisme de ghetto dédié aux populations à faible revenu. Ça n'est pas le cas ! Voilà.

LS : Ok.

JMB : Quelle distinction pouvons-nous faire entre les deux notions ? Alors là je crois que j'ai évoqué. Pourquoi ces deux notions ont-elles été réunies pour former le TSS ? Le TSS, le tourisme social et solidaire. Alors pour être exacte, si on remonte dans l'histoire sémantique du tourisme social et solidaire, c'est précisément un univers qui se cherche dans sa définition et dans sa terminologie. C'est-à-dire que pendant des années, euh l'Unat c'était l'Union Nationale des Associations de Tourisme et qui s'occupait de tourisme social. Et cette notion sociale étant péjorative, il se trouve que l'activité ... le monde économique de l'ESS ayant pris de l'ampleur, il est paru assez naturel de se dire : « mais en fait, nous autres acteurs de l'économie sociale, on fait partie de l'économie sociale et solidaire donc au lieu de s'appeler acteurs du tourisme social, il est beaucoup plus logique que l'on s'appelle acteurs du tourisme social et solidaire ». C'est par coagulation, par naturel en fait ... et pour vous dire un truc, vous ne trouverez pas les littératures des années 70, 80, 90 le terme de tourisme social et solidaire s'agissant de ce dont on parle aujourd'hui. Voilà. C'est arrivé un peu plus tard, juste par le fait de confirmer et de constater que bien évidemment les acteurs du tourisme social membres de l'Unat, sont des acteurs de

l'économie sociale et solidaire, et donc tiens, ce n'est pas du tout absurde de considérer qu'on est dans un ... dans le tourisme social et solidaire. Mais à aucun moment, personne n'a envisager de scinder le fait de dire qu'il y a le tourisme social et le tourisme solidaire, non non c'est un tout puisque les acteurs du tourisme social ont dans leur domaine, dans leur façon de gérer leurs établissements, une démarche solidaire, d'accessibilité à tous les publics, d'accessibilité via les organismes sociaux à des publics défavorisés pour créer un lien social avec les autres clientèles qui ont les moyens de se payer un village vacances. Je ne sais pas si vous êtes déjà partie en villages vacances mais ce n'est pas donné quand même, donc il faut avoir les moyens. Voilà.

LS : Oui.

JMB : Alors ces deux notions sont-elles toujours compatibles ? Si non, dans quels cas ? Euh bah ouais, je pense que j'ai à peu près traité. Quels sont les principes du TSS et ses objectifs ? Tourisme social et solidaire, bah ouais voilà, je pense que c'est la création de lien social avec le fait d'accueillir tous les publics euh en essayant de favoriser la mixité sociale, terme très important et toujours permanent et en créant des conditions pour créer du lien social. C'est la raison pour laquelle quand la CCAS avec ses partenaires de la Ligue de l'Enseignement, avec l'ANCAV et Léo Lagrange ont rédigé ce document que vous allez trouver. Euh l'idée c'était de rappeler à nos partenaires du domaine de l'économie sociale et solidaire, de leur rappeler l'histoire et de leur dire « ne faites pas de sortie de route, ne vous laissez pas embarqués par des dérives euh de montée en gamme excessive et pas raisonnable, en ne perdant pas de vue le point de la mixité bien sûr. Mais n'oubliez pas surtout quelque chose à laquelle on est extrêmement attachés à la CCAS, c'est le contenu de séjours. » Le contenu de séjour à travers la création de lien social, à travers un point dont vous devez déjà avoir entendu parler chez nous, c'est le contenu éducatif, c'est le projet culturel avec le fait d'injecter des tournées culturelles, d'avoir l'obligation d'avoir une bibliothèque vivante si possible. Euh de créer toutes les occasions pour que le lien se fasse entre les individus. Donc pour moi, c'est ça qui caractérise le tourisme social et solidaire. Que ce soit CCAS ou partenaires ou les acteurs du tourisme solidaire de l'ATES dans leurs voyages à l'étranger, en lien avec la population locale et entre la toute petite bande de voyageurs, ça crée une connexion aussi intéressante. Euh les objectifs, c'est donc ... si on remonte d'un étage dans les intentions politiques dans le sens le plus noble, euh c'est une dimension du lien social qui fait défaut dans notre société euh pour remettre un peu ... pour éviter les ... cette montée frénétique et vertigineuse d'un individualisme extrêmement dangereux qui emmène les courants de pensée que vous connaissez.

LS : Ok. Donc après ... Bon là, on en a déjà parlé du coup, des acteurs structurants notamment l'Unat.

JMB : Quelles actions ou projets mènent-ils ? Euh ça c'est intéressant de préciser. Euh l'Unat en fait, leur histoire ce n'est pas à moi de le faire mais qui date de 1920 ... Excusez-moi une seconde ... [Au téléphone]. Alors les actions et projets, je crois que le mien ce serait de leur demander pour l'Unat : les actions et projets qu'ils mènent. Mais c'est comme je vous le dis, c'est une vieille maison qui est ... du fait du lobbying en fait qui fait en sorte de défendre les intérêts des acteurs du tourisme social et solidaire auprès des ... bon quand il y a eu la crise covid ... Simon Thiroit qui était le délégué général a été vraiment exemplaire pour aller obtenir ce qu'il fallait comme il fallait quand il fallait, voilà. Ensuite, ils font des actions formatrices d'animation de réseaux, ils ont une présence dans chaque région. Ils vont raconteront ça dans le détail. Donc là si euh ... ouais bon ce qu'il y a c'est que ça ne tombe pas super bien mais il y aura des gens pour vous répondre au pire hein. Si vous n'êtes pas dans l'urgence absolue ... mais si dans un mois, vous n'avez pas réussi à avoir quelqu'un, vous me recontactez.

LS : Oui ok. J'ai déjà envoyé des mails mais après ... j'ai eu une réponse mais là depuis mardi dernier, je n'ai pas eu de ... Ils m'ont répondu mais ils ne m'ont pas donné suite là.

JMB : Ouais mais là vous arrivez en plein, au pire moment objectif, c'est-à-dire que Simon Thiroit est parti le premier janvier et la personne qui doit le remplacer, doit arriver début avril je crois donc euh vous êtes dans un trou ...

LS : Ah je tombe mal ...

JMB : Voilà. Alors pour quelles raisons opèrent-ils dans ce domaine ? Bon bah donc je vous dis, ils font du lobbying et ils défendent les intérêts des membres pour défendre justement l'accès aux vacances pour tous, pour défendre cette idée qu'on peut avoir la nécessité de maintenir des acteurs économiques dont la priorité n'est pas de distribuer des dividendes mais de servir l'intérêt de la société au sens le plus noble et le plus large. Euh quelles sont leurs relations avec les acteurs de l'ESS ? Bah ils sont membres fin si on parle de l'Unat, l'Unat est membre de non les opérateurs du tourisme social sont membres. Quelles sont leur orientation, statut juridique ? Ouais mais ça vous verrez avec l'Unat. Euh alors par contre, je ne vais pas vous raconter la vie de l'Unat puisqu'eux se chargeront de le faire sauf si vous ne trouvez vraiment pas d'interlocuteur, auquel cas je pourrais me substituer à eux parce que je les connais bien avant le plus récent de ce qu'il y a aujourd'hui. Effectivement je connais quelques éléments de leur histoire. Mais par contre, je peux vous parler de Parcours. On peut le considérer comme un acteur structurant du tourisme social et solidaire. Donc Parcours, cette association qui a été créée par les quatre dont je vous parlais tout à l'heure dans la CCAS. Quels projets ou actions mènent-ils ? Euh là on pourra aussi y revenir pour être un peu plus long euh mais l'essentiel, euh c'est de faire en sorte que les ... les membres de ... gardent en mémoire que sont leurs raisons d'être et que ça se matérialise dans toutes les caractéristiques du séjour aussi bien dans les conditions de l'accueil, de l'animation, euh de la relation au territoire, etc. Et un terme que je n'ai pas encore employé : le tourisme durable. Mais ça je vais en reparler tout à l'heure. Euh pour quelles raisons opèrent-ils dans ce domaine ? Euh ... bah c'est la raison d'être en fait de chacun de ces membres, de défendre une vision de la société et du coup, de se regrouper pour être plus solides, pour défendre cette vision de la société et défendre l'intérêt de ceux qui ont cette vision de la société. Si vous me suivez. Euh quelles sont leurs relations avec les acteurs de l'ESS ? Donc ils sont membres d'une association qui ... Alors petite précision, l'association Parcours qui regroupe, selon ce que je vous ai dit tout à l'heure, a créé une structure juridique distincte qui s'appelle Parcours Vacances. Euh et Parcours Vacances, euh c'est une place de marché, c'est-à-dire que sur le plan très concret, c'est un peu un Booking du tourisme social mais avec une particularité, c'est que la cible prioritaire de cette place de marché n'est pas le grand public mais si le grand public peut y accéder. La cible prioritaire, ce sont les organismes sociaux c'est-à-dire les CSE euh en particulier, pour faire savoir aux CSE, pour rappeler aux CSE à leur tour pour rappeler l'histoire. Et donc ...

LS : Ok.

JMB : Une autre parenthèse extrêmement importante. Les CSE, vous le savez, ont remplacé les CE euh normalement c'est porté par les organisations syndicales. Et les organisations ont pendant de nombreuses années donné l'essence au tourisme social et été des acteurs majeurs du tourisme social. Et puis les années ont passé et les sommes très conséquences des organismes sociaux, des CSE par exemple, euh sont de plus en plus fléchées. Alors il y a les chèques vacances, alors on distribue des chèques vacances, on distribue des chèques lire, on distribue des chèques rentrée scolaire, on distribue des chèques euh cadeaux de Noël, des chèques fête des mères fin etc. Euh ce qui fait que les instances syndicales ont un tout petit peu perdu le nord et on n'est plus du tout dans l'action sociale et dans le lien social, on est dans la distribution de chèques. Ce que peut très bien faire un service RH dans une entreprise. Euh donc ce qui se passe en fait c'est qu'on a des études qui ont pu montrer que 95% du budget des CSE partait en dehors du tourisme social et solidaire. Ce qui est un tout petit peu dommage puisque ce n'était pas l'objectif initial. Et du coup, c'est pour essayer de corriger ça que Parcours se bat pour rattraper les CSE et a créé cet outil Parcours Vacances pour leur donner, pour donner aux CSE la possibilité d'accéder à une offre de 400 destinations de tous les membres de l'association Parcours à travers cette place de marché. Euh investissant de ces salariés, de ces organisations, CSE.

LS : D'accord.

JMB : Et les orientations, c'est d'aller euh chercher les CSE, de l'énergie dans un premier temps, et les autres avec l'encave euh pour permettre de les ramener dans la voie du tourisme social et du lien social. Existe-t-il ... Alors leur statut juridique et leur gouvernance, si vous le souhaitez, nous on pourra y revenir si vous partez dans cette direction. Existe-t-il des réseaux et organismes fédérateurs entre ces différents opérateurs ? Bah il y a toute sorte d'opérateurs dans le tourisme social. Il y a VVF, Touristra, il y a euh l'ARTES, ULVF, il y a plein de marques différentes qui

ont chacune leur identité, leur histoire. Les uns sont rattachés historiquement plutôt à des mouvements politique ou syndical, les autres plutôt à des mouvements affinitaires, etc. Donc chaque marque a son histoire propre. Euh et du coup, l'Unat regroupe ces acteurs indépendamment de leur histoire. Euh pour Parcours Vacances, euh pour Parcours, il y a ce texte fondateur qui rappelle de 2013, qui rappelle les orientations et tous ceux qui s'y reconnaissent adhèrent à cette démarche. Voilà. Euh ... donc voilà un acteur, Parcours Vacances qui peut être intéressant d'examiner. Et ... vers quels acteurs devrais-je me tourner pour mener une enquête de terrain portant sur les villages vacances ?

LS : Oui ça c'est une petite question entre parenthèse. Et vu que j'aimerais me focaliser sur les villages vacances, qu'est ce qui pourrait être le plus intéressant pour mon enquête de terrain ? Après le problème c'est que ... c'est compliqué vu que je n'ai pas vraiment de thématique très ciblée. Je ne sais pas encore ce que je veux démontrer.

JMB : Ouais c'est un peu le problème car on est en ... c'est ce qui me fait peur dans votre cas hein, on est en mars euh et en général, un mémoire se fait sur deux ans : master 1, master 2. Et pour vous rassurer en même temps, euh avec les étudiants en général, on passe presque un an à échanger, en demandant aux étudiants de faire un état de l'art, c'est-à-dire d'avoir une culture générale renforcée sur le sujet qu'il souhaite traiter en ayant lu beaucoup de choses et je pense que c'est déjà peut-être votre cas.

LS : Oui.

JMB : Vous avez déjà un peu d'éléments de lecture qui vous permet d'avoir pas mal de références et je pourrais vous envoyer. Euh à partir de cet état de l'art, vous faites émerger différentes problématiques dont une problématique qui vous intéresse. Et c'est sur cette problématique que vous allez vous pencher. Euh et à partir de cette problématique, vous allez identifier différentes hypothèses et le travail de terrain du mémoire précisément, consiste à aller vérifier ces hypothèses. Je peux vous donner une illustration. J'allais dire que rien ne vous interdit de faire copier-coller de ce que je vais vous dire. Actuellement, je suis le mémoire d'une étudiante qui est master, ça veut dire que ça fait un peu plus d'un an qu'elle a débuté son mémoire, euh qui travaille sur les villages vacances. Et qui est partie de la question : villages vacances et tourisme durable, et qui consiste à s'interroger pour savoir si les acteurs des villages vacances sont des acteurs du tourisme durable. Et pour ce faire, et bien figurez-vous que pour le tourisme durable, il y a trois piliers dans le développement durable, je ne sais pas si ce sont des notions qui vous sont familières. Mais le développement durable, il y a le pilier économique, il y a le pilier environnemental dont tout le monde parle et on ne parle que de lui et il y a le volet social, le pilier social. Et donc, ses investigations consistent à aller sur le terrain pour aller vérifier si les acteurs du tourisme social et solidaire, si les gestionnaires et exploitants des centres de villages vacances sont effectivement euh peuvent démontrer leur performance et leur pertinence sur le plan économique, environnemental et social. Euh et en gros son mémoire porte là-dessus. Euh et pour tout vous dire, ça renvoie à l'idée selon laquelle euh à mes yeux en tout cas, les acteurs du tourisme social sont les ancêtres du tourisme durable, c'est-à-dire qu'ils faisaient du tourisme durable avant tout le monde. En ayant peut-être beaucoup plus engagés d'actions sur le plan du tourisme ... de la dimension sociale en étant peut-être en retard sur les questions environnementales, encore que. Et le fait d'en remettre un peu de pression sur ... tiens Clef Verte par exemple. Bah ça leur permet de s'affirmer comme étant des avant-gardistes du tourisme durable de demain.

LS : Ok. D'accord.

JMB : Voilà.

LS : Et donc là, comment ça se passe ? Elle a déjà commencé les hypothèses, l'enquête de terrain ou ... ?

JMB : Elle a figé son ... donc son sujet il est clair. Son état de l'art est plutôt bien. Euh sa problématique est bien, je vous l'ai à peu de choses près et ses hypothèses sont formalisées. Et du coup, elle a formalisé également la méthode d'investigation qui consistait à repérer tous les acteurs qu'elle veut interroger. Euh les différentes familles d'acteurs y compris, des acteurs euh de type : le responsable de village vacances, des équipes du village vacances, du personnel du siège d'opérateurs nationaux, euh des élus de territoire, euh et des vacanciers. Donc tout ceci lui

permet de mener différentes actions avec différents outils d'investigation pour vérifier l'angle économique, l'angle social et l'angle environnemental dont elle a caractérisé bien sûr les contours.

LS : D'accord. Mais après, sa date de rendu est peut-être plus avancée que la mienne ?

JMB : Bah elle a déjà un an derrière elle de travaux donc euh ...

LS : Oui ce n'est pas pareil. Alors finalement, nous c'est un peu speed.

JMB : Oui c'est très court.

LS : Bah maintenant qu'on en parle, oui, ça m'inquiète un peu mais bon.

JMB : Non ne vous inquiétez pas parce que peut-être qu'on prend trop de temps à figer la problématique et les hypothèses, moi ça me paraît essentiel mais euh ...

LS : Bah oui, c'est vraiment les bases du mémoire.

JMB : Si vous allez assez vite sur le fait d'établir la problématique et les hypothèses, euh vous pouvez très bien faire le travail de la même manière. Euh voilà et donc y compris, le cas échéant, je pourrais vous alimenter avec une partie des travaux qu'elle a déjà réalisés pour vous faire gagner un tour.

LS : Merci. Ça m'aiderait beaucoup.

JMB : Euh offre et concurrence. Quelle est l'offre touristique du tourisme social et solidaire ? A quel besoin, problème répond cette offre ? Bah en gros, c'est les villages vacances qui sont de différentes natures, de différentes localisations mais on a deux grandes familles de villages vacances. On a les villages vacances qui sont en formule dite pension complète et les villages vacances en formule locative. C'est un peu court comme euh ... mais malheureusement, ça correspond aux grandes lignes de ce qui caractérise euh ces structures. Pourquoi je dis malheureusement ? Parce qu'on se rend compte que les villages vacances en pension complète euh sont des villages dont la dimension du lien social est beaucoup plus facile à préserver parce qu'il y a ces temps de restauration collective, il y a ces temps de partage, il y a une possibilité plus simple d'embarquer les gens dans des animations. Là où le mode de vie des formules locatives, euh renvoie beaucoup plus à des comportements individualistes, les gens prennent leur gîte, partent le matin, rentrent le soir et restent un petit peu chez eux. Voilà donc ça c'est un petit point de ... Euh à quel besoin répond-t-elle ? Alors, pareil, est ce qu'on parle des besoins individuels ? Fin les besoins individuels, c'est répondre à la demande d'accès aux vacances à des conditions accessibles. Tiens ça me permet de faire un autre couplet important mais ça tombe bien que vous m'enregistriez parce que vous pourrez retrouver, réécouter pendant plusieurs jours. Euh il y a un point qui est assez névralgique et hautement stratégique sur lequel il faut être très vigilant. Euh dans le tourisme social, vous trouverez dans les littératures, références à l'aide à la pierre et à l'aide à la personne.

LS : Oui j'ai vu ça et d'ailleurs, je n'ai pas très bien compris à quoi ça faisait référence.

JMB : Alors je vous le décris. L'aide à la pierre, ça consiste à dire qu'on crée le village vacances et ça renvoie aux trois histoires que je vous évoquais tout à l'heure. Soit le comité d'entreprise investit pour créer un village vacances et peut ou pas confier les clés à un exploitant qui sera un acteur du tourisme social comme VVF par exemple ou Touristra. Ça c'est l'aide à la pierre. Soit la collectivité réalise le village vacances et confie le village vacances à un organisme comme VVF qui va lui payer un loyer euh dont le montant correspond à la nuitée de remboursement d'emprunt qu'a dû contractualiser la collectivité pour financer la création du village vacances. Je ne sais pas si vous me suivez. On pourra le refaire au ralenti. Euh donc ça c'est la pierre. Et donc le village vacances existe et il y a un exploitant, l'exploitant ça peut être le CE, ça peut être un acteur membre de l'Unat. Dans ce deuxième cas de figure, l'acteur membre de l'Unat, il a des tarifs. Ces tarifs sont établis pour que la fréquentation multipliée par le tarif permet de couvrir les frais de fonctionnement et donc que les comptes s'équilibrent : recettes + dépenses, voire même dégager un peu d'argent pour qu'on puisse réinvestir, etc. Euh il s'avère que dans le monde et dans l'histoire du tourisme social, un certain nombre d'acteurs ont toujours considéré qu'il fallait absolument qu'il y ait des tarifs différenciés selon le coefficient social. Et donc vous avez des

acteurs dont le prix proposé en catalogue, va être ... va varier avec une réduction de 5% pour les uns et de 10% pour les autres. D'accord ?

LS : Oui.

JMB : Et ça, c'est super généreux. Sauf que de mon point de vue à moi personnellement et ça c'est pas la CCAS qui parle, c'est à titre personnel, euh c'est une aberration. Euh c'est une aberration, ils se tirent une balle dans le pied parce que ce n'est pas parce que vous allez avoir, regarder un tarif de villages vacances au mois d'août première quinzaine d'août dans un village vacances de n'importe quel opérateur. Euh ... pour se payer une quinzaine de vacances à cette date-là, euh oui bien sûr si vous avez un bas coef social vous pourrez mais non vous ne pourrez pas vous le payer. Ça va être compliqué, ça fait quand même relativement cher. Et du coup, c'est ce qui fait qu'y compris dans les caractéristiques de fréquentation, les clientèles des villages vacances, qui se payent des villages vacances soit auront les moyens soit sont solvabilisées, solvabilisées par des acteurs sociaux. Ces acteurs sociaux ça peut être les Caisses d'Allocations Familiales pour les familles les plus démunies et ça peut être toute autre famille d'organismes sociaux dont les CSE. Dans le rôle du CSE et précisément, de créer les conditions pour permettre aux salariés de l'entreprise d'accéder aux vacances en ayant des aides au départ qui sont différenciées selon leur revenu, selon des clés qui lui sont propres, selon sa propre politique vacances. Ça peut être le revenu du salarié ou bien le coefficient social du salarié et de sa famille ou bien des clés qui lui sont propres. Voilà. Mais c'est la politique sociale du CSE que de mettre en place des aides au départ différenciées selon les conditions sociales des salariés et c'est grâce à ces aides qu'une partie des salariés ont accès aux villages vacances. Et se raconter des histoires sur le principe selon lequel des tarifs différenciés permettent aux plus défavorisés de partir, c'est une vue de l'esprit et n'importe quel opérateur sérieux qui met ses chiffres sur la table, pourra très vite s'en rendre compte. Donc ça, voilà. Et de mon point de vue, il faut bien considérer qu'il y a ceux qui ont la responsabilité de la pierre : ils investissent pour créer les conditions d'un équipement touristique ; il y a ceux qui sont dans la responsabilité de gérer un village vacances de manière professionnelle en y mettant du contenu, de l'animation, des équipes formées : professionnels d'accueil, professionnels en hôtellerie, professionnels en restauration, professionnels en animation, professionnels en tout et professionnels en création de lien social, c'est ça leur différence. Et considérer que monsieur machin c'est pas le numéro, le dossier 48612, c'est monsieur machin, ça c'est la différence. Et puis, il y a les organismes sociaux dont la vocation c'est d'aider au départ pour les personnes qui n'auraient pas les moyens d'accéder à ces équipements-là. Pour moi, et j'avoue que quand je dis ça, je ne suis malheureusement pas représentatif de l'essentiel des messages portés de par le secteur. Euh pour autant c'est une absolue évidence. Voilà. Moi je préfère avoir des opérateurs qui font leur boulot et pour lequel les organismes dont la vocation est de distribuer des aides au départ, bah distribuent des aides au départ à condition que le vacancier se rend chez cet acteur parce que cet acteur, il a signé la charte. C'est-à-dire que cet acteur il s'engage à créer du lien social, il est en phase avec mon projet politique de création de lien social. Vous voyez ? Et là, vous retrouvez la boucle complète de Parcours. Pourquoi Parcours existe ? Pour ça, pour rappeler aux opérateurs et dire : « ne perd pas de vue que ton métier, c'est la création du lien social. Une petite erreur mais ça vous ne le répérez pas, c'est de vouloir mettre les opérateurs à genoux sur les tarifs pour qu'ils baissent les tarifs pour ... non, non, c'est aux organismes sociaux de financer. D'accord ?

LS : Oui !

JMB : Alors, oui et non ! Il y a quelques années, ça aussi c'est l'avantage des cheveux gris et de l'expérience, et d'avoir navigué pas mal dans le tourisme en général, dans l'hôtellerie, etc. Euh voilà bref. Euh il y a un truc dont vous avez peut-être entendu parler : le yield management. Savez-vous ce que c'est ?

LS : Non.

JMB : De quoi il s'agit ? Si vous vous amusez à prendre le train ou l'avion, vous vous rendez compte qu'il n'y a pas deux personnes qui payent le même tarif. D'accord ?

LS : Oui.

JMB : Si vous regardez les acteurs comme Belambra ou autre, vous verrez qu'il y a de sacrés disparités tarifaires selon les périodes de l'année avec une dispersion des tarifs beaucoup plus importante que ce qu'on trouve dans le tourisme social et solidaire. Où les tarifs ... le différentiel entre la haute et la basse saison n'est pas si considérable. Et puis, si vous allez sur ... parce que vous achetez sûrement des chaussures en ligne sur des sites comme Ventes Privées. Les exploitants d'équipements touristiques lorsqu'ils ont des invendus, confient ces invendus à des plateformes comme lastminute.com. Et vous allez trouver des tarifs complètement fous, bradés qui sont en fait du dégriffé de dernière minute. Donc ce que nous avons fait, euh il y a quelques années dans le cadre de Parcours, c'est de dire à nos acteurs du tourisme social et solidaire, partenaires de la CCAS : « bon les amis, vous allez regarder vos statistiques de fréquentation de l'an dernier, ok ? Vous allez remarquer qu'en avril, mai, juin, septembre, octobre, vous avez plein de logements disponibles : ils sont vides, personne n'y va. Donc ces logements vides, je vous propose de les remplir et donc vous allez faire du yield, vous allez faire dessus, vous allez anticiper ce que serait des réductions de dernière minute et vous allez m'accorder une réduction de 30 à 40% en fonction du coefficient social de mes salariés. » Et quand je fais ça, je ne les mets pas à genoux : je leur apporte un complément d'activité qu'ils n'auraient pas eu si je n'avais pas été là. Vous me suivez ?

LS : Oui.

JMB : Voilà. Donc je ne les mets pas à genoux sur juillet/aout en exigeant d'eux de me faire des réductions de malade en juillet/aout parce, qu'en juillet/aout ... fin d'une manière générale, ces acteurs-là ils doivent trouver leur équilibre, il faut qu'ils vivent. Donc en juillet/aout, ils ont des tarifs à appliquer, ils les appliquent. On essaie de négocier un peu pour qu'ils ne nous extorquent pas trop pour qu'ils ... voilà, pour ne pas se faire trop prendre la laine sur le dos, mais on ne va pas les mettre à poil. Par contre, en dehors des périodes juillet/aout, on va leur demander de faire des réductions sur des logements qu'ils ne loueraient pas si nous ne pouvions pas les aider à les remplir. Et c'est la mécanique de Parcours Vacances euh qui demande à nos partenaires, membres de Parcours, de mettre à disposition des stocks avec des réductions en fonction de la ... du remplissage prévisionnel. Donc en fait, on a entre guillemets appris, certains le connaissaient déjà, on a appris à pas mal d'acteurs du tourisme social et solidaire à pratiquer une politique de yield management à vocation sociale. C'est-à-dire qu'au lieu de faire du dégriffé minute tournés vers Ventes Privées, qui s'adresse à tout le monde et qui fait croire à tout le monde qu'ils ont des avantages phénoménaux et c'est le cas, mais c'est du business au sens stricte. Il y n'a aucune vocation sociale là-dedans, dans Ventes Privées. Là où dans notre affaire, on est tourné vers une capacité euh d'acteurs sociaux, mises à disposition d'acteurs sociaux avec un dégriffé à fonction sociale. Ok ?

LS : Ok.

JMB : Alors, à quel besoin/problème répond cette offre ? Quel est le public visé ? Alors pour ce qui est du tourisme social et solidaire, c'est tout public car c'est brassage social avec en priorité les familles en juillet/aout, les groupes en avant et après saison, les seniors en arrière-saison, euh voilà. Donc il y a des grands classiques de la segmentation des clientèles, bien sûr. Euh et quels sont les concurrents majeurs du tourisme social et solidaire ? Alors une des difficultés, c'est que cet univers est un peu flou et trouble avec le fait que l'hôtellerie de plein air, les campings euh ... se positionnent un peu maintenant comme des acteurs du tourisme social. Bon les frontières se floutent un peu. Mais les campings de la Côte d'Azur et du Languedoc Roussillon sont des machines à cash et ne sont pas des acteurs du lien social. On pourrait dire que c'est des concurrents. Quelles sont les principales différences entre les acteurs non lucratifs du tourisme et le reste du secteur ? Bah je pense que je vous l'ai évoqué. C'est-à-dire que pour les uns bah c'est le parfait exemple des campings : un exploitant de camping, il va installer lui euh surtout s'il est basé au Cap d'Agde, sur le littoral méditerranéen, il va installer plein de pompes à fric de tous les côtés, pour optimiser la performance économique de son établissement, se dégager les marges les plus confortables qu'ils soient. C'est ce qui fait que l'hôtellerie de plein air en France est en pleine mutation avec des regroupements de malade et avec des fonds de pension qui commencent à s'intéresser et à investir dans ce type d'équipements. Et à l'inverse, vous avez les vieux briscards du tourisme social et solidaire qui se défendent comme des beaux diables pour essayer de

sauvegarder leur patrimoine bâti, historique, vieillissant mais encore de grande qualité avec les emplacements incroyables, et avec une vraie valeur ajoutée sociale sur le plan de la relation aux autres, aux uns et autres, aux populations et aux vacanciers, et j'allais dire à leurs salariés. Donc il y a la dimension sociale sur le salarié, le vacancier et la population locale. Et bien sûr, ils doivent surtout dégager des excédents mais non pas pour les reverser à des actionnaires mais pour maintenir leur activité à flot. Là, l'essentiel entre les deux.

JMB : Demande du TSS et motivations envers le TSS. Quelle est la demande en TSS ? Alors, c'est le problème, la demande en TSS ça s'effiloche car les organismes sociaux dont on a parlé tout à l'heure, les comités d'entreprise en particulier, sont souvent entre les mains d'organisations syndicales qui ont un peu perdu le nord et oublient d'émettre des messages clairs sur les enjeux de société. Et les salariés qui prennent des postes de secrétaire ou de membre du comité d'entreprise, sont malencontreusement aujourd'hui piégés dans un double problème. C'est d'une part, la loi qui a modifié le statut des CE pour en faire des CSE, a considérablement réduit les moyens de ces acteurs-là en termes de moyens humains et de capacités à avoir des compétences sur un certain nombre de sujets. Il y a donc une perte de compétences sur cette histoire de leur fonction sociale, sociétale au sens le plus complet. Donc ça c'est très embêtant. Euh il y a aussi le fait que certains se mettent à l'abris en prenant en mandat syndical parce que c'est des salariés protégés et quand les entreprises sont malades, il y a malheureusement l'esprit humain que certains y voient une barrière de protection et ne sont pas du tout là pour défendre leurs camarades mais pour se mettre à l'abris. Ça vous ne le noterez pas, fin pas de ma bouche mais c'est une situation avérée. Et puis, il y a aussi cette pression économique actuelle qui fait que les élus de CSE qui peuvent être élus et réélus à chaque mandat, doivent satisfaire les plaisirs et les envies des salariés plus que leurs besoins. Et pour ça, bah c'est tellement plus facile de distribuer de l'argent euh des chèques, des chèques vacances que les salariés vont utiliser chez MacDo ou au cinéma mais pas pour partir en vacances, euh que les salariés vont peut-être revendre à leurs collègues parce que bah cette année, ils ne partent pas parce qu'ils doivent refaire une cuisine. Et du coup, on a complètement perverti euh l'idée initiale, quand en 1982, le chèque vacances a été créé, il était dédié aux acteurs du tourisme social et solidaire. Aujourd'hui, il est totalement sorti de la route et il n'est plus du tout dans cette fonction-là. Et donc les CSE ont été complices de cette sortie de route et contribuent par l'absence d'une véritable politique vacances chez eux à distribuer de l'argent et organiser du tourisme individualiste euh et non pas à créer les conditions d'une réponse à un besoin de vacances en faisant en sorte que les salariés aillent dans des lieux où on va leur faire toucher du doigt que : « bah tiens, les plus pauvres bah ils sont sympas et que les riches ils sont pas si cons et que tiens, on va avoir un spectacle et tiens il va y avoir des moments sympas ensemble et puis etc. » Donc ça, partir en vacances dans un village vacances, vous comprendrez ce que je veux dire.

JMB : Quelles sont les principales différences, ok. Demande du TSS et motivations envers le TSS. Quelle est la demande en TSS ? Bon bah ça, je crois que je viens d'y répondre. Mais malheureusement il n'y pas de demande formelle qui s'exprime, c'est le TSS qui se défend pour dire : « Attendez, n'oubliez pas qu'on a une fonction sociétale et qu'on espère que les pouvoirs publics nous aiderons à maintenir cette fonction, que les organismes sociaux nous aiderons à la maintenir. »

JMB : Qui sont les clients ? Je crois que je viens de vous répondre. Bon alors, ça peut être intéressant d'interroger des opérateurs comme euh Touristra, VVF, Azureva sur la structure globale de leur clientèle annuelle entre les familles, fin les individuels et les groupes. Dans les individuels : les familles avec enfants. Et puis les répartitions sociologiques en fonction des revenus s'ils les ont. Quel est l'autre élément à obtenir : les pourcentages de leurs clientèles qui bénéficient d'une aide d'un organisme lambda et/ou qui payent avec des moyens issus de leur CSE. Ça c'est très important.

JMB : Alors quelles sont les motivations des touristes pour pratiquer le TSS ? Euh alors c'est très simple. Quand vous avez des gamins et que vous êtes partis une fois en village vacances, vous n'avez plus envie d'aller ailleurs. Vous avez très vite compris que vos enfants sont vraiment incroyablement bien pris en charge, que vous vous allez vraiment passer de vraies vacances, que vous allez voir vos gamins mais que vous n'allez pas les subir et que du coup, ça c'est une des

clés de la réussite des villages vacances l'été. C'est aussi qu'il y a un état d'esprit et que globalement, il y a un très bon taux de fidélisation chez les clientèles. Tiens ça aussi, c'est une question à poser à vos différents acteurs nationaux euh quel est le taux de fidélisation de leur clientèle et il ne faut pas qu'il vous fasse du déclaratif, il faut que vous leur demander des données chiffrées avec des chiffres et des tableaux.

LS : Ok.

JMB : Les obstacles à la pratique du TSS pour les touristes. Bah ça reste ... c'est-à-dire que soit on a les moyens et dans ce cas ... Une des difficultés du tourisme social et solidaire, c'est qu'il y a, comme je vous le disais plus haut, l'objectif d'un brassage social. Pour avoir un brassage social, il faut avoir tous les niveaux sociaux. Pour avoir tous les niveaux, il faut avoir une prestation de qualité. De mon point de vue, je vous l'ai évoqué, euh les acteurs du tourisme social, c'est des vacances à forte valeur ajoutée par le contenu de séjour, par la qualité des équipes, par la qualité des programmes d'animation, par la qualité des séjours dans leur globalité. Le point faible, c'est assez fréquemment, la médiocrité relative de beaucoup d'équipements en termes d'hébergement voire d'équipements collectifs. Donc ça c'est pas toujours à la hauteur malheureusement et c'est parce que ça nécessite des moyens conséquents. L'aide à la pierre, dont on a parlé tout à l'heure, pour remettre un peu d'argent dans la rénovation de ces équipements. Votre camarade, dont je dirige les travaux, me disait que sur tel site il y a des aides du conseil régional à la rénovation pour une montée en gamme et les villages vacances vont monter en gamme. Vous allez me dire : « ouais mais montée en gamme par rapport aux clientèles modestes » ... bah oui mais c'est un peu obligé. Vous êtes aussi un peu obligés d'avoir une montée en gamme si vous voulez toujours accueillir des publics euh qui ont les moyens de se payer des produits de luxe dont on a parlé tout à l'heure et que la coquille, l'hébergement soit quand même en phase, adaptés aux attentes de ces publics-là. Euh ils n'attendent pas un village 5 étoiles mais ils attendent quand même des conditions d'hébergement de bon niveau, une literie nickel, des sanitaires irréprochables, quelques services additionnels comme on en trouve maintenant à peu près partout en hôtellerie. Donc ça, c'est devenu le minimum syndical. Et donc ça implique une impérative montée en gamme de ces acteurs-là, qui nécessite que les acteurs sociaux continuent à accompagner également les publics. Euh donc ça c'est un obstacle éventuel à la pratique du TSS par les touristes, qui ne seraient pas solvabilisés. Et du coup, le vrai danger c'est que si les organismes sociaux ne flèchent pas davantage les aides qu'ils accordent vers ces acteurs du tourisme social et bien, on peut avoir un peu d'évaporation et des clientèles qui vont aller chez Airbnb, qui vont aller en hôtellerie, en camping, etc. et qui vont perdre le sens de la société.

JMB : Freins au développement du TSS. Les éléments qui ralentissent le développement du TSS. Bah c'est la course aux moyens. Alors je ne vous l'ai pas dit et je l'ai même pudiquement dissimulé, je vous ai plusieurs fois dit que les acteurs du tourisme social doivent dégager des profits/bénéfices/excédents qui ne sont pas distribués. Ce qu'il faut savoir c'est que certains acteurs ont disparu. Pourquoi ? Parce qu'historiquement, certains avaient culturellement un peu de répugnance à parler d'argent. Parce que par définition, on est généreux, on veut l'accès aux vacances pour tous donc on fait des vacances par cher du tout et du coup, on les fait tellement pas cher qu'on arrive tout juste à dégager ou arriver à l'équilibre cette année, etc. Et donc, il y avait un complexe un peu bizarre par rapport à l'argent et heureusement je dirais, les plus solides d'entre eux ont compris qu'il fallait dégager des excédents pour sauver l'avenir, euh leur avenir. Il y avait une époque où il fallait passer ce barrage culturel. Mais pour autant, il y a un problème de moyen et de mobilisation de tous les acteurs qui ont porté sur leurs fonts baptismaux euh ces acteurs du tourisme social que sont les collectivités, l'État et les organismes sociaux.

JMB : Quelles sont les problématiques auxquelles est confronté le TSS ? Quels sont les axes d'amélioration que le TSS peut envisager pour davantage se développer ? Bah là je crois que je vous en ai parlé. Le TSS est condamné à connaître, à adopter une montée en gamme. Alors je vais rajouter autre chose parce que je veux vraiment occulter ce point-là. Ces équipements sont très fréquemment des équipements qui ont été conçus dans les années 60, 70, 80, 90 voire 2000. Mais à une époque, on avait une préoccupation assez mineure des questions environnementales et notamment énergétiques. Euh donc, je rêve qu'un jour euh un vrai un plan patrimoine soit établi par les acteurs du tourisme social et solidaire qui vise à programmer sur une petite dizaine

d'années, les investissements pharaoniques qui sont absolument indispensables pour que tous les équipements soient compatibles avec un tourisme durable en termes d'impact environnemental, en termes de préservation fin de conditions énergétiques, en termes d'utilisation de l'eau, d'utilisation de l'énergie, d'utilisation des sols, d'utilisation de toute nature. Et donc l'urgence effectivement, c'est d'engager et de programmer la rénovation en profondeur d'un patrimoine qui peut devenir l'avant-garde d'un tourisme durable, qui a déjà tous les ingrédients du social et qui doit se mettre à la page sur les questions environnementales.

LS : Bon bah je pense qu'on a fait le tour, vous m'avez donné beaucoup beaucoup d'informations que je vais devoir bien analyser. Mais en tout cas, c'est bien complet là.

JMB : Et encore, je suis sûr que j'ai oublié plein de petits trucs.

LS : Vous allez bien m'aider là je pense ! Avant de clôturer cet entretien, y a-t-il des choses que vous souhaitez ajouter ?

JMB : Oui bah je ne sais plus, il y a forcément des choses quand on aura raccroché qui me reviendront, tiens je n'ai pas évoqué tel aspect ou tel autre mais je pense qu'on a quand même bien balayé les grandes lignes. Je pense que déjà dans tout ce que je vous ai dit, vous avez matière à identifier différentes problématiques. Des problématiques différentes et du coup après, c'est à vous d'orienter vos travaux. Le seul conseil que je peux vous donner c'est précisément, de resserrer au maximum sur une problématique et d'éliminer tout ce qui pourrait parasiter autour qui est passionnant mais qui n'est pas au cœur de la problématique que vous avez choisi. C'est une des principales difficultés.

LS : Oui, d'accord. Je vous remercie pour toutes vos réponses et pour le temps que vous m'avez consacré

Entretien exploratoire n°2 – UNAT Bretagne

[Mise en contexte]

LS : En premier lieu, est-ce que vous pourriez vous présenter en quelques mots : depuis combien de temps vous travaillez dans l'entreprise, votre rôle ... Voilà, je vous laisse la parole.

MLS : Très bien. Donc je suis [nom et prénom de la personne], déléguée générale de l'Unat Bretagne et ça, depuis 2006. Et avant, j'œuvrais à l'Unat des Pays de la Loire. Donc on peut considérer que je connais bien le réseau.

LS : Ouais.

MLS : Voilà. Euh ... j'ai fait une formation, ça peut vous intéresser, j'ai fait une formation tourisme à l'ESTHUA à Angers. Et donc j'ai intégré directement l'Unat Pays de la Loire avec l'opportunité d'un emploi jeune et voilà que j'ai monté avec l'Unat Pays de la Loire et Bretagne aussi. Faut savoir que dans les années 80, euh pas dans les années 80 mais dans cette période de mise en place des emplois jeunes, tout était à construire dans les Unat régionales en fait, on n'avait pas de finalisation. Les missions se sont développées au fur et à mesure de la présentation euh de statistiques, de communication et de développement si possible. Vous m'entendez toujours ?

LS : Oui. Je vous entends bien.

MLS : Euh aujourd'hui, l'Unat Bretagne, c'est 48 adhérents, une centaine d'acteurs sur la région Bretagne. Donc que des acteurs de l'économie sociale et solidaire, donc association majoritaire encore mais on a aussi des coopératives, des sociétés coopératives euh quelques mutuelles éventuellement et quelques sociétés qui ont l'agrément ESUS. Le réseau compte des acteurs dans des domaines très différents, donc avec effectivement : les vacances familiales avec des villages vacances, des campings, des organisateurs de séjours mais des auberges de jeunesse, des centres de vacances pour enfants, des centres de classe de découverte et également euh des organisateurs de voyages.

LS : D'accord. Ok.

MLS : ... et des associations pour aider au départ des personnes, notamment à faible revenu.

LS : Ok. Est-ce que vous avez occupé d'autres fonctions dans l'entreprise, avant celle-ci ?

MLS : Dans l'association ?

LS : Oui.

MLS : Alors comme j'étais à l'Unat Pays de la Loire, j'étais chargée de mission, je suis entrée à l'Unat Bretagne en tant que chargée de mission également et euh ça a évolué il y a quelques années : je suis montée et je suis devenue déléguée générale. Dans le même temps, on est passé d'une salariée à trois aujourd'hui.

LS : D'accord. Alors maintenant, j'aimerais aborder les notions de tourisme social, de tourisme solidaire et de tourisme social et solidaire. Parce que j'ai eu occasion de lire pas mal d'articles qui se chevauchaient et se contredisaient en même temps. J'aurai bien voulu voir avec vous la définition de ces notions, savoir s'il faut vraiment les distinguer ou bien les considérer dans leur ensemble. Et aussi savoir pour quelles raisons elles ont été réunies pour former le TSS.

MLS : Euh bah nous on a toujours revendiqué le tourisme social et solidaire. L'ensemble. Les deux dimensions ensemble. Euh disons que le tourisme social et solidaire, c'est la filière ... ce sont les acteurs professionnels, associatifs et à vocation populaire. Mais ce sont malgré tous des acteurs qui œuvrent pour permettre l'accès aux vacances du plus grand nombre et en ça, on est les partenaires privilégiés d'une politique sociale des vacances en France. La politique sociale des vacances en France, elle s'appuie sur l'offre mais aussi sur des politiques publiques d'aide au départ en vacances.

LS : D'accord.

MLS : Donc en fait, euh pour que la réalité d'accès aux vacances ait lieu, on a besoin d'avoir des acteurs professionnels qui mettent en place des solutions de vacances adaptées, certes avec les politiques tarifaires qui sont pensées pour mais aussi des réponses en termes de prise en charge des publics selon leurs particularités. De quoi a besoin une place, de quoi a besoin un enfant sur un séjour de colonie de vacances, un séjour d'été sans ses parents, de quoi a besoin une famille, etc. Donc on a besoin de ça mais on a aussi besoin de la puissance publique qui, à un moment donné, bah viennent corriger les inégalités d'accès. Ça c'est typiquement nous.

LS : D'accord.

MLS : Là où on va commencer à s'inscrire en La région Bretagne par exemple, ne parle plus que de l'ESS du tourisme c'est-à-dire que finalement, en théorie, pour être à l'Unat Bretagne, il faut faire du tourisme et être du périmètre de l'économie sociale et solidaire mais ça ne suffit pas. Il faut quand même à un moment donné, partager un projet d'ouverture, de mixité, d'accueil au plus grand nombre. Et pas juste un statut de l'économie sociale.

LS : Non il faut avoir une démarche derrière.

MLS : Voilà ça ne suffit pas. Ça ne suffit pas d'ouvrir un restaurant constaté coopératif pour se revendiquer du tourisme social et solidaire de notre point de vue. Et ça commence à être un point de vue fin ... de nos partenaires, de la puissance publique, notamment en Bretagne, ils n'entendent pas les socialistes.

LS : Et ces deux notions, elles sont toujours compatibles ? Tourisme social et tourisme solidaire ? Ou des fois dans certains cas, ça ne fonctionne pas ?

MLS : Bah de votre point de vue, pourquoi ce ne serait pas compatible ?

LS : Bah au vu de ce que j'ai pu lire, il y a pas mal d'articles qui les distinguaient et je voulais savoir si c'était le cas ou non. Mais vu ce que vous me dites, ...

MLS : Dans quels cas, ça rentrerait en opposition ?

LS : Ah bah je ne sais pas du tout, je me posais juste la question.

MLS : Il faut faire la ... fin euh ... le tourisme ... Il y a une montée en puissance de mouvements écologistes et la grande mode actuellement consiste à accuser le tourisme de tous les maux environnementaux de la planète. Et donc, tourisme social est associé à tourisme populaire, est associé à la consommation d'espaces, est associé à de la sur-fréquentation. C'est un raccourci euh exagéré. Euh la notion de solidarité, elle n'est pas nécessairement fermée à la notion d'équitable ou de durable. Nous on est très investis, très occupés sur du tourisme durable mais ça n'empêche que ... il n'empêche que le tourisme durable est normalement légalement censé se préoccuper de l'équilibre. Et l'équilibre, c'est pas juste de faire des compositions touristiques que juste une poignée de privilégiés pourra tester, expérimenter et vivre. Voilà. Le solidaire c'est la notion d'universel, c'est voilà un équilibre dans les compositions. Pour nous, social et solidaire ce n'est pas du tout en opposition.

LS : Ok, d'accord. Hum après, j'avais mis quels sont les principes du tourisme social et solidaire et ses objectifs mais vous avez un peu répondu. Après au niveau des acteurs membres de l'Unat, vous m'avez dit que c'était majoritairement associatif euh et du point de vue des villages vacances, ils sont tous associatifs ou ?

MLS : Les villages vacances ?

LS : Oui. En fait, quels sont les acteurs structurants du tourisme social et solidaire, en particulier du point de vue des villages vacances ? Et j'aimerais savoir aussi quels sont leurs actions ou projets en faveur du tourisme social et solidaire ?

MLS : Alors l'Unat, c'est la filière des prestataires touristiques qui accueillent et qui départ. Il y a des acteurs publics et notamment des particuliers. Donc on est le tourisme social et solidaire. Voilà et donc les activités c'est les offres de séjour, de séjours familiaux, de groupes affinitaires, d'associations, de scolaires. Bon, un petit peu d'activités d'entreprise ou de regroupement, événementiel ou famille de manière à avoir une activité qui désaisonnalise toute l'année. Le propre d'un village vacances c'est de proposer de l'hébergement, de la restauration, de

l'animation surtout de l'animation adulte et de l'animation enfant. L'objectif, c'est de bien créer du lien, c'est-à-dire que ce sont des espaces d'épanouissement, de vivre ensemble, de permettre la rencontre entre les publics. Au sein des membres d'une famille, il faut que l'expérience de vacances soit familiale. Ensuite, de vivre ensemble avec les autres vacanciers potentiellement, s'ils le souhaitent évidemment. Et créer un espace de rencontre avec le territoire sur lequel on se situe. L'idée ce n'est pas de rester au basculot mais bien de rentrer en contact, de découvrir, de s'intéresser tout en ménagement et respectant l'environnement dans lequel on se situe également. Donc aujourd'hui, les questionnements, les enjeux, les sujets ... bah c'est l'environnement forcément ... c'est vraiment inratables et donc effectivement, quand on accueille des publics en grande quantité, quand on a des logements, quand on accueille toute l'année ou quand on essaye en tout cas de désaisonnaliser euh se posent très vite des questions énergétiques, de transport, comment on progresse là-dessus. En Bretagne, on a beaucoup travaillé sur les dynamiques d'écolabélisation euh donc on a un beau pourcentage du parc qui a soit l'écolabel européen, certains ont la clef verte euh... Puis globalement, nous on développe tout un programme d'actions qui va leur permettre de mettre en œuvre des améliorations en termes de performance environnementale, entre autre. Il y a un enjeu aussi qui est lié, qui est corrélé autour de la rénovation du bâti. Les villages vacances souvent quand même, ont l'héritage d'une certaine période, 70 voire plus. On a donc un bâti ancien bah qui mérite un renouvellement à la fois au niveau de ce que les vacanciers ont envie de trouver aujourd'hui ... euh à la fois en termes de modularité de l'accueil selon que l'on accueille des familles ou des individus, sur le plan de l'environnement, aujourd'hui sur les questions énergétiques bien sûr.

LS : D'accord.

MLS : Voilà.

LS : Parfait. Ok pour les acteurs. Et du coup au niveau de l'offre touristique, euh vous avez en partie répondu. J'avais mis comme question, à quel besoin cette offre répond-t-elle ? C'est vraiment pour donner l'accès au plus grand nombre mais est ce qu'il y en a d'autres ?

MLS : Par exemple, composer un collectif, des activités, des loisirs, c'est un temps d'épanouissement pour la famille. C'est reposant parce que la présence d'animations et du collectif bah ça peut soulager certaines familles. Euh par exemple, quand on part avec des ados, les adolescents, ils ont peut-être besoin d'avoir un peu d'alternatives par an, en termes de rencontres et de propositions d'activités, donc ça permet un équilibre tout ça. Euh le fait de proposer des solutions assez variées, depuis le camping, la demi-pension, la pension complète ... euh voilà ... c'est aussi une possibilité de se reposer d'avoir toutes ces propositions, tous ces services sur place. L'animation, c'est la découverte d'une ...

LS : Ok. Là, c'est vraiment pour se reposer, pour se ressourcer.

MLS : Ce n'est pas que pour se reposer, c'est aussi pour partager avec d'autres personnes. Il y a beaucoup d'offres d'animation et d'activité, c'est vraiment permettre la rencontre, les grands-parents avec les petits-enfants, finalement l'animation et les espaces sont des supports qui leur permettent de rentrer en contact et de bien vivre leur séjour. C'est créateur de liens. Le sujet pour nous c'est de créer du lien au travers du séjour de vacances, au travers de l'équipe d'animation, au travers de propositions d'activités.

LS : D'accord. Et comment le tourisme social et solidaire parvient-il à se distinguer des autres formes de tourisme, marchande par exemple ? Comment les acteurs du tourisme social et solidaire parviennent à se distinguer et à attirer les touristes dans ce type de tourisme et pas l'autre ?

MLS : Vous pouvez reformuler votre question ?

LS : Comment ce type de tourisme parvient à se distinguer du tourisme marchand ? Comment vous parvenez à attirer les touristes pour qu'ils viennent dans vos structures ?

MLS : Donc là vous vous êtes plutôt focalisés sur les villages vacances, c'est bien ça ?

LS : Oui.

MLS : C'est une vraie question. C'est une vraie question parce qu'en fait c'est bien l'éducation populaire, les mouvements associatifs qui ont créés le concept de village vacances, qui permettait vraiment aux familles de se reposer, de se retrouver, de rentrer en contact avec d'autres et avec le territoire. Puis avec le temps, ça s'est diversifié. Avec le temps, on trouve des villages vacances qui sont encore associatifs donc VVF Vacances parmi le plus connu, euh Cap France, euh voilà. Mais il y a aussi des villages vacances qui étaient associatifs avant et qu'ils le sont plus, par exemple Belambra fin c'est des anciens VVF en fait. C'est juste qu'ils se sont scindés en deux. VVF est resté associatif donc toutes les marges, tous les intérêts sont réinvestis dans le projet. Chez Belambra, on nourrit des fonds de pension derrière. Les objectifs sont avant tout économiques chez Belambra. Alors que chez VVF, oui le modèle doit être équilibré mais c'est bien le projet social, l'accueil des publics, un certain rapport au territoire, un certain rapport au monde, un certain rapport aux gens qui priment avant tout. Mais tout ça n'est pas forcément visible. C'est-à-dire qu'aujourd'hui un séjour en village vacances, mine de rien, hébergement en dur, confortable avec des prestations, parfois des piscines parfois des activités, de l'animation, de la restauration ... tout ça, ça a un coût, qui n'est quand même pas anodin. Et c'est pour ça que parfois on a du mal à associer cette idée à du tourisme social parce qu'on a l'impression que c'est hors de portée. Sauf que dans les villages vacances il y a énormément de partenariats avec des organismes sociaux. D'abord, on accueille des publics qui ont des chèques vacances, on accueille des publics qui ont des bons cas, on a des partenariats avec des mutuelles, euh les comités d'entreprise. Euh donc en fait, dans un même établissement, on peut avoir des personnes qui sont venues sans aide et parce qu'elles s'y retrouvent pleinement dans leurs conditions de séjours et d'autres qui sont venus avec des aides et ils ont accès à la même prestation en fait. A un moment donné, peut-être que la puissance publique ou l'entreprise a fait le rôle d'aider aux séjours. Et ça c'est une complémentarité qui est très importante entre les hébergeurs et les accueillis.

LS : D'accord.

MLS : Voilà, la perception vis-à-vis du tourisme marchand, elle est compliquée. Avec des Pierre & Vacances et des Belambra, ça met un peu de troubles dans la lecture, c'est vrai. Et surtout que tout le monde a pris le chemin de la montée en gamme, parfois on a un peu le vertige et on a du mal à faire la différence. L'autre difficulté sur la distinction, bah c'est justement de ne pas essayer d'être dans cette course de la montée en gamme et au confort et de réussir à exister sur quelque chose de séduisant : tourisme social et solidaire, projet associatif, euh ... comment dire, revenus reversés au projet, ça ce n'est pas très glamour comme argument. Donc comment on fait pour transformer cet objectif social, de vivre ensemble, de lien, d'accessibilité au plus grand nombre, de respect de l'environnement ... tout ça. Comment on arrive à le rendre attractif, dans des éléments de langage positif que les gens ne vont pas traduire en « mais c'est tout petit, ah mais on ne va pas bien manger, ah bah ouais mais on va être obligés de passer notre séjour avec tous les autres gens en vacances ». Ce n'est pas vrai en fait, chacun vit son séjour à son rythme. Mais voilà. Donc il y a un vraiment challenge dans la présentation de l'offre pour qu'elle soit attractive mais attractive sur des éléments positifs. Aujourd'hui, post-covid, avec les préoccupations environnementales, le retour à l'essentiel, etc., finalement, certains de nos argumentaires sur la convivialité, la découverte du territoire, connaître son environnement proche et pas forcément partir loin, tout ça est plus audible aujourd'hui que ce n'était il y a 5 ou 10 ans je pense. Voilà.

LS : Ok. Parfait. Ensuite, je voulais savoir au niveau de la demande et des motivations ... ouais ça vous l'avez un peu dit. Je voulais vous poser la question : quelle est la demande du tourisme social et solidaire ?

MLS : Il y a des gens qui seront très friands, des séjours très encadrés avec les pieds sous la table ... et puis d'autres qui auront un rapport plus cool, plus détendu, moins systématique, moins encadré euh ces deux réalités existent je pense, il faut en tenir compte. Il faut tenir compte aussi du fait que peut-être les gens changent davantage ... de position différente et donc du coup bah, comment on arrive à rester une proposition attirante euh voilà. Après sur la demande des autres, dans nos autres filières c'est-à-dire colos, classes, on va être sur les mêmes sites. On a aussi les groupes, les groupes sportifs, les randonneurs, les groupes de cyclotouristes, les groupes scolaires, ça va être les mêmes établissements. Euh bah là les demandes, elles évoluent : les séjours sont un peu plus courts, ils veulent plus de souplesse. Voilà, des demandes qui peuvent évoluer : une prise en

compte d'une alimentation végétarienne ou plus respectueuse ou plus locale, et justement c'est ça qui se fait de plus en plus. Euh mais après on accueille tellement de publics différents que bon voilà... Par exemple, chez des scolaires ou des enfants en colonies de vacances, ce n'est pas la même réalité entre guillemets de marché, que celle qui pose aux villages vacances.

LS : Mais d'une structure à une autre, par exemple pour les villages vacances, la clientèle c'est plus ou moins la même, fin vous disiez que ça revenait ... C'est quand même très diversifié ou c'est souvent les mêmes populations ?

MLS : Il va y avoir plus de fidélisation dans nos structures que dans d'autres. Il y a pas mal de gens qui aiment un établissement, qui aime son emplacement, qui aime sa position d'activités et qui du coup, vont y revenir régulièrement. Mais ça a peut-être tendance à diminuer, c'était une génération aussi à sa place, une génération famille qui vient via les comités d'entreprise et qui régulièrement venait au même endroit, ça commence à bouger un petit peu. L'enjeu et la difficulté de ces établissements-là, c'est toujours pareil, c'est d'avoir à la fois d'un côté, des clientèles qui ont plutôt des revenus assez élevés qui ont les moyens euh d'accéder à la proposition de séjours tout compris : animation, restauration, hébergement et on a les publics dit « aidés », donc ceux qui peuvent venir parce que euh le CCAS, le comité d'entreprise, la CAF à un moment donné les a aidés. Et finalement l'enjeu, c'est de réussir à capter les classes moyennes. Et du coup, pour des questions purement économiques, ils vont se rabattre plutôt vers le camping, vers des gîtes, des Airbnb pour leurs vacances.

LS : Euh ensuite, c'est quoi les motivations et les obstacles des touristes pour pratiquer le tourisme social et solidaire ?

MLS : Euh on ne pratique pas le tourisme social et solidaire en fait. On va pratiquer du tourisme équitable à l'étranger peut-être mais en France, on ne pratique pas du tourisme social et solidaire, on pratique du tourisme euh dans des établissements qui se revendiquent du tourisme social et solidaire.

LS : Mais du coup globalement, c'est quoi les motivations des touristes pour venir dans ce genre d'établissement ?

MLS : Bah ils vont s'y retrouver dans la proposition c'est ce que je vous disais. C'est quand même très adapté pour les familles. Quand les grands-parents partent avec les petits-enfants, ils vont pouvoir avoir l'animation, les clubs enfants qui vont occuper un petit peu les enfants l'après-midi ou les accompagner dans la relation, faire des activités ensemble que ce soit des ateliers cuisine, une balade, une sortie voile euh ça. Le fait, soit on est en location et là du coup on a un petit logement confortable et dans un collectif, soit on est en résidence avec pension complète et puis bah là il y a le soulagement de ne pas avoir la cuisine, c'est une autre expérience de séjour.

LS : Et au niveau des obstacles, vous avez pu en identifier ?

MLS : Je vous en ai donné quelques-uns déjà je crois.

LS : Ouais après je pense que mes petites questions, elles se répètent un peu. Et enfin, je voulais parler des freins au développement du tourisme social et solidaire ? Quels sont les éléments qui ralentissent le développement du tourisme social et solidaire ? Les problématiques.

MLS : Cela concerne les bâtiments : la gestion des bâtiments, la rénovation, la mise aux normes, etc. coûte cher. Euh et nous, on est sur des entreprises avec des politiques tarifaires qui sont quand même au plus juste et même si les bénéfices sont réinvestis dans le projet bah parfois, il y a un petit décalage et on manque d'investissements euh pour continuer à se développer. Ça peut être un problème d'investissement. Bon des freins au développement, ça peut aussi être un frein collectif, c'est-à-dire que là où toute une génération de familles un moment donné trouvait très chouette de partir dans des établissements où vous allez rencontrer d'autres mondes, avec plus de brassage, de lien social qui est vraiment ce que l'on propose. Aujourd'hui, surtout post-covid, les gens se sont recentrés sur des compositions de séjours plus individualistes, avec des maisons privées, sécurisées, sanitaires, etc. Donc ça peut être ça un point de questionnement et euh... troisième point, euh je ne l'ai plus en tête.

LS : Et pour finir, bah du coup, quelles solutions pouvez-vous apporter à ces problématiques ? Les axes d'amélioration que vous pouvez envisager ?

MLS : En fait, nous on est un réel soutien à nos membres, les acteurs du tourisme social et solidaire, on leur propose des solutions qu'ils peuvent ou non adopter. On les aide sur l'évolution de la réglementation pour leur permettre d'anticiper, on les aide pour trouver parfois des solutions collectives sur des contrats, pour économiquement peut être réduire l'impact de certaines évolutions, euh on les aide aussi à anticiper les évolutions sociétales pour être un peu au diapason de ce qui faut faire, on organise des formations pour gérer les équipes, la gestion environnementale euh, à l'accueil des publics en situation d'handicap, euh à la diversité : comment on gère ça avec des équipes saisonnières, à des jeunes. Voilà comment on les aide. Sur les investissements, on est en lien avec les collectivités aussi, parfois il y a des dispositifs subventionnels, parfois il y a des dispositifs un peu particuliers autour d'apports en capitaux mais voilà, on est sur des ... on les met en lien avec des financeurs. Donc à la fois, on les représente auprès des acteurs de la promotion touristique, donc on met au même titre n'importe quel acteur touristique du territoire, euh on crée des espaces d'échanges, de réflexion, on leur transmet des études ce qui leur permet de faire évoluer leur offre, pour être un peu au diapason des attentes, et puis on les équipe, on les dote d'outils pour pouvoir satisfaire à leurs besoins ... voilà que ce soit des garanties financières, que ce soit de la méthodologie, des formations, etc., etc.

LS : Ok d'accord. Bon bah je pense qu'on a fait le tour. Je vous remercie pour toutes vos réponses et pour le temps que vous m'avez accordé. Cela va beaucoup m'aider.

Entretien exploratoire n°3 – Campus Sciences & Nature Le Gros Chêne

[Mise en contexte]

LS : Dans un premier temps, je vais vous laisser vous présenter.

LH : Oui alors je vais démarrer en me présentant. Donc [nom et prénom de la personne, je suis formatrice au centre de formation Le Gros Chêne de Pontivy depuis bientôt 13 ans, euh 13 ans passé même. Voilà, et coordinatrice depuis 7 années, euh plus spécifiquement d'un certificat de spécialisation en Tourisme Accueil et Animation en milieu rural, euh qui me permet d'accompagner des porteurs de projet, d'installation, d'une activité d'accueil alors que ce soit sous forme d'hébergement, d'animation, de restauration en milieu rural. Donc ça m'est arrivé d'accompagner des gens avec un projet de d'ouverture de café-concert et puis... en passant par de l'ouverture de gîtes traditionnels de groupe, de la chambre d'hôtes, de la reprise gestion de camping fin voilà, de fermes pédagogiques puisqu'on est aussi avant tout un centre de formation agricole. Donc on prépare aussi aux BPREA (Brevet Professionnel Responsable d'Exploitation Agricole) qui donne la capacité agricole. Donc forcément ça nous permet de faire des liens aussi entre les porteurs de projets qu'on accompagne dans les différents dispositifs de formation. Et puis et puis voilà d'avoir cet angle agritourisme qui relie les deux et par ailleurs le centre de formation travaille aussi sur la mise en place d'un CS, certificat de spécialisation, production de transformation et de commercialisation des produits fermiers. Donc là, on est sur l'aspect développement des circuits courts agricoles, mais qui va de pair également avec la vente directe sur les lieux d'accueil de tourisme enfin voilà.

LS : Pour vraiment avoir le côté local.

LH : Voilà. On développe toute cette panne, fin ce panel de dispositifs de formation et puis donc là ça fait 7 ans que je coordonne le CS tourisme accueil, animation en milieu rural. Mais depuis 7 ans déjà, j'ai vu des choses évoluer en termes de public accueilli dans le cursus de formation qui durait jusqu'à maintenant 8 à 9 mois de formation. Euh l'année dernière, on l'a réduit un petit peu en termes de temps de formation, mais là, véritablement, on est en phase de réponse à un appel d'offres régional qui est relancé tous les 4 ans en fait, pour obtenir des lots de formation. Donc on aura un retour courant mai, juin probablement pour l'ouverture d'un CS tourisme pour les 4 années à venir. Donc c'est 2 ans renouvelable 2 ans. Et là je souhaiterais le réduire parce que ... donc ce CS, on peut le réduire à 7 mois de formation grosso modo et on sent bien que les porteurs de projets qui sont des gens souvent en reconversion qu'ont entre alors la plus jeune, a eu 22 ans et le plus âgé 60 ans. Mais le gros de la majorité du groupe de personnes qu'on accueille chaque année, c'est environ un groupe de 12 personnes. La majorité ont entre 30 et 45 ans, donc ça correspond souvent à une reconversion professionnelle avec un premier métier souvent en lien avec une activité assez oppressante dans le sens rythme de vie. Donc des personnes qui viennent du paramédical, de la restauration, de l'éducation spécialisée, du médico-social. Voilà des gens qui envisagent une reconversion en utilisant leur parcours de compétences quelque part antérieur, mais en envisageant un projet de vie d'installation sur un lieu avec une activité à développer sur place. Voilà donc il y a un recherche de projets de vie autant que de projets professionnels en termes de reconversion. Donc voilà un petit peu mes missions au centre de formation. Et puis, je pense que c'est important de le dire aussi parce que même si on est réunies sur la question du tourisme social et solidaire. Euh je suis animatrice centre de ressources pour le centre de formation donc ça engage le fait de réfléchir à des modalités Parcours de formation individualisée pour les personnes qui nous font des demandes de formation en tenant compte de leur cursus professionnel de formation pour essayer d'adapter un temps de parcours et des modalités de formation qui leur vont bien. C'est-à-dire qu'il y a des gens qui vont préférer faire des parcours de formation tout à distance, d'autres en présentiel, d'autres vont avoir déjà des compétences, je ne sais pas, en commercialisation. Donc le bloc commercialisation va pouvoir être validé et retiré du parcours de formation et leur permettre de partir davantage en stage. Voilà, on est sur des adaptations on va dire et je suis référente handicap pour le centre de formation. Donc ça veut dire aussi accueillir les personnes potentiellement avec un handicap euh déjà déterminé ou des personnes qui sont en cours de demande de RQTH, donc la reconnaissance de travailleurs handicapés. Voilà un petit peu ma présentation. Après je sais pas si vous voulez qu'on oriente dans un sens ou un autre les choses.

LS : Euh bah j'ai préparé quelques petites question pour orienter un peu l'entretien.

LH : Ouais je veux bien car c'est vrai que je pourrais parler longtemps.

LS : Après, tout est très intéressant. Ouais j'ai fait des petites, des petites sous questions et tout. Bah déjà, est-ce que vous pouvez me parler un peu de la notion de tourisme social et solidaire ? Les principes, les objectifs qui en débouchent ?

LH : Alors le tourisme social et solidaire ? J'avoue que quand on a démarré, fin quand j'ai repris la coordination du CS Tourisme il y a 7 ans, c'était pas encore quelque chose qui était très affiché dans la définition des projets des porteurs de projets qu'on accompagnait. On entendait voilà, reconnexion à la nature, mais alors ça a vraiment pris un essor et une révélation particulière après la période COVID qu'on vient de vivre pendant 2-3 ans où effectivement on est en lien avec le comité régional du tourisme ou des institutions, des acteurs institutionnels comme celui-là, qui font des enquêtes nationales sur les attentes des clientèles actuelles et en devenir. Et chaque année, ça renforce le besoin de déconnexion, de prendre le temps des personnes, euh le sentiment aussi en partant en vacances de sentir qu'on consomme responsable pendant ces vacances. Mais paradoxalement, il ne faut pas que ça enlève du confort aux vacances, alors c'est un peu paradoxal mais les gens veulent, prennent conscience que c'est important d'aller acheter les produits du producteur du coin quand ils sont en vacances quelque part, mais de là à prendre son vélo tout le temps ou de dormir sur une paillasse pour répondre aux normes RSE. Voilà, il y a des limites quand même. Il faut un entre-deux. Et bah pour ma part, c'est vrai que la dernière promotion du CS Tourisme a réuni des personnes qui étaient sur des projets assez diversifiés mais toujours avec une dimension environnementale liée au développement durable et au fait de penser la consommation pendant ses vacances. Alors j'explique ça tout simplement par le fait qu'on a accompagné quelqu'un qui était sur le développement d'une ferme pédagogique quand il est arrivé en formation. Mais progressivement, cette ferme pédagogique qui prévoyait d'intégrer des animaux pour faire découvrir aux enfants, aux familles le soin des animaux, et ben elle s'est ... ce projet, c'est bon, il était déjà géographiquement installé, il avait déjà un lieu d'installation. Euh mais il a évolué dans sa définition d'activité vers un éco lieu plus qu'une ferme pédagogique puisque les petits animaux de basse-cour, il en a donc ça agrémente le lieu. Mais il était anciennement éducateur spécialisé ce monsieur avec près de 60 ans et son idée, comme il avait accompagné des jeunes en rupture dans le cadre de ses fonctions dans un grand organisme qui justement prévoit des séjours pour remobiliser des jeunes en situation de rupture. Il a mis en place des stages d'éco construction autour de la fabrication d'hébergements insolites, chaud chambre paille... des choses qui ont permis à cette personne de petit à petit développer une offre qui répond à une demande de structure d'insertion, de centre de formation. Je vois ici par exemple, on a les BPREA en agriculture qui voulaient faire des stages pour apprendre à faire ce genre de fabrication pour agréments leur exploitation. Mais voilà, du coup en fait ça s'est révélé petit à petit, répondre à une demande qu'il avait pas forcément ciblée au démarrage. Et du coup, comme son entreprise se situe sur un axe de randonnée dans le cœur de Bretagne, bah il répond aussi à une demande d'itinérance en proposant de l'hébergement en chambre chez l'habitant qu'il a aménagé dans son hangar et en proposant une aire de camping sur sa ferme. Donc petit à petit en fait les choses, dans la définition de ce projet, par exemple, sont clairement liés à comment rendre acteur des gens qui viennent en vacances même s'ils sont en itinérance, qui restent une nuit ou 2. Comment les rendre acteurs de l'apprentissage d'un savoir-faire pendant leur temps de séjour ? Puisque lui par exemple est compétent en écoconstruction, sa femme est couturière, cuisinière donc ça peut être l'objet d'atelier, de transmission très variés à mettre en place et à proposer à sa clientèle mais une clientèle qui n'est plus que consommatrice mais actrice de son séjour. Donc c'est un petit peu ça l'enjeu de de développement pour ma part du tourisme social et solidaire. C'est aussi rendre acteur les clientèles qui viennent en séjour et puis faire connaître son territoire. C'était aussi ... charge à l'hébergeur, à l'accueillant de bien communiquer sur les choses à faire, à découvrir, à consommer au local pour que bah tout le monde en bénéficie de cette économie du tourisme localement quoi. Donc voilà un petit peu ma définition.

LH : Et donc cette personne-là, je pense, c'est important de signaler aussi pour vous les acteurs institutionnels qui permettent aussi un accompagnement plus spécifique lié à cette dimension sociale et solidaire du tourisme. C'est des institutions comme l'UNAT, l'Union nationale des

acteurs du tourisme qui travaillent là-dessus, les pôles en économie sociale et solidaire qui sont aussi des personnes relais du centre de formation ici pour accompagner en cours des gens qui sortent du certificat de spécialisation. Ils ont fait 7 mois de formation, ils ont mis en place une étude de faisabilité chiffrée de leurs projets pour estimer si c'est rentable, viable et derrière ça, ils choisissent est-ce qu'on se lance ou est-ce qu'on se lance pas. Et s'ils choisissent de lancer l'activité et ben ils peuvent continuer d'être accompagnés par des pôles de l'économie sociale et solidaire au travers d'incubateurs. Donc nous on agit aussi en tant qu'organisme de formation à développer ce réseau d'acteurs qui vont être des relais, une fois sortis de formation. Donc je pense à eux. Après je sais pas si je pense à tous les personnes ressources en tant qu'ambassadeur du tourisme social et solidaire. Bah c'est vrai que moi, le comité régional du tourisme me permet aussi d'avoir une vision panoramique du tourisme en Bretagne et puis plus largement au niveau national. Mais voilà, j'ai des personnes, des acteurs avec qui je suis en contact aussi associatifs, pas forcément en lien direct avec le tourisme, mais la Chambre d'agriculture, euh les différents labels : Bienvenue à la ferme, Accueil Paysan. Fin, c'est des associations qui œuvrent aussi à faire découvrir le milieu rural. Donc voilà une dimension plus élargie que le tourisme aussi à intégrer dans l'activité d'accueil en fait. Donc voilà.

LS : Ok. Bah vous avez un peu répondu à ma question suivante : quels sont les acteurs structurants du tourisme social et solidaire ?

LH : Alors ouais, il y a ceux-là. Et puis alors hier, c'est important que je vous le dise aussi, j'ai eu l'info alors lundi donc c'est hier. Il y avait le greffe, donc vous avez-vous avez peut-être vu du coup, qui a organisé un webinaire hier après-midi sur le développement des métiers et des compétences en lien avec que les usages des touristes, donc les usages à venir des touristes. Et c'était coanimé bah par le greffe animé donc il y a un peu la structure institutionnelle qui répertorie toutes les formations en Bretagne en fait, disponibles dans tous les domaines hein pas que le tourisme. Et elle avait invité 2 personnes, donc Jessica Viscard du comité régional du tourisme qui nous a fait un retour un peu sur les enquêtes sur les attentes des clientèles, donc là avec tout ce que je vous ai dit tout à l'heure, en reconnexion, etc., qui a réappuyé tout ça. Et puis la deuxième personne, c'était la déléguée régionale de l'AFDAS qui est l'OPCO, qui réunit toutes les branches professionnelles liées au tourisme, à l'hôtellerie, aux loisirs. Je sais qu'ils s'occupent aussi de la formation des intermittents, donc les particuliers intermittents du spectacle, artistes, tout ça. Après, ils ont toute une liste. Elle m'a envoyé le diaporama hier soir fin hier, parce que j'ai pas eu le temps de de tout reprendre en note. Mais je trouve ça intéressant de l'avoir parce que l'AFDAS c'est un peu l'acteur institutionnel, garant de la formation des futurs professionnels du tourisme. Donc de comment répondre à ces nouvelles attentes des clientèles en formant les gens qui vont travailler dans le tourisme. Bon, je trouvais ça hyper intéressant d'y assister et c'est structurant aussi pour les branches professionnelles associées. Alors elle parlait bien de la filière tourisme, donc elle a dit que le problème avec le tourisme, c'est pas une branche professionnelle mais une filière dans laquelle il y a beaucoup de branches professionnelles qui sont associées quoi. Un touriste qui, quand il vient sur un territoire, il va à la pharmacie, au cinéma, fin il va partout quoi. Donc voilà. C'est un peu tout ce que je peux vous dire à chaud comme ça. Je ne sais pas je pense à tout mais voilà. Alors oui, il y a peut-être aussi autre chose sur le tourisme social et solidaire, toujours en termes d'acteurs. Je pense aussi à l'UBAPAR qui est l'Union bretonne pour ... je ne sais plus ce que ça veut dire, UBAPAR. C'est un réseau d'acteurs associatifs ou autre qui œuvre dans le dynamisme rural en fait donc. Donc dans l'UBAPAR, il y a les CIVAM euh centre d'initiative et de valorisation en milieu rural. Enfin, c'est un petit peu ceux à qui je pense pour aussi enrichir les projets d'accueil de tourisme et toujours être attentif en fait, à cette dimension sociale et solidaire qu'on peut enrichir au long cours avec des acteurs comme eux quoi.

LS : C'est bien que vous m'en parliez car c'est des acteurs que je ne connaissais pas du tout. C'est vrai que j'ai pas trop pensé au milieu rural et tout, mais c'est intéressant d'en parler du coup.

LH : Bah disons que c'est des acteurs de dynamisation du milieu rural mais qui vont ouvrir aussi des thématiques pour des gens qui font de l'accueil en milieu rural et permettre en fait de ... Je ne sais pas, un hébergeur de chambres d'hôtes ou de gîtes, euh s'il est adhérent à l'UBAPAR, il va pouvoir continuer à se former avec je sais pas, un animateur nature pour faire découvrir la

botanique dans son jardin à ses clients. Enfin voilà, parce qu'il va y avoir des ressources annexes d'animation, de restauration fin... Donc oui, c'est Des réseaux intéressants. Après, je pourrais continuer à vous envoyer des trucs hein. Si je pense à d'autres choses hein, mais.

LS : Oui c'est déjà pas mal. Et puis si j'ai des nouvelles questions, je pourrais toujours peut-être vous envoyer des petits mails ...

LH : Oui bah oui. Puis après au niveau institutionnel, il y a toujours bah le comité régional du tourisme et euh dans les départements, il y a les agences de développement touristique qui, chacune à son niveau, développe des compétences, qui je pense ne sont pas identiques dans tous les départements mais voilà, il y a des choses qui essaient de se structurer d'un point de vue départemental pour répondre à un professionnel qui se questionne sur est-ce que j'ai intérêt à adhérer à tel label tourisme handicap, fin renseigner les professionnels sur l'intérêt de sa filière à un label ou pas. Parce qu'on dit tourisme social mais faut s'assurer aussi à ne pas le réduire à une adhésion à telle ou telle marque ou label, parce que quelqu'un qui finalement n'a pas d'adhésion, peut très bien faire valoir aussi une démarche éthique dans ce sens-là. Voilà, je pense à toutes les marques, labels, Green Globe ou des choses qui sont ... Il y a le dans le Morbihan, je parle du Morbihan mais il y a le collectif qui est animé par l'Agence de développement touristique du Morbihan qui s'appelle Green Morbihan. Donc, c'est des acteurs du tourisme, camping, gîte, chambres d'hôtes qui adhèrent à cette à cette marque pour s'engager en fait à faire en sorte de réfléchir à comment faire venir ces touristes sans qu'ils prennent leur voiture ou enfin voilà il y a plein de choses. Et comment sur place, ils font en sorte de faire que les gens au quotidien sachent combien ils ont consommé d'eau, combien ils ont utilisé de de je sais pas, de produits pour nettoyer enfin voilà c'est intéressant, vraiment de ...

LS : C'est pour qu'ils se rendent compte de leur impact aussi sur l'environnement, c'est pour avoir une prise de conscience peut être. C'est ça ?

LH : Tout ça oui. Donc c'est le label Green Globe.

LS : Ok.

LH : Et je sais qu'ils ont créé un collectif de de professionnels de Green Morbihan qui se réunit pour continuer de réfléchir entre professionnels à toutes ces questions-là. Et dans la mouvance aussi du tourisme social et solidaire, il y a une chose qui est importante qu'on a vu le 28 février quand j'ai fait la journée thématique sur le tourisme responsable et de proximité. On avait la chargée de mission tourisme d'une communauté de communes du secteur du Morbihan qui disait en fait avoir choisi, depuis l'année dernière, de réunir tous les professionnels de l'accueil qui adhèrent à l'Office de tourisme avant la saison et après la saison. Avant la saison finalement voilà ils ont des questions, la saison se passe ils reviennent dessus et en fin de saison, ça leur a permis de créer des commissions qui émanent de problématiques que les professionnels rencontrent quand ils font l'accueil pendant la saison touristique. C'est vrai que l'Office du tourisme, c'est un peu institutionnel et on peut se dire, c'est loin du terrain : il ne voit pas comment ça se passe dans chaque structure d'accueil et là je trouve que la démarche est super intéressante. Donc c'est Baud communauté qui fait ça. Baud, c'est la ville de Baud et je vais suivre ça de près parce que je trouve que les commissions professionnelles, ça permet aussi d'avancer sur ces questions de tourisme social et solidaire, fin de justement entre professionnels, se dire « Ah bah tiens, moi, j'ai des gens qui viennent de Paris ou d'ailleurs qui me disent qu'ils ont envie de découvrir le coin, mais je sais pas trop quoi leur conseiller » et bah ça permet la réflexion collective de professionnels et puis de se renvoyer les bonnes infos quoi. Parce que c'est ... voilà qui dit tourisme social et solidaire, ça engendre forcément comment on construit un maillage pour que tout le monde en bénéficie aussi quoi. Et, c'est pas simple.

LS : J'imagine. Euh ensuite, j'aimerais me pencher au niveau de l'offre et de la demande en tourisme social et solidaire. Les besoins auxquels cette offre répond.

LH : Oui et oui.

LS : Alors, je ne sais pas si je suis claire dans ce que je dis, c'est-à-dire que ...

LH : Est-ce que le fait d'afficher du tourisme social et solidaire va répondre à un type de clientèle ?

LS : Oui c'est ça et à quel besoin, vraiment, ça répond.

LH : Est-ce que vous avez eu justement le retour sur l'enquête du comité régional du tourisme ?

LS : Non.

LH : Parce que ça, c'est vraiment quelque chose. Je trouve qu'il ... je vais vous le faire suivre sinon. Parce que justement, ça permet de voir quels sont les différents profils des vacanciers et de se rendre compte qu'un même vacancier, il peut être à la fois vacancier, patachon, il n'a pas envie de faire quoi que ce soit comme un vacancier aventurier comme un vacancier sportif à un moment. Et qu'à chaque profil de vacanciers qui peut être une seule et même personne mais dans des moments différents de l'année, il va falloir répondre pour un professionnel à cette demande particulière que ce vacancier il a à ce moment de l'année sur un format de séjour particulier. Et je trouve ça hyper intéressant l'enquête parce qu'elle fait bien, elle lève bien le voile sur quelles sont les recherches type des vacanciers en fonction de leur profil et de ce qu'ils veulent retirer de leur séjour en allant dans un gîte ou dans un camping avec toute la famille ou dans une chambre d'hôte qu'en couple. Et donc je pense que ça peut répondre à une demande, parce que c'est vrai que là sur le coup pour cette question-là. Sur le tourisme social et solidaire, je sais que l'enquête elle mettait bien en évidence aussi que ... alors je pense que c'est le tourisme, euh je sais plus si c'est le tourisme. Il y avait une définition du tourisme responsable, une définition du tourisme solidaire et dans l'enquête ça a révélé que les gens, autant ils arrivaient à définir, je sais plus si c'était le tourisme responsable mais il n'arrivait pas à avoir clairement à l'esprit ce que ça engendrait le tourisme solidaire ou l'inverse. Et du coup, c'est voilà, c'est des choses qui restent un peu de l'ordre du concept et les gens ont ... Quand ils partent en vacances, c'est aussi pour ça qu'ils sont méfiants : « Bon bah c'est bien le tourisme responsable, mais on sait pas à quoi ça nous engage, on n'a pas envie d'arriver dans un trou, on va manquer de confort et on va payer hyper cher ». Parce qu'il y a la notion de budget aussi qui est révélée dans cette enquête. Ok tourisme responsable n'est pas à n'importe quel prix. Ça c'est un petit peu ce qui freine les gens aujourd'hui.

LS : Ok.

LH : Et ce qu'il y a aussi ... Sur les hébergements insolites, il y a énormément le vent en poupe depuis des années mais là ça s'essouffle un peu aussi parce que qui dit hébergement insolite dit souvent qu'on paye plus cher. Donc si c'est voilà aller faire une nuitée dans un quarter alors c'est une maison enterrée et on est à même le sol, voilà, il y a des gens qui rebutent à payer 80€ la nuitée quoi. Et c'est vrai que vous c'est pas forcément spécifiquement l'entrée tourisme durable ? C'est vraiment tourisme social et solidaire sociale parce que j'ai l'impression qu'il y a une petite différence aussi.

LS : Oui. Après, je me suis dit que c'était tourisme durable, ça c'est proche, c'est très proche.

LH : Il y a l'aspect social dans le tourisme durable.

LS : Ils s'articulent un peu tous.

LH : Côté environnement par contre, ça ressort pas dans le tourisme social et solidaire cet aspect environnement fin ce pilier environnement du tourisme durable, donc.

LS : C'est ça.

LH : Voilà ce que je peux un petit peu vous dire là-dessus.

LS : Ouais. Après, ouais du coup, il y avait offre et demande, et aussi du coup les motivations un peu. Quelles sont les motivations vraiment des touristes pour pratiquer le tourisme social et solidaire ou pour vraiment revenir dans ce type de structure qu'une autre.

LH : Alors bah là ce qui ressort, c'est que la recherche de tourisme social et solidaire, le critère premier c'est de consommer local, c'est de vraiment sentir que son séjour en tant que touriste va profiter au territoire, à l'économie du territoire. Donc ça c'est le critère principal, je pense, de ce qui peut motiver les gens à consommer du tourisme social et solidaire. Et la deuxième chose que j'inclus moi dans le tourisme social et solidaire mais peut-être qu'il y a des gens qui ne le feraient pas : c'est revenir de vacances en ayant appris quelque chose à faire, qui est marquant pour son séjour en fait. Donc c'est venir en Bretagne et repartir en ayant appris à tourner la galette sur billig

quoi par exemple. C'est en ça que c'est social et solidaire parce qu'on s'est imprégné d'un lieu, d'un territoire, on a vu les acteurs de ce territoire qu'ils soient restaurateurs, producteurs, commerçants et on a appris à faire quelque chose pendant son séjour. Donc c'est un peu le séjour qu'on appelle « expérience » quoi, « expérientiel » mais c'est associé aussi directement au tourisme social et solidaire. Après voilà, il y en a peut-être d'autres mais en tous les cas, moi c'est ce que j'entends beaucoup des retours des professionnels qui ... Alors, je vais vous donner le nom d'une personne qui, bah qui est intervenue justement le 28 février. Ben d'ailleurs, le compte-rendu, je viens de le faire suivre hier, je sais pas si ça vous intéresserait de l'avoir du coup de la journée du 28 février ?

LS : Ah bah si pourquoi.

LH : Ouais parce que dedans bah ça reprend en gros le ... il y a eu 4 interventions hein. Donc je parlais tout à l'heure du comité régional du tourisme, c'était vraiment la version stats enquête nationale qui a été menée depuis 2 ans sur les attentes des clientèles depuis le COVID. Après c'est Baud communauté, donc d'un point de vue office de tourisme intercommunal : comment ils agissent en tant qu'acteurs pour fédérer les professionnels de l'accueil. Et puis après, il y a eu deux professionnels installés. Donc bah le stagiaire du CS Tourisme dont je vous parlais qui a créé un éco lieu, donc Jacques blouet, qui démarrait sur une idée de ferme pédagogique qui s'est orientée sur un éco lieu finalement où il mixe des collectifs qui organisent notre formation, des individuels qui font de l'itinérance le long de la rigole d'Hilvern du canal de Nantes à Brest, enfin voilà, il mêle un peu de tout. Et la deuxième personne qui a témoigné, elle, je trouve qu'elle est très ressource sur la notion de séjour expérientiel parce qu'elle est installée avec son mari qui est apiculteur et ils ont monté des hébergements, alors et insolite et chambres d'hôtes et gîtes de groupe de 4 à 6 personnes autour de la thématique de l'apiculture. Donc ils ont ce fil rouge qui est l'apiculture et la personne qui vient chez eux, même si au début, elle expliquait que les premières années, elle s'est installée en 2015, ils étaient partis sur la réservation via Booking pour se faire connaître. Donc bah il y avait du tout-venant hein, via Booking, ils ne choisissaient pas leur clientèle du tout hein c'est ... les gens arrivaient un peu par hasard mais du coup ne s'attendaient pas forcément à ce qu'ils allaient trouver. Et depuis, ils ont affiné leur stratégie vraiment de communication pour que les gens, avant même d'arriver, sachent à quoi ils vont s'attendre. C'est à dire qu'elles les accueillent physiquement avec un temps de présentation du lieu pendant 1/4 d'heure, elle les installe donc voilà selon le feeling, elle les laisse tranquilles et ils s'installent sur leur hébergement. Mais très rapidement derrière, elle leur propose des petits livrets supports pour découvrir pédagogiquement la vie de l'abeille avec des jeux un peu enquête rallye pour les enfants donc il y a un livret famille et il y a la proposition de faire 2-3 jours de baptême d'immersion en apiculture. Donc les gens peuvent payer cette prestation pour, bah voilà, enfiler l'uniforme et aller à la rencontre des abeilles et découvrir le métier d'apiculteur. Donc voilà, il y a tout un ... Et ils ont mis en place une tiny house, je ne sais pas si vous vous connaissez, c'est comme une roulotte un peu, tout en bois mais qui reste au même endroit en fait hein finalement. Et à l'intérieur, ils ont demandé aux constructeurs de créer une colonne dans laquelle il y a une ruche. Donc les gens ont une petite fenêtre qui peuvent ouvrir pour ... alors c'est vitré bien sûr hein, les abeilles ne vont pas se balader dans le logement, mais en gros ils peuvent observer la vie des abeilles dans leur logement. Donc voilà, on sent que c'est quelque chose. Ils ont marqué l'identité de leur accueil et que les gens ben en fait, ils sont friands de repartir de là en se disant que « Bah voilà, je sais maintenant comment on fait du miel, je sais ... » et bien sûr il y a le magasin de vente directe de leurs produits transformés sur place. Ben, pour moi typiquement, La Fontaine Airmeth ça s'appelle. Pour moi, elle est le reflet même de ce qui s'apparente au tourisme social et solidaire. C'est accueillir des gens, leur faire découvrir un savoir-faire, du coup acheter les produits de la ferme attenante. Et je ne l'ai pas dit, mais elle propose des paniers pique-niques, des paniers-repas sur réservation, euh soit c'est formule assez allégée, c'est elle qui les prépare, c'est assez simple fromage ... ou elle a un partenariat avec un restaurateur local qui propose un panier gastronomique quoi. Donc elle propose ...

LS : Elle les met en lien avec les producteurs locaux.

LH : C'est ça, ouais. Donc, c'est assez parlant quoi comme structure je trouve. S'il y avait à incarner le tourisme social et solidaire, moi je trouve qu'ils sont ... Je pense qu'il y en a d'autres mais je ne connais pas toutes les structures. Et le tourisme, c'est une filière justement qui est assez,

comment dire ? Elle n'est pas palpable, il y a des gens à s'installer qui continuent, qui s'arrêtent, qui développent, qui ne développent pas. Enfin, donc, il y a beaucoup de petites structures et du coup c'est très dur d'avoir une Et c'est ce que j'ai demandé en fait en répondant à l'enquête de satisfaction du Webinaire d'hier. Ce serait bien qu'ils fassent une cartographie des types d'accueil en hébergement en Bretagne et qu'ils la mettent en parallèle avec une cartographie des types de découverte de savoir-faire à réaliser en Bretagne pour aussi essayer de faire un parallèle entre tout ça et essayer de structurer des je sais pas, des circuits découvertes locales, fin des choses qui bénéficieraient au tourisme social et solidaire, je pense. Mais bon, Paris ne s'est pas fait en un jour.

LS : Oui. Et du coup, à l'inverse, les obstacles à la pratique du tourisme social et solidaire ? Est-ce que vous en avez identifié ?

LH : Et ben pour moi, le principal obstacle ... c'est ce que disait l'AFDAS hier... Comme les métiers, les métiers dans tous les domaines, pas que le tourisme changent, évoluent avec les nouvelles technologies, ça demande à quelqu'un qui fait de l'hébergement de quelque nature que ce soit, de maîtriser les nouvelles technologies, donc le métier de communicant pour assurer les réservations, répondre aux clients, aménager sa structure d'un point de vue physique en tenant compte de la sécurité, mais en y mettant aussi un état d'esprit avec un fil rouge comme l'apiculture mais ça peut être autre chose. Ensuite, il faut être un bon gestionnaire de son entreprise, il faut voilà être capable de requestionner les choses de manière permanente et en plus, bah comme on parlait de tourisme solidaire, c'est être l'ambassadeur de son territoire, donc bien connaître son territoire et réactualiser sa connaissance du territoire en permanence. Donc je trouve que ça demande une gymnastique pour le gérant de devoir assumer toutes ces compétences polyvalentes pour faire vivre son activité en fait. Et souvent, ce sont des professionnels de petites structures en Bretagne comme on le disait, parce qu'elle disait bien que dans l'hôtellerie de plein air, donc les campings. Bon bah la majorité des campings, c'est des franchisés qui sont sur le littoral, donc des grosses structures qui sont épaulées par des grands noms mais pour les petites structures, autres, campings ou autres et ben c'est compliqué d'assumer toutes ces compétences-là. Et donc pour moi, le tourisme social et solidaire ben ça demande de la disponibilité. Et quand la structure, elle repose que sur une voire 2 personnes, il faut vraiment bien mesurer l'ampleur et l'ambition qu'on se donne en termes de capacité d'accueil, de surface à exploiter, de ... fin ça, c'est une donnée qui n'est pas facile à maîtriser pour quelqu'un qui veut créer une activité. Et on le voit bien nous ici avec les gens qui en plus ont une activité agricole, ben si on veut faire les 2, c'est ... Il ne faut pas se tromper sur la donnée temps, le temps on court après quand même et puis bah actualiser ses compétences quoi, parce qu'on peut pas être à la fois commercial, maîtriser les outils numériques et voilà et tout hein, fin gérer l'accueil quoi. Donc voilà, ça peut être un obstacle. Mais après ...

LS : Et pour les touristes ? Parce que là, c'est plus côté offre. Pour les touristes, ça serait quoi les problématiques un peu, les obstacles pour aller dans ce type de structure ?

LH : Bah ça dépend en termes de tourisme social et solidaire, quelle est la ligne qu'on se donne en termes de critères associés à l'aspect social et à l'aspect solidaire. Il faut pas que ce soit contraignant pour le touriste qui a besoin de rompre avec sa routine, de pas se poser de questions pendant ses vacances. Et pour autant, il y a une dimension éthique dans le tourisme social et solidaire qui amène à se questionner. Donc faut en fait, faire entendre au touriste, qu'il est dans une bonne démarche, sans lui montrer le côté contraignant de l'aspect social et solidaire. Et ça, c'est toute la compétence de communicant que le gérant doit avoir pour vraiment tirer à son avantage la vision du séjour du touriste, quoi. Donc ouais.

LS : Ok. Et du coup après, j'avais mis, quels sont les freins au développement du tourisme social et solidaire ? Mais vous avez un peu dit côté exploitant. Et quels sont les axes d'amélioration qu'on peut retenir un peu pour essayer de contrer ce problème ?

LH : Ouais ben moi c'est ce que je disais, je reviens, je fais des redites mais pour moi, c'est être capable de renforcer les compétences multiples que doit avoir un professionnel de l'accueil et c'est du côté institutionnel, mais aussi du côté clientèle. D'avoir une des bons outils qui permettent de donner à voir quels sont les types d'hébergement existants en petites structures, moyennes structures, grosses structures sur l'ensemble du territoire régional breton si on reste sur l'aspect régional. Parce que pour moi, c'est ce qui fait défaut, on est très branché sur la saisonnalité juillet-

août, fin j'exagère peut-être, mai, juin jusqu'à septembre. Mais l'hiver, il se passe des choses en Bretagne, il y a des touristes aussi en hiver et peut être des plus courts séjours auxquels on ne répond pas forcément en termes de stratégie pour justement aussi rééquilibrer le développement du tourisme littoral et le centre Bretagne qui est encore trop déséquilibré de mon point de vue. Donc c'est ce que je disais hier, j'ai soulevé cette question-là parce qu'elle était posée un peu hier, la question : qu'est-ce qu'il faudrait faire ? Mais la réponse du CRT, du comité régional du tourisme, c'était de dire bah en souriant, rigolant moitié : « Ouais mais bon, on fait déjà en fonction de de l'économie de l'offre et aujourd'hui, l'économie de l'offre, elle propose de l'hébergement plutôt sur le littoral et moins dans les terres. Donc en gros, on s'en occupe pas trop ». Alors que je pense que ce serait un vrai levier de s'interroger sur la valorisation du centre Bretagne avec le canal de Nantes à Brest, qui a une vraie force d'attractivité. Fin on voit bien sur Pontivy, l'Office du tourisme de Pontivy Communauté, ils étaient encore la semaine dernière au cirque d'hiver à Paris pour vanter les mérites de la région de Pontivy Communauté en termes de découverte, de nature, de reconnexion à la nature en région parisienne. Je trouvais ça génial parce que du coup il vantait des choses que les Parisiens sont en recherches de faire et il n'y a pas que le littoral en Bretagne quoi.

LS : Bah oui, c'est ça.

LH : Bon je prêche un peu pour ma paroisse hein, mais je pense qu'il y en a pour tout le monde en fait. Le littoral, bah c'est sûr hein, c'est une pépite en Bretagne mais il ne faut pas miser sur justement l'activité du tourisme que l'été sur le littoral quoi, il y a d'autres choses à faire tout au long de l'année, partout en Bretagne. Et je pense que le levier pour moi, c'est l'entrée : transmission des savoir-faire artisans, découverte des producteurs agricoles. Fin il y a des choses à faire sur des circuits découvertes qu'on ne maîtrise pas parce qu'on maîtrise pas assez qui sont les professionnels en hébergement existants vu qu'ils ouvrent leurs structures, ils la referment 2-3 ans plus tard et on sait plus. Et du coup, on n'arrive pas à vraiment rendre durable des packages qui répondra à une demande, je pense.

LS : Ben oui, c'est vrai. Souvent, les terres sont délaissées, on pense qu'au littoral. Et c'est vrai que même moi dans ma tête, je pense vacances, je pense surtout oui au littoral mais c'est un peu bête parce que oui il n'y a pas que le littoral, il y a des activités très intéressantes dans les terres.

LH : Le comité régional du tourisme, ils ont quand même eu un service ... fin ils ont planché sur ces questions de centre Bretagne, ce qui avait en destinations touristiques en Bretagne, là les 10 destinations, et on voit qu'il y a une grosse patate au milieu. Et en fait ils ont un service voie navigable au comité régional du tourisme et il y a des entrées thématiques : La Vélodyssée, comment se déplacer à vélo, comment bah ... Equibreizh donc l'entrée rando à cheval. Il y a le trail qui est très prôné sur la destination pays du roi Morvan, le Faouët, Carhaix. Enfin toute cette zone-là, ils ont créé, structuré des circuits, mais ça demande à s'intensifier pour aussi motiver des gens qui se disent « Bah non, moi je ne vais pas ouvrir un gîte en plein milieu de la Bretagne parce que je risque de ne pas fonctionner toute l'année et que ça ne soit pas rentable » alors que tout le monde aurait son... Mais voilà, il faut une vraie volonté de tous les partenaires institutionnels politiques à œuvrer là-dedans. Donc voilà. Déjà moi, je vais être au fait de savoir s'il y a un soutien régional, si j'ai l'accord d'ouverture de la formation qui est quand même la seule, c'est le seul CS Tourisme, accueil, animation en milieu rural qui existe en Bretagne et il y en a en tout 4 en France. Et je sais qu'il y a 2-3 ans, on était les seuls à avoir ouvert la formation. Donc c'est révélateur aussi de l'impulsion politique à développer l'intérieur des terres.

LS : Ouais. Il y a déjà eu une progression quoi.

LH : Oui. C'est ça. Et puis si, il y a un autre acteur auquel je pensais pas tout à l'heure euh bah avec lequel je suis en lien pas mal. Je me suis rapprochée de Tiers-Lieu Bretagne, qui est une association qui fédère un peu les tiers lieux en Bretagne, fin une asso nationale. Mais euh, je trouve l'idée hyper intéressante de, par rapport au tourisme social et solidaire, de mélanger dans un même lieu des publics différents, des âges différents, des personnes retraitées, des jeunes, des moins jeunes, des asso, des auto-entrepreneurs qui ont besoin d'un espace de coworking. Fin c'est pas en lien direct avec le tourisme, mais je me suis rapprochée d'une structure qui s'apparente à

du tourisme social et solidaire il y a très peu de temps qui s'appelle Norzh. C'est un tiers-lieu touristique, entre guillemets, ils font de l'hébergement en euh je ne sais plus si c'est des types de chalets d'écoconstruction et ils ont une salle qui mettent à disposition des collectifs qui veulent venir réfléchir aux transitions énergétiques, aux assos locales, voilà mais dans le cadre de la réservation de leurs gîtes aussi attenants. Donc euh c'est quoi ? C'est Plouguerneau. Alors là pour le coup, c'est plein ouest, c'est au-dessus de Brest. Mais si voilà, si vous tapez NORZH, vous allez tomber sur eux et je trouve que là pour le coup c'est aussi avec *La Fontaine Airmeth*, c'est deux structures qui peuvent être intéressantes sur cette thématique-là. Donc Voilà. Mais moi aussi hein, je fouille en ce moment sur ces questions-là parce que je pense qu'il y a des choses à faire en termes de proposition de format court de formation sur le tourisme social et solidaire.

LS : Petite dernière question, comment le tourisme social et solidaire, finalement, il arrive à se distinguer du tourisme marchand ?

LH : Euh donc, je pense que le tourisme social et solidaire il a sa place. Euh mais justement, la question de la tarification des séjours, elle est importante parce qu'il ne faut pas le dévaluer en disant que c'est du tourisme social, dévaluer les prestations proposées parce que toute peine mérite salaire et toute proposition innovante euh... il faut trouver le juste prix. Et clairement, je pense que les gens sont tellement dans une demande après le COVID de besoin de prendre son temps, de déconnecter avec le quotidien que ça, c'est une valeur ajoutée à apporter dans sa proposition de prestation. Et ben, on voit bien que oui, c'est en tension dans le sens où les gens ont un budget avec l'inflation qui est restreint mais il faut essayer de surfer sur des choses qui peuvent être des prestations marchandes sur euh ... Je pensais aux immersions en apiculture, ça c'est une valeur ajoutée et ça demande aussi du temps au gérant et de la manipulation des produits, etc. Donc je pense qu'ils ont affiché ça comme étant le produit phare, un peu prestation marchande. Mais à côté de ça, les catalogues de découverte de la structure, de l'histoire du lieu avec la vie de l'abeille, etc. ça c'est des choses qu'elle met à disposition sans forcément y ajouter des prestations payantes, donc c'est un juste milieu à équilibrer en fait, entre ce qui ce qui doit être affiché de manière marchande et ce qui ne doit pas l'être. Et puis, garder une certaine authenticité de l'accueil que les gens de toute façon recherchent quand ils cherchent du tourisme social et solidaire. C'est tout bêtement poser sa voiture et être accueillis par quelqu'un qui les attend et qui prend le temps pendant le temps qu'ils le souhaitent parce qu'elle n'est jamais dans l'intrusion, à tenir les gens, leur dire « voilà, alors il faut savoir ça, ça, ça ». Mais c'est ce que les gens recherchent avant tout et ça c'est pas payant mais c'est ce que les gens attendent en fait du tourisme social et solidaire quoi. C'est prendre le temps, je pense !

LS : Ouais. Ok. Bah je pense qu'on a bien fait le tour de la thématique du tourisme social et solidaire. Vous allez bien m'aider.

Entretien exploratoire n°4 – Association EPAL

[Mise en contexte]

LS : Bon bah du coup, je vais te laisser te présenter.

PF : Ouais ! Donc moi je m'appelle [nom et prénom de la personne], je suis coordinateur pour l'association EPAL. Euh, depuis 2016. Donc nous on a ... je vais te donner 2/3 petits trucs d'ailleurs mais ça c'est pour toi, c'est pour info plus qu'autre chose après. Donc on est une asso, une asso de l'éducation populaire, on a 41 ans, on a plusieurs secteurs d'activité. Je vais t'en parler pour te présenter un petit peu l'asso et puis on va aller plus en profondeur sur la partie tourisme adaptée et vacances, en l'occurrence c'est ce qui t'intéresse mais déjà pour te donner un contexte. Donc du coup, nous on est une association, une association qui a 41 ans, une association bretonne, le siège de l'asso est à Brest, on un bureau à Nantes et un bureau à Rennes, où nous sommes aujourd'hui. Donc voilà. Et donc ça, c'est pour information pour toi : c'est le projet associatif, donc qui permettra d'y voir un peu plus clair. Je vais pas t'expliquer le projet associatif parce que ...

LS : Je pourrais y jeter un petit coup d'œil.

PF : ... mais clairement on est dans la vente d'éducation populaire, de l'accès aux loisirs et aux vacances à tous et à tous. Faut bien avoir cette petite idée là. Donc il y a 41 ans, on s'est créé et on a développé plusieurs secteurs d'activité. Ça c'est la plaquette que je voulais te remettre aussi, où on va retrouver tous nos secteurs d'activité qui sont d'abord l'animation quotidienne. Les animations quotidiennes, c'est à destination ... alors premièrement, d'un public adulte en situation de handicap. On a 5 lieux d'accueil sur le ... sur la Bretagne, ce qu'on appelle soit des groupements d'entraide mutuelle ou des sémaphores. Et du coup c'est des lieux où des personnes en situation de handicap vont pouvoir venir à la journée faire des activités, OK. Ce sont des lieux de rencontres et de regroupements aussi. On fait aussi de la ... on gère aussi des centres de de loisirs typiquement pour le mercredi après-midi par exemple ou aux vacances scolaires. Donc là c'est plus sur le Finistère, exclusivement sur le Finistère même d'ailleurs. Et on a aussi l'accompagnement et la gestion de crèches.

LS : D'accord. Ah oui donc c'est tout public.

PF : Oui c'est tout le monde. On a la partie formation - accompagnement. En fait, on est pas ... on est aussi organisme de formation, donc notre organisme de formation s'appelle Points de repère et en fait, on organise des formations dans le secteur du social et du médico-social, principalement dans la petite enfance justement. Et on fait aussi des analyses de pratique professionnelle et on est aussi un organisme de formation pour les BAFA-BAFD.

LS : D'accord !

PF : Tourisme social ? Alors nous ce qu'on appelle tourisme social ... En fait, on a un lieu d'hébergement en gestion dans le Morbihan à Sarzeau. Un lieu qui s'appelle Maison Marine, euh c'est un centre d'hébergement où on va accueillir différents types de groupes et ça peut être du scolaire comme des vacances adaptées comme des colos,

LS : Des familles ?

PF : ... des familles, des groupes. Bah ... je veux fêter mes 50 ans en bord de mer et bien je peux louer, et j'ai plein d'amis, je peux louer cet endroit. Et on a aussi un dispositif qui s'appelle Point de vue en famille, qui est un dispositif en partenariat avec la CAF du Finistère, c'est en gros pour des personnes fin des familles avec des ressources modérées et avec ... fin c'est des familles qui sont accompagnés par les services sociaux clairement. On monte leur projet de vacances en fait ...

LS : Il y a peut-être une aide financière aussi ?

PF : Oui, de la CAF. Et nous, on est là pour les accompagner sur la partie logistique, donc comment est-ce qu'ils vont y aller, le matériel de camping etc. Et on a aussi des animateurs sociaux qui vont passer sur les lieux de vacances pour s'assurer que tout se passe bien et d'assurer un accompagnement un petit peu sur d'autres trucs peut-être potentiellement faire un peu de médiation avec les voisins de camping, des choses comme ça ...

LS : Favoriser les rencontres aussi ?

PF : C'est ça ! Ensuite on a les séjours de vacances, c'est ça qui nous intéresse donc séjours de vacances pour différents publics. Alors, on va commencer par les mineurs, du coup on a une offre pour les mineurs qui c'est une offre qui est regroupée sous le label qui s'appelle chez nous, Tous en colo, qui porte bien son nom. C'est d'ailleurs tous et toutes en colo mais bon ça c'est un autre débat. En fait, on va organiser des colos, des séjours de vacances pour des enfants. Alors on a des séjours de vacances pour des enfants qui ne sont pas porteurs de handicap, on a des séjours de vacances pour des enfants qui sont porteurs de handicaps et on a des séjours de vacances d'inclusion avec des enfants qui sont porteurs de handicaps et des enfants qui ne le sont pas. Donc ça c'est pour les mineurs. D'accord ?

LS : D'accord !

PF : Et donc c'est des séjours qui vont se ... alors on peut avoir des séjours en camping comme en village vacances, pas en village vacances mais plutôt du coup en centre d'hébergement, en centre de vacances, etc. On a aussi une offre de séjour, euh spécifique. Quand j'entends spécifique, alors il y a 2 branches dans le spécifique, on a d'abord des séjours à la carte, c'est-à-dire que c'est des séjours qui sont montés en partenariat avec des structures, ça peut être par exemple, un foyer d'accueil médicalisé, par exemple, qui veut faire partir 5-6 de ses résidents, sur un temps donné, admettons autour du week-end de Pâques pour Pâques pour un projet de détente, d'évasion et etc. Donc là, on va vous monter le projet à la carte pour ce public-là. Et on a aussi des exigences spécifiques, ce qu'on appelle des séjours de répit, donc là c'est pour des personnes aidées, des personnes aidantes. C'est toujours des binômes, donc on va prendre une petite population. On est en partenariat avec une asso, donc une asso qui va regrouper des personnes qui sont atteintes d'Alzheimer, OK. Et donc nous on va gérer ça avec ces personnes-là, on va monter un projet de séjour de répit pour 3 binômes, donc une personne porteuse d'Alzheimer et sa personne accompagnante ou aidante au quotidien et donc ça va faire 6 personnes. Euh nous on va monter des séjours de répit pour que tout le monde parte, bah par exemple à Sarzeau, euh pendant 5-6 jours avec une équipe d'animation, une équipe qui va animer et accompagner. L'idée, c'est que le binôme puisse faire des activités ensemble mais aussi faire des activités juste pour eux. Par exemple partir en thalasso une journée pendant que l'équipe d'animation va prendre en charge la personne qui a besoin d'un accompagnement. Ce qui permet de souffler un petit peu. Et l'idée c'est de regrouper plusieurs binôme qui ne se connaissent pas forcément mais qui vivent les mêmes problématiques pour favoriser l'échange aussi et en général, ce sont des belles rencontres qui se font. C'est des jolis projets. Alors, c'est des projets assez expérimentaux, on n'en fait pas tous les 15 jours mais ça se développe et ça prend de l'ampleur. Voilà donc là je prends l'exemple de l'Alzheimer mais ça peut être plein plein d'autres choses. Et après on a une grosse partie de notre activité qui est sur l'organisation de séjours de vacances adaptés pour un public adulte en situation de handicap. Avec un « s » à handicap.

LS : Ce sont des personnes avec plusieurs handicaps.

PF : Ouais, voilà, on a différents ... on va sur différents secteurs, alors donc là moi je vais te donner ... donc ça c'est pour toi, c'est une plaquette de présentation qui va bien. Ça on va en parler après parce que c'est le plus gros de notre activité, ça, je vais te le donner le catalogue y a pas de problème. L'autre je ne peux pas te le donner car on n'en a pas beaucoup mais je vais te parler et te présenter ces projets là parce que c'est important aussi, ça fait partie de notre activité, donc là c'est un catalogue, le catalogue *Escapes* c'est que pour un public adulte en situation de handicap mental et moteur. Fin on a aussi quelques séjours pour les personnes en situation d'handicap physique mais le gros des séjours c'est des personnes en situation d'handicap mental et moteur. Handicap moteur chez nous, je vais schématiser, on est sur des adultes en fauteuil roulant qui ont en ont un ou des handicaps.

LS : Et là, c'est polyhandicap ou c'est tout confondu ?

PF : Tout confondu. Et donc là on est sur un petit catalogue, On a ... on a tous les séjours là. On va, on va nous les classer par ... un peu thématique. On a les séjours à l'étranger, proximité, séjour avec une étape et donc séjour un peu plus lointain. Et après on a aussi d'autres dispositifs qui sont des journées d'animation, mais ça c'est tout récent. Donc là c'est vraiment des animations à la

journée, l'été, autre que les lieux d'accueil qu'on a. C'est toucher le maximum de monde. Et on a aussi les escapades, des escapades 3 jours, c'est les week-end, au printemps ou à l'automne, voilà des week-end de 3 jours où on va permettre à des petits groupes de partir, voilà souffler un petit peu et aux équipes encadrantes à l'année dans les structures de pouvoir aussi avoir moins de résidents et donc du coup, pouvoir faire d'autres projets avec les autres résidents restés sur place ou bien permettre à des gens de prendre des congés tout simplement. Donc le gros de l'activité, c'est vraiment ces séjours-là. On va ... alors chaque séjour a sa particularité, on va, on va commencer par un truc un peu sympa. On peut imaginer que on part à Barcelone donc là on est sur 3 vacanciers, donc chez nous les vacanciers c'est les adultes en situation d'handicap qui partent en vacances que l'on appelle des vacanciers, 2 personnes dans l'équipe d'animation donc voilà, on a une grosse prise en charge au niveau de l'accompagnement sur la vie quotidienne car ce sont des personnes qui sont peu autonomes. Donc c'est quasiment du un pour un en gestion libre avec un minibus, ok ? Donc là c'est un groupe de 3 personnes qui va partir de Bretagne, le 9 septembre maintenant, ils vont faire la route, ils vont dormir à l'hôtel et après ils vont arriver sur le lieu d'hébergement qui est un hôtel euh non qui n'est pas du tout un hôtel hein, c'est quoi déjà ? Bon, c'est pas un hôtel, c'est un, c'est une sorte de village vacances, c'est un complexe adapté bien sûr avec des chambres PMR. Logique. Et donc voilà ils vont rester une grosse semaine, 10 jours, 10 jours et ils vont visiter un peu Barcelone et puis les alentours puisqu'ils ont le minibus, ils peuvent se déplacer. Donc là c'est un gros travail de préparation pour nous sur trouver des activités adaptées à des personnes en fauteuil et trouver un lieu d'hébergement adapté pour plusieurs personnes en fauteuil car souvent il y a des places que pour une ou deux personnes, trois ça commence à être compliqué donc là, à 3, c'est un petit séjour.

LS : Parce que y a des plus gros séjours ?

PF : Oh oui ! Là par exemple ils ont trouvé une péniche adaptée qui fait croisière, ils partent en péniche. Si je trouve ... voilà, La Monnaie, c'est les plus gros groupements, c'est 6 personnes en fauteuil pour 4 personnes en équipe d'animation. La monnaie, donc on a pas mal de personnes avec des lieux adaptés. En fait, la monnaie c'est une maison qui appartient à la FM. Téléthon, donc 100% adapté PMR. De 6-7 jours maximum, plutôt 6 jours voire 5. Voilà, ça va être sur juin, fin août ou début septembre. Donc ils vont être à Trégueux dans les Côtes-d'Armor et ils vont aller visiter un petit peu ce qu'il y a aux alentours, etc. Et là, sur les séjours de proximité, on est aussi beaucoup sur des activités aux gîtes, en tout cas sur le lieu d'hébergement. L'idée pour eux, c'est ... fin pour l'équipe d'animation va être de proposer des activités adaptées à des personnes en fauteuil, en fonction de leur capacité. Donc pas mal d'activités créatives, sensorielles, etc. du coup sur cette thématique-là. Et on peut avoir aussi des séjours un peu plus lointains, un peu plus sympas donc là on a un séjour pas très loin de Saint-Tropez par exemple, donc la piscine adaptée, tout ça tout ça, on va aller se balader en bord de mer. Sinon on va aller ... là, on est plutôt sur le côté nature on a trouvé des balades adaptées pour les fauteuils, etc. Par exemple, ils peuvent faire du vélo. Voilà, on essaie de trouver des activités qui vont s'adapter aux adultes en situation d'handicap mental et moteur, donc ça c'est ça représente à peu près 500 personnes qui partent tous les étés. On en fait aussi l'hiver donc en décembre et en février. Ça va être des séjours autour de Noël, Nouvel, autour des fêtes de fin d'année. Et février ou mars ? Là, c'était en mars. Cette année, on a fait des séjours ski fauteuil donc ils vont aller skier.

LS : Ah ouais c'est sympa.

PF : Ouais c'est plutôt cool ! Donc ça c'est la première offre de séjour qu'on a pour un public en fauteuil et en situation d'handicap mental. Le gros de notre activité ... c'est 2 500 personnes. Et c'est même par là qu'on a commencé notre activité il y a 41 ans. Donc, des séjours de vacances pour des adultes en situation de handicap mental et ou psychique. Euh pour ça par contre, tu pourras le feuilleter. Tu verras au début, on explique pas mal de choses sur le cadre, le contexte en fait, mais je vais t'en parler quand même, parce que c'est important. Alors déjà, pour faire des séjours adaptés, il faut un agrément. Je sais pas si tu savais ça, non ?

LS : Non.

PF : Non. Faut un agrément, un agrément qui est délivré par les autorités de l'État, c'est la DDETS maintenant. En gros, on doit monter un dossier, on a un agrément qu'il faut renouveler tous les 4

non 3 ou 5 ans, je sais plus, qui montre comment est-ce qu'on a organisé comment est-ce qu'on est structuré pour organiser des séjours de vacances qui vont vraiment être adaptés à un public en situation d'handicap.

LS : Donc, c'est quoi ? C'est un dossier que vous devez monter ?

PF : Oui c'est un dossier qu'on monte, on explique c'est quoi nos protocoles, etc.

LS : Puis c'est validé ...

PF : Ou ça ne l'est pas.

LS : Et là faut faire des modifications ...

PF : C'est ça ! Mais en général, fin nous ça a toujours été validé. Avant de perdre un agrément ... On évolue, on adapte, on adapte et on s'est beaucoup adapté ces dernières années, notamment avec la crise sanitaire qu'on a traversée. Mais mais là, notre agrément, tous tous les 3 ou 5 ans, y a pas de pas de problème. On est aussi membre du CNTA, c'est le Conseil national Loisirs et Tourisme Adapté. C'est un regroupement de professionnel du tourisme adapté. Et on se réunis plusieurs fois par an pour mettre en commun nos bonnes pratiques et toujours continuer à se développer et à améliorer la qualité de l'accueil des publics qu'on peut accueillir. Donc voilà, on se challenge sur différentes choses, on a une problématique depuis plusieurs années, qui est le vieillissement du public et c'est une bonne chose. Ça veut dire qu'en fait, on a ça depuis 10 ans et surtout depuis les 5 dernières années, le public en situation d'handicap jusqu'alors, c'était un public qui était qui, quand il était, vieillissait, perdait en autonomie et assez rapidement dans dans sa vie, les personnes ne pouvaient plus partir en vacances et elles n'étaient plus en capacité de partir en vacances. Et là avec les progrès de la médecine, de l'accompagnement, de l'accueil ... et et et bien c'est des personnes qui peuvent partir de plus en plus vieilles. Tant mieux. C'est trop bien !

LS : Bah oui !

PF : Par contre, nous, organisme de vacances adaptées, il faut qu'on adapte ça. Parce que c'est plus les mêmes problématiques.

LS : C'est pas les mêmes publics.

PF : Voilà, c'est des personnes qui vont être plus fatigables, qui vont avoir d'autres envies, d'autres besoins avec ... donc faut trouver d'autres hébergements, d'autres activités. Les encadrants vont pas être les mêmes non plus au niveau des profils, etc. Donc tout ça on en parle tous ensemble et c'est intéressant de se dire que bah tiens « Nous à Rennes, on a cette problématique-là, bon bah à Nice aussi, donc ça nous rassure. C'est bien, on est dans le même bateau, trouvons des solutions. Et donc voilà donc ça c'est aussi une garantie de dire que c'est aussi un gage de qualité de qualité puisque là on est sur les bonnes pratiques sur l'accompagnement d'un public en situation de handicap. Donc ça c'est c'est assez important de le préciser. Tous nos nos nos adhérents reçoivent ce catalogue tous les ans. Ils attendent avec impatience pour voir, pour voir ce qu'il y a, pour s'inscrire. Et donc là on, on va proposer un peu plus d'une centaine de séjours dans ce catalogue. Mais euh tout le monde n'a pas accès à tous les séjours. En fait, on va flécher les séjours en fonction d'un degré de besoin d'accompagnement. D'accord ? Qui en fait correspond à une fiche d'évaluation, SEMBA : système d'évaluation de mes besoins d'accompagnement.

LS : Le niveau d'autonomie ?

PF : C'est ça ! Donc besoin d'accompagnement léger, ponctuel, soutenu, renforcé. Avec différentes couleurs etc, et des petits pictogrammes qui correspondent. Si je schématise, un petit peu, là on est sur des personnes ou des adultes qui sont autonomes dans tous les actes de la vie quotidienne mais qui ont la volonté de partir sur des vacances de groupe et besoin quand même, d'un minimum de cadre apporté par une équipe d'animation pendant le séjour. Ici, on est sur des personnes qu'il va falloir stimuler régulièrement sur les actes de la vie quotidienne, mais qui sont quand même hyper autonomes : ils savent faire les choses. Mais si on ne leur dit pas certains trucs.

LS : Il faut les pousser un peu.

PF : Donc ça fait un peu et si on les mobilise pas sur les activités, ils peuvent rester tranquilles au gîtes toutes les vacances, ça ne leur pose pas de problème mais c'est pas le projet des vacances. Après on a un besoin d'accompagnement soutenu. Là on est sur des personnes qui va falloir vraiment stimuler là vraiment, dans tous les actes de la vie quotidienne et même parfois les aider sur certains actes de la vie quotidienne. Je pense à l'hygiène notamment qui peut être un point important. Et enfin, on a besoin d'un accompagnement renforcé où là on est sur des personnes qui ont besoin d'accompagnement sur tous les axes de la vie quotidienne et c'est de l'accompagnement par le geste. Donc en gros très autonome, autonome, assez autonome, moyennement autonome. Voilà les publics qu'on a. Ce qui permet un peu de flécher les séjours. Et donc voilà la carte des séjours de l'été, de cet été. Et donc on a le code couleur qu'on retrouve, hein : les séjours autonome, très autonome, très autonome en violet, autonome en bleu, assez autonome en vert et moyennement autonome en orange. Ok ? Donc ça c'est toute la carte, donc tu peux voir qu'il y en a partout en France, partout, partout, partout, partout. Euh, on a même en Europe et à l'étranger, donc là on a par exemple le Maroc cette année, la Grèce, les Baléares, etc. Et avant le COVID, on allait même plus loin, on est allés à New York, on est allés au Mexique, on est allés en Thaïlande...

LS : Ça a restreint pas mal...

PF : C'est ça ! Ça va revenir, on le sait, là on y va étape par étape. En 2020, il y avait que des séjours sur le bord Ouest, 2021 on est repartis sur toute la France, on a réussi à en faire un aux Baléares en juillet. Et après, on a arrêté parce que tout fermé, c'était n'importe quoi. 2022, on a dû repartir vraiment pour de bon sur l'Europe, donc là on élargit encore un petit peu et l'année prochaine, on a bon espoir de repartir loin. Au catalogue, en 2020, on avait le Sri Lanka, donc on a bon espoir d'y aller en 2024, on se dit que ça va, ça va revenir. J'espère. Et donc principalement sur le Grand Ouest puisque, non pas qu'on soit Chauvin, mais on a la chance d'avoir une belle région avec des lieux touristiques plutôt cool et aussi parce que la plupart de nos adhérents, donc de nos vacanciers, nos vacancières viennent du Grand Ouest eux aussi. Ils sont bretons, normands ou des pays de la Loire et on a une bonne partie de notre public, notamment les moins autonomes, ils ne peuvent pas faire des heures et des heures de route et ce n'est pas le projet de toute façon. Passer 2 jours dans les minibus euh ça n'a aucun intérêt. Donc nous on propose aussi pas mal de séjour de proximité et ça va aussi interférer forcément sur le coût du séjour puisqu'un séjour ça a un coût. Alors ce catalogue il est sur internet si tu veux y jeter un coup d'œil. Un séjour par exemple fauteuil, je prends n'importe lequel, la péniche pour 6 jours, c'est déjà 1600€. Alors le vacanciers ne payent pas 1 600€, il a des aides, oui, il a des aides de mutuelles, des aides de la CAF, de la région, du département, enfin de la MDPH, etc. Donc il ne va pas payer plein impôt mais il a quand même un reste à charge qui est quand même important et de commencer dans cette démarche de vacances pour tous. L'idée c'est aussi d'essayer de trouver des séjours pas trop chers. Après voilà, on sait qu'il y a aussi une logique économique qui fait qu'il y a des personnes qui ne peuvent pas se permettre de partir tous les ans, mais ça fait partie du jeu aussi sans être en situation de handicap, il y a des gens qui n'ont pas les moyens de partir en vacances. Donc ça, c'est nos séjours et on a différentes formules, différentes offres et c'est vraiment très très très très varié. Chaque séjour est différent même si on a des critères assez classiques qui vont être liés justement à ce degré d'accompagnement. Là sur ces 2 premiers degrés, donc léger et ponctuel, on est sur des groupes de 12 vacanciers pour 3 personnes dans l'équipe d'animation et on est plutôt sur des séjours en gîte de groupe, gestion libre, le barbeuc, la terrasse, le jardin. Dans un accompagnement soutenu, 12 vacanciers toujours là mais je mets 4 personnes dans l'équipe d'animation et on est plutôt sur des centres d'hébergement. Ok ? Des structures un peu plus adaptées, un peu plus grandes, pas mal de chambres au rez-de-chaussée etc. Besoin d'accompagnement renforcé, 12 vacanciers, 6 personnes en équipe d'animation et là on est plus sur de la structure type centre d'hébergement, centre de vacances, voire internat d'Institut médicoéducatif puisque comme ils sont en vacances l'été, on les récupère ! On est vraiment sur de l'adapté, adapté. On a pas mal de personnes en fauteuil mais on peut aussi avoir des personnes avec des problèmes de mobilité, déambulateur, très fatigable etc. Dans nos séjours, on a plein plein de choses. On a plein de formules différentes, on va en parler vu qu'on a des villages vacances donc on va en parler ! Mais juste pour te donner un indice, je te parlais un peu voilà des séjours en gîte classique, on a aussi beaucoup de séjours et ça c'est un des projets qui marche bien,

c'est ce qu'on appelle les Clubs Mer chez nous, c'est les séjours en camping, en mobil-home. On est que dans des campings 4-5 étoiles, des groupes, des plus petits groupes, des groupes de 10 pour 2 en gestion libre, 2 mobil-home côte à côte sur le séjour. Et l'idée de ces jours-là, c'est des séjours quand même relativement inclusifs parce qu'on est comme tout le monde, en camping, à côté il y a des familles, à côté il y a des groupes, machin etc. On va participer aux activités du camping, on va aller aux soirées dansantes, aux cours d'aquagym. On est vraiment dans cet esprit-là et on va faire bien sûr d'autres activités. Donc nous pour chacun des séjours, on identifie toujours les 3-4 grandes activités qu'il faut faire dans le coin et après, c'est l'équipe d'animation qui va monter un projet d'activité plus spécifique. En tout cas, voilà, on déblaye un peu le terrain et c'est des séjours pour la plupart qui sont vendus à la semaine. Voilà donc les vacances, c'est soit une semaine, soit 15 jours, c'est 15 jours maximum. Déjà 15 jours, c'est déjà pas mal pour eux et pour l'équipe. Donc voilà pour les Clubs Mer par exemple. Et après, on a des séjours euh ... Je vais t'en trouver un, village vacances ! Euh un que je connais ça serait bien. Hop ! Village vacances Jura. Donc là en village vacances, on tombe sur des plus grands groupes. Donc là c'est des personnes autonomes, mais on a 18 vacanciers pour 4 personnes dans l'équipe d'animation donc en pension complète, 2 minibus, une voiture à dispo puisqu'ils partent de Bretagne, ils vont dormir à l'hôtel à l'aller et au retour et comme ça, ils sont autonomes pour leurs déplacements, etc. On a déjà pas mal d'activités identifiées et l'hébergement, donc on est clairement sur une résidence hôtelière classique, sur le village vacances classiques hein ? Et l'idée, ça va être de profiter et des activités qu'on va trouver en dehors mais aussi des activités du village. Là, on essaie de trouver des villages vacances où on sait qu'il va y avoir de l'animation pendant le séjour, là je crois qu'il y a une piscine, un sauna, etc. Il faut, comme c'est un coût assez important puisque pour 15 jours, on est quasiment à 2500€. Il faut que les gens en aient pour leur argent. Donc on veut des villages vacances confortables, faut pas que ça soit de trop grandes chambres, que ça soit facile pour les vacanciers d'être ... parce qu'ils vont partager leur chambre avec d'autres vacanciers. Si c'est des lits doubles, c'est pas possible parce qu'on met une seule personne dans chaque lit, pas de lits superposés, ouais. Ce qui fait que nous, par exemple, des chambres familiales, on va avoir un lit double, un lit simple, un lit superposé, en fait, nous ça va être ... on va mettre que 3 personnes dedans.

LS : Oui !

PF : Logique.

LS : Les lits superposés, de toute façon, même pour des adultes non en situation d'handicap ce n'est pas adapté.

PF : Ce n'est pas top. Donc voilà et on va profiter des activités du village vacances. On est dans le même schéma que les Clubs Mer, on est sûr de l'inclusion puisqu'on va se retrouver avec des familles, des groupes, des colos, de machins, etc. Et l'idée pour nous, c'est que nos vacanciers se mélangent avec d'autres publics. Alors, ça se passe bien, ça se passe moins bien parfois. Mais la plupart du temps, ça se passe super bien et souvent, c'est nos groupes qui mettent un peu l'ambiance parce qu'en fait nos groupes sont au taquet, ils ont envie de faire des choses et donc s'il y a une soirée dansante ou karaoké, c'est les premiers à y aller. Si ça commence à 20h30, dès 20h ils sont là, ils sont à fond. Donc voilà ce qu'on propose. Et donc voilà. Et donc voilà, les vacanciers, les vacancières vont pouvoir s'inscrire en fonction de leur degré de besoin d'accompagnement et de la thématique du prix, des dates, etc. Voilà ce qu'on fait. Déjà est ce que ça déblaye un peu ?

LS : Oui, oui, c'est conséquent.

PF : Oui, hein ? On n'a pas le temps de s'ennuyer.

LS : Ça a l'air hyper intéressant !

PF : Oui oui oui, ah oui oui carrément. On essaie toujours de développer des nouveaux projets, des ...

LS : Et toi tu fais séjours des fois ? Tu pars ?

PF : Je suis trop vieux pour ça... Alors moi je suis parti, il y a longtemps, quand j'étais étudiant. Euh donc non, moi, mon rôle, c'est d'organiser ces séjours. Donc je planifie, etc. On planifie bien à l'avance. Nous notre catalogue de l'été 2023, on l'a terminé en novembre, même peut-être, fin octobre, il était bouclé. Euh donc nous on organise les séjours. Donc, moi, ma spécialité, c'est les séjours étrangers, j'en fais d'autres hein, mais principalement ceux-là car ça demande un peu plus de de prépa parce qu'il faut trouver les bons hébergements, les vols ou en tout cas le transport. Quand on essaie de ... on est dans une dans des démarches aussi hein, on essaie de penser un petit peu global et se dire « Attend la planète, on en train de la défoncer : on est obligés d'aller en avion ? Non. On peut peut-être y aller en train ? » Mais c'est toute une organisation aussi. Faire partir un groupe de 12 personnes en train, ça ne se fait pas n'importe comment. Donc moi j'organise ... vraiment, j'organise les choses. Je suis ... mes missions, c'est aussi de recruter l'équipe qui va encadrer. Donc là, ce catalogue là, ça représente un peu plus de 400 postes d'animateurs sur l'été. Et donc voilà donc on recrute, on forme les équipes en fonction des compétences. Tiens, lui, il a déjà fait ça, lui c'est un peu, ça va faire une super équipe. Après nous, notre rôle c'est aussi de préparer ces séjours-là avec l'équipe d'animation, donc on ... Là on va commencer là en avril, on fait des petites réunions où je leur retransmets pas mal d'infos sur le séjour, le lieu d'hébergement, les vacanciers aussi qui sont accompagnés : ils s'appellent comment, ils ont quel âge, quels sont leurs besoins, habitudes de vie, etc. Donc on prépare. Ça, ça se passe sur le printemps. Début juin, les séjours fauteuil commencent. Début juillet, ceux-là commencent. Et donc en gros, à partir de mi-juin, on rentre dans un tunnel de ... bah les séjours partent, donc tous les weekends il y a des départs, il y a des retours donc euh ...

LS : C'est la grosse période.

PF : Voilà donc là on a, on a une plateforme logistique, alors on a plein de points de ralliements en Bretagne et sont en ...là. Ça par exemple [Me montre sur le catalogue], c'est tous les points de rendez-vous de l'été 202. Et avec un bel aura sur Rennes parce qu'en fait, on fonctionne comme ça, on va chercher tout le monde, on ramène tout le monde ici et on fait comme ça. Et sur Rennes, on a un gros point de rendez-vous qui est à la piscine de Bréquigny et on a, en dehors de Rennes, une plateforme logistique. En fait, on privatise un complexe sportif tout l'été où on fait nos départs et nos retours et donc voilà, il y a plein de cars qui arrivent, ça arrive dans tous les sens. Et donc il y a plusieurs gymnases et ça transfert : les gens partent, les gens rentrent, etc. C'est toute une logistique. Ma collègue qui est dans le bureau juste à côté, c'est son travail de préparer cette plateforme, de trouver des gens qui vont gérer les bagages, transiter, tout ça etc. On a toute une grosse orga autour de ça et donc voilà donc l'été, nous on va dans un tunnel de Les séjours sont préparés, les équipes sont formées puisqu'on les forme aussi nos équipes. Elles ont un week-end de formation de 2 jours, qui est obligatoire, où on va du coup leur donner des éléments sur comment être une bonne animatrice, accompagnatrice de séjours adaptés, quels sont les protocoles, quelle est l'organisation etc. Donc les séjours partent et là, nous, notre rôle dans les bureaux, c'est d'être en appui et en soutien de toutes les équipes et donc de ... Là, clairement en plein été, on fait que gérer des problèmes parce que des problèmes ... quand il y a 2 500 personnes qui partent, il y a toujours des problèmes. Alors des fois, c'est des petites choses. Il y a un véhicule, ils ont crevé sur l'autoroute. Bon nous on n'a pas grand-chose à part leur dire : « appelez l'assurance ». Mais on est là quand même pour s'assurer que tout le monde va bien, est-ce qu'ils ont une assurance, est-ce qu'il y a une dépanneuse qui arrive et on suit le truc. Oui mais alors, le loueur de véhicule n'a pas de véhicule de remplacement. Ok, nous, notre rôle, en tant que coordinateur, trouvons un autre véhicule et il faut que dans les 3h, le véhicule soit arrivé sur place pour récupérer tout le monde et qu'ils continuent leurs vacances. C'est aussi des problématiques, on va avoir des problématiques au niveau des ressources humaines puisque du coup c'est des équipes saisonnières qui viennent travailler pour nous, c'est des animateurs et des animatrices. Donc ben, on peut avoir un animateur qui est malade, un animateur qui démissionne, un animateur qui ne vient jamais le jour du départ, etc. Tout ça, on doit le gérer au quotidien. Et on a aussi des problématiques liées au public que l'on accompagne puisque c'est un public fragile et sensible. Donc ben on a des personnes qui sont inscrites sur un séjour, sur la fiche ça le fait, etc. Arrivé sur place, on voit que c'est pas la bonne autonomie. Clairement, cette personne va être en difficulté pendant ses vacances. Voilà donc qu'est-ce qu'on fait ? On pose un diagnostic avec l'équipe qui est sur place, avec l'équipe d'animateurs. Nous avec un peu plus de recul, on dit « bah là attends,

peut-être qu'on peut trouver une parade pour que cette personne reste » mais si on se rend compte que non, c'est pas possible, donc soit on a une place sur un autre séjour adapté à son autonomie et on fait un transfert si c'est facile, c'est pas toujours possible. Donc des fois, on rappelle l'établissement que la personne fréquente on dit : « bah là en fait, Martine, elle va pas pouvoir rester sur le séjour, c'est pas possible pour elle, c'est inconfortable pour elle, pour l'équipe, pour le reste du groupe. Va falloir qu'on vous la ramène ». Souvent, ils ne sont pas très contents mais en même temps, voilà, c'est eux qu'on mal fléché aussi l'inscription. Donc euh voilà, c'est comme ça. On essaie toujours de trouver une solution mais des fois, on n'en a pas. Euh donc on doit gérer tous ces petits trucs là. Et puis, on va gérer aussi au niveau RH, le recrutement parce qu'en fait le recrutement, il continue tout le long de l'été parce que ... on voilà, on a beaucoup de postes à pourvoir donc et comme j'ai dit, il y a des désistements etc. Donc bah il y en a un qui est parti, aller, il faut trouver quelqu'un mais faut le temps pour le trouver donc on continue à faire passer des petits entretiens, etc. pendant l'été. Donc tout le monde est sur un gros tunnel, vraiment principalement juillet-août mais ça commence à partir de la mi-juin et ça se calme à la mi-septembre.

LS : Ok.

PF : Mais là on est sur une ... cette période, la période intense au moins, on a vraiment une activité saisonnière, estivale pour le coup où là on est on est ...

LS : Il n'y a pas de départ en février ? Fin si c'est des petits séjours c'est ça ?

PF : On fait aussi effectivement avec un public en situation d'handicap mental et/ou psychique, des séjours en décembre-janvier donc Noël, Nouvel An. Là on est sur une ... je pense que je vais pouvoir te donner un catalogue aussi. Donc ça, tu vois, c'est le catalogue d'hiver et de février, qui est beaucoup plus petit, hein ? On a 17 séjours sur l'hiver, on a que ça et là on va partir plutôt sur des séjours quand même assez proches, même si on en a toujours un ou 2 séjours en montagne, Belgique. Les Pyrénées, c'était l'hiver dernier par exemple. Et donc ça fait des séjours à la semaine ou de 10 jours, soit la semaine de Noël, soit la semaine du Nouvel An et ça va être beaucoup articulé autour de ça. Euh on fait aussi des séjours en février avec des séjours au ski.

LS : Ouais donc toute l'année finalement.

PF : Voilà. Donc ça, ce sont les vacances de février. Et aux vacances de printemps, on fait aussi 3 séjours qui sont les séjours de printemps avec des thématiques : là, on a une thématique détente, musique et on a aussi un séjour au Cap d'Erquy et donc voilà, là, ça représente beaucoup moins de d'activité mais une activité quand même. Mais voilà, le gros de l'activité c'est l'été et l'hiver, printemps. Mais toute l'année en fait, on va, nous, professionnels, on travaille vraiment toute l'année, donc on a des périodes plus creuses, ce qui nous permet déjà de prendre des congés puisque l'été on n'en prend pas, l'été on n'en prend pas. Et puis de pouvoir se reposer aussi et de préparer correctement la suite puisqu'on a toujours un train d'avance. Par exemple, le catalogue de l'hiver prochain, il est prêt depuis un mois même 2, non, fin mars, il est prêt depuis fin février.

LS : C'est bien, au moins vous prenez de l'avance !

PF : Oui toujours. Il faut toujours parce que, notamment les hébergements se remplissent super vite et il y en a qui nous passent sous le nez des fois et c'est un peu rageant mais donc ... Et on en a même là, fin je sais qu'on a déjà fait des réservations pour l'été 2024, on a déjà des hébergements de réservés pour être sûrs de les avoir. On est voilà. Après sur des thématiques ... fin les villages vacances par exemple, il y en a beaucoup donc on sait qu'on aura toujours de la place et puis quand on commence à avoir un pied dedans en plus, quand on y va depuis plusieurs années et quand ça se passe bien ... c'est plus facile. Donc voilà ce que je peux te raconter déjà sur ce qu'on fait. Ça dégrossit un petit peu les choses ?

LS : Un petit peu ouais. Je savais que vous étiez vraiment dans le tourisme social et solidaire, mais je ne pensais pas. Je n'imaginai pas tout ça.

PF : Ok.

LS : Mais en tout cas oui, c'est très intéressant, ça donne envie et on voit que t'es passionné ...

PF : Ah oui oui et puis je connais un petit peu ce que je fais. On peut donc voilà, c'est voilà. Je sais pas s'il y a d'autres questions, d'autres choses qui ... j'imagine que oui ?

LS : Oui bah oui.

PF : Après ce que je peux rajouter aussi, c'est que pour nous, le droit et l'accès ...l'accès aux vacances c'est un droit, vraiment on le revendique comme ça. Euh ... il y a une étude qui est sortie, elle commence à dater, c'était dans les années ... je dirais-je sais plus quelle année c'était 2012 ou 2013, ça commence à faire un petit moment, un peu plus de 10 ans. Euh il y a 10 ans, un adulte en situation de handicap sur 3, ne partait pas en vacances et n'était même jamais parti en vacances. Ça c'est pas normal. C'est-à-dire qu'un tiers de cette population n'est jamais partie en vacances. Demain, tu te retrouves dans un groupe, bah par exemple dans ta promo d'étudiants, d'étudiantes, je pense qu'il y a moins d'un tiers des personnes qui ne sont jamais parties en vacances, si ce n'est tout le monde qui est déjà parti en vacances, voilà. Donc nous on milite pour ça et on se dit que ben plus on avance, plus ce chiffre va baisser et plus les gens vont pouvoir partir. Après, tout le monde ne peut pas partir tout le temps, on le sait et nous, on est vachement là-dessus aussi. On ne fera pas partir n'importe qui, n'importe où, c'est pas le but mais on réalise des trucs. Voilà des personnes en fauteuil sont déjà parties en Thaïlande avec nous. On trouve la structure sur place, on avait trouvé une agence de voyage spécialisée sur place qui sont en fait, 2 bretons expatriés là-bas qui sont géniaux, qui ont un projet trop bien. Et voilà de me dire : « Il y a 5 personnes en fauteuil qui sont parties, mais vas-y c'est trop bien, on a gagné là, on est bon ».

LS : Ah bah tant mieux. Euh, si tu devais me définir un peu le tourisme social et solidaire, qu'est-ce que tu me dirais ?

PF : Wow !

LS : C'est large.

PF : Oui c'est large mais ça peut même être philosophe presque. Le tourisme social et solidaire ...

LS : Dis-moi ce qui te vient en tête.

PF : Ouais Ouais, Ouais. Et ben c'est ce que je te disais juste avant, hein. Le tourisme social est solidaire, pour moi, c'est un ... c'est pas une possibilité, c'est un droit. En fait, c'est un accès aux vacances et aux loisirs pour tous et pour toutes, quel que soient ses besoins. Voilà, tout le monde a des besoins que l'on soit en situation de handicap ou pas, il faut trouver des adaptations pour répondre à ces besoins, pour que les personnes puissent partir en vacances et puissent avoir accès à des loisirs. Ça me semble primordial parce qu'en fait ça fait ... fin le tourisme social et solidaire fait partie de l'équilibre de la vie de chaque personne en fait : on a besoin de détente, on a besoin de loisirs, on a besoin d'évasion. EPAL, ça veut dire *Evasion Pays d'Accueil et Loisirs*, c'est pas pour rien que ça s'appelle comme ça. Euh voilà c'est ... pour moi, c'est fondamental de pouvoir permettre à des personnes en situation de handicap ou non car tourisme solidaire et social c'est aussi euh d'autres situations qui sont pas des personnes qui sont en situation de handicap, pour avoir accès aux loisirs et aux vacances.

LS : Après, au niveau des acteurs, quels sont les acteurs structurants du tourisme social et solidaire ? Est-ce que vous, vous vous considérez vraiment comme un acteur structurant ?

PF : Alors, nous, je vais parler de nous tous : les organismes de vacances adaptées. Et pour le coup, oui, on est structurant sur la partie handicap clairement parce que là je te parle d'EPAL et de ce que nous on fait. Mais il y a plein d'autres EPAL, qui ne s'appellent pas forcément EPAL mais qui existent partout en France et dans le monde même. Et pour le coup, oui on est structurant notamment sur la partie handicap, ça c'est clair parce que ... Alors il y a aussi des agences de voyages spécialisées qui existent, elles, je les connais moins donc je ne vais pas en parler. Je parle vraiment des assos, fin, les organismes de vacances adaptées. On est, on est, je dirais, on est essentiel parce que sans nous, les personnes elles ne partent pas en vacances clairement. Alors il y a des établissements médico-sociaux qui organisent leurs propres séjours de vacances aussi, des grosses structures. Il y a que les grosses structures qui peuvent se le permettre parce que ça demande énormément de temps de prépa, ça demande des compétences mine de rien et une certaine organisation derrière sur la partie logistique, donc c'est un savoir-faire, c'est un métier,

en fait, ça ne s'invente pas. Demain, n'importe qui ne peut pas dire « bah tiens, j'organise des séjours de vacances ». Non ! Fin si, on peut essayer mais à mon avis, on va se planter. Donc c'est nous, on est ... je pense qu'on on fait partie de la base et de la structure dans tous les cas. On répond à un besoin, une demande et une attente. Euh je te dis, nous, on fait partir 2 500 personnes en vacances, donc on avait 2 500 places sur l'été là. Nos inscriptions se sont ouvertes le 3 janvier. Je vais grossir le trait, le 15 janvier, il n'y avait plus de place, en 2 semaines il n'y avait plus de place. Et on a une liste d'attente qui est longue comme le bras parce qu'on arrive pas à répondre à la demande sur le territoire breton, donc il y a un vrai besoin. Euh dans les entités qui peuvent structurer aussi, ben il y a les services de l'État. Je te disais la DDETS qui fournit les agréments, qui a aussi un rôle de contrôle au-delà de l'agrément. Eux, ils viennent faire des contrôles, ce qui s'appellent des visites, c'est des contrôles quoi. Ils ont voilà, ils ont une grille de visite, ils vont contrôler si ça, ça, ça au niveau des protocoles c'est bien, est-ce que c'est bien pris en compte ou pas ... Ils accordent les agréments et ils viennent voir si on met bien en place les protocoles. Donc voilà. Et donc eux peuvent décider, par exemple, ils ont le pouvoir de fermer un séjour. Avant d'en arriver là, faut vraiment ... voilà. Ils ont un premier pouvoir de « je fais une visite et il manque ... au malheur, il manque des affichages obligatoires, qui sont en gros : lavez-vous les mains et essuyez la vaisselle ». Bon, il n'y a pas de mort d'homme, on va aller, on va aller en imprimer dans l'imprimerie du coin et tout va bien. C'est juste que l'équipe a perdu dans le voyage, les affichages. Donc là en général, il voit ... ils nous disent là on va repasser, vérifier qu'il y a bien les affichages. Ils repassent jamais, ils ont autre chose à faire clairement euh déjà parce que la plupart des inspecteurs, inspectrices sont en vacances l'été. On en voit hein, on en a tous les ans mais on en voit peu. Et ensuite, ils vont s'intéresser à l'aspect accompagnement, fin qui est l'équipe accompagnante, qui ils sont, est ce qu'ils ont été formés, quelles sont leurs compétences, comment ils sont organisés, comment ils ont préparé le séjour, machin, etc. Donc ils sont là pour contrôler. Euh la plupart du temps, ils font quelques remarques mais on reçoit les rapports 3 mois après et c'est du détail. Mais par contre, nous, ça nous permet d'améliorer les programmations. Il peut y avoir des situations plus graves où ils considèrent que l'hébergement est pas du tout adapté au public, ils considèrent que l'équipe n'est pas compétente, etc., etc. Donc là il peut ... il y aura une sanction de on ferme le séjour mais ça nous est jamais arrivé. Ça nous est arrivé une fois mais on l'a décidé conjointement parce qu'il y avait une grosse problématique qui n'était pas liée tant à l'organisation d'EPAL que à la situation qui venait d'être vécue sur le séjour puisqu'on est sur un public fragile et sensible et que bah typiquement, sur un séjour, il peut y avoir des décès, ça arrive. Et là on était sur un décès qui ne s'est pas très bien passé, qui était un peu spectaculaire pour l'équipe, pour le groupe de vacanciers. Donc d'un commun accord avec la DDETS, on a décidé de fermer le séjour. Fallait arrêter le séjour, l'équipe était en souffrance, les vacanciers n'allaient pas bien, même le propriétaire du gîte n'était pas bien. Voilà. Et ils ont aussi le pouvoir, donc l'agrément, je ne sais plus c'est trop, c'est 3 ou 5 ans. Ils ont le pouvoir de retirer un agrément ou de le suspendre. Nous, ça nous est jamais arrivé. C'est arrivé à d'autres structures, d'autres organismes de vacances adaptées. Là, c'est clairement quand il y a un manquement de la part de l'organisateur sur euh ... bah un manquement au protocole.

LS : Ok. Et du coup quand c'est suspendu, ils attendent que ça soit rectifié ?

PF : Bah suspendu alors c'est arrivé mais très rarement. J'ai entendu une fois. Suspendu, c'est euh ... admettons, je suis une structure, on me suspend mon agrément et j'ai 30 séjours en route en même temps, les 30 séjours s'arrêtent maintenant. A l'instant T, c'est terminé. Donc là, c'est une organisation de malade et donc on a plus le droit de faire de séjours. Si c'était en juillet et on avait des séjours au mois d'août, bah les séjours au mois d'août n'auront pas lieu. Et là, c'est à la structure, à l'organisme de séjours de vacances adaptés qui doit se dire « ben, est-ce que j'ai le temps d'ajuster les choses pour redémarrer pour la saison prochaine ? ». En général, non, ce qui se passe dans ces cas-là, c'est qu'il y a une suspension, en fait la structure, elle ferme parce qu'économiquement c'est pas possible et voilà, ça arrive. On a beaucoup de structures, d'organismes de vacances adaptées qu'ont fermé en 2020, 2021, ils ne se sont pas relevés financièrement du COVID clairement. C'est aussi pour ça qu'on n'arrive plus à répondre à la demande. Voilà, c'est qu'il y en a plein qui ont fermé, notamment sur le Grand Ouest et que du coup bah les personnes qui avaient l'habitude de partir en vacances, elles ne peuvent plus partir quoi.

LS : C'est compliqué.

PF : Ouais donc voilà, et après ? On a bah ... ce que je te disais que CNTA, le Conseil national de Loisirs et Tourisme adapté sur la partie handicap qui va être structurante aussi. Et puis après, on a tous les services de l'État auxquels on va pouvoir faire appel, qui peuvent être structurants : la MDPH, la CAF, la région, etc. qui vont soit apporter des aides financières soit apporter aussi un cadre. Et puis il y a la législation tout simplement qui est structurante aussi. Là je te parle vraiment de la partie handicap parce que c'est ceux que je connais le mieux, les autres un petit peu moins. Voilà ceux auxquels je pense là maintenant. Et si, sont structurants aussi, toutes les structures du social et du médico-social parce qu'en fait, sans ces établissements qui nous envoient leurs résidents, on n'existerait pas clairement. Donc ils sont structurants aussi quelque part, c'est eux qui fournissent la matière première pour l'activité en fait. Et ça va même plus loin, je vais dire, ajouter toutes les formations, les écoles, dans le social, le médico-social et l'accompagnement à la personne. Parce que c'est aussi des leviers pour nous, pour le recrutement de nos animateurs donc on voit bien avec tout le monde. Tu vois, il y a 15 jours, j'intervenais à l'école d'ergo de Rennes, d'ergothérapeute de Rennes, je leur faisais une présentation des séjours, justement fauteuil, qu'est-ce qu'il faut faire, pas faire, comme on fait, etc. « Et vous ergo, vous serez ergo plus tard, vous allez bosser en établissement, vous me remplissez bien les feuilles techniques que l'on vous envoie, c'est pas pour rien ». Voilà, c'est acculturer tous les professionnels du social, du médico-social, il y a ça aussi. C'est ok vous nous les envoyez en vacances mais on veut le faire dans de bonnes conditions. Voilà pour les ...

LS : Mais du coup, après, tu as un peu répondu parce que c'était plus au niveau de l'offre, l'offre que vous proposez... bah voilà.

PF : Là je te l'ai présenté.

LS : Euh bah le public visé, pareil. Et, là après, c'est peut-être différent. Je posais la question par rapport à, non, ça ne se pose pas je pense. C'est comment vous parvenez à vous distinguer de la concurrence ? Le tourisme marchand ? Mais en soi, comme c'est vraiment adapté, il n'y a pas vraiment de concurrence ...

PF : Et bah si !

LS : Ah si ? Et bah, j'ai bien fait de la poser alors ?

PF : Alors, les membres du CNCA, tous les organismes de vacances adaptées qui vont être plutôt sur un fonctionnement associatif comme le nôtre, on ne considère pas qu'on est concurrents, on est plutôt partenaires ou confrères. Même si, certainement il y a une concurrence puisque je pense par exemple à la ... il y a une structure qui s'appelle La Fédé à Redon. Donc eux, ils viennent chercher des vacanciers ... euh ils vont récupérer des vacanciers, des vacancières plutôt sur l'Ille et Vilaine et un peu le 56. Euh bah on va sur les mêmes lieux en fait récupérer les gens, donc on pourrait se tirer un peu le mou : « Nan mais moi j'en veux plus, toi t'en veux moins, machin, etc. On n'est pas tant là-dedans non plus, mais quand même. Et après on la concurrence, elle est vraiment avec les agences de voyage spécialisées, les structures privées, les entreprises en fait, qui eux ne sont pas dans le même fonctionnement que nous, qui sont dans une logique de rentabilité. Nous on ne l'est pas, alors on essaie d'être à l'équilibre parce qu'on est une asso, on nous demande de l'être mais si on ne l'est pas, on ne l'est pas. On va justifier ça auprès des commissaires aux comptes, c'est notre problème. Euh mais nous on est là pour faire partir les gens en vacances, eux, ils sont là pour à minima être à zéro mais plutôt pour gagner de l'argent. Et donc du coup, c'est pas la même démarche. Alors ils respectent plein de protocoles comme les nôtres etc. hein, et ils ont des agréments aussi mais eux ils vont être souvent sur des plus gros groupes par exemple. Ça va être des groupes de 30, 40, 50 personnes. Alors eux, si c'est un village vacances dans lequel ils vont, ils vont louer tout le village vacances. Mais typiquement, il y aura tout le monde et ils sont beaucoup sur des grosses structures euh donc voilà il y a 30, 40 vacanciers et 10, 20, 30 animateurs. Ils arrivent en car sur le lieu de séjour. Une fois qu'ils sont arrivés sur le centre d'hébergement, ils ont 2 minibus pour se déplacer, donc tout le monde peut pas bouger tout le temps. Oui, c'est voilà, c'est de la masse. Nous on n'est pas là-dedans.

LS : Et il y a beaucoup moins d'accompagnement individuel j'imagine ?

PF : Il y en a mais c'est moins dans la proximité, dans le lien social, en fait. Voilà. Ils partent en vacances et c'est bien quand même et heureusement qu'ils existent parce que sinon ça ferait encore moins de personnes qui partent en vacances, mais on est vraiment sur une logique un peu plus de masse, en tout cas de gros groupes. Donc là c'est de la concurrence et c'est aussi de la concurrence pour notre recrutement. Alors là pour le coup, asso comme entreprise privée, on est tous en concurrence, c'est parce qu'on a tous la même problématique, on a du mal à recruter nos équipes encadrantes parce que d'une part, on ne veut pas recruter n'importe qui et d'autre part, ce qu'on propose c'est pas hyper sexy. On propose ... donc c'est du job saisonnier, c'est des missions de 2 à 3 semaines maximum, c'est une rémunération à la journée. Chez nous par exemple, cette année, c'est 55€ net par jour pour un animateur, 65€ pour un responsable, donc c'est pas bien payé. On fait plein d'heures, on commence le matin au petit déj, on finit le soir tard. On a 12 000 cassettes dans la journée, on va faire la toilette de quelqu'un, on va aider à s'habiller, on va faire à manger pour 12 personnes, on doit conduire un minibus, on va faire des courses, on va à la plage, on va soigner un bobo, aller acheter des cartes postales fin voilà. On se donne à fond, c'est un réel investissement, c'est un engagement de la part des équipes. Donc voilà, on a du mal à recruter, c'est dur, faut séduire les potentiels candidats, donc forcément, là pour le coup, on se tire un peu dans les pattes, entre guillemets. Je pense à ma collègue par exemple qui est à Nantes, il y a beaucoup d'organismes de vacances adaptées sur la région nantaise. Elle est toujours en train d'essayer de montrer qu'on est, non pas qu'on est les meilleurs, mais en tout cas qu'on se débrouille bien et qu'on sait ce qu'on fait ...

LS : ... que vous portez des valeurs.

PF : Voilà. Pour essayer de ramener des gens chez nous parce que voilà, là pour le coup, on est tous en concurrence et on a tous et toutes pris dans le privé comme dans le milieu associatif, les mêmes problématiques : on a du mal à recruter. Nous, tous les ans malheureusement, tous les ans, on annule des séjours un peu au dernier moment parce qu'on n'a pas d'équipe.

LS : C'est dommage parce que ça prive des personnes des vacances ...

PF : C'est super dommage ! Bah oui, on met tout en œuvre pour y arriver. Et toi là, par exemple, cet été, notre saison, elle se termine le 19 août, le gros de la saison. Ma main à couper que mon dernier recrutement, je le fais le 16 août pour le 16 août au soir. Parce que il y a quelqu'un qui vient de partir, parce que il y a quelqu'un qui n'a plus envie de bosser ou qui a disparu du séjour, en animateur, ça arrive. On a des trucs voilà, l'équipe se lève le matin, Julien est parti, l'animateur est parti, il n'a pas dit qu'il partait et on n'arrive pas à le joindre. Et donc là, t'es là ... euh ok bah très bien et t'as des équipes qui te disent « bah ouais, on est un peu dans la merde là ». On a une capacité par contre, à trouver des solutions. Même moi des fois je me dis, mais comment on fait ? L'été dernier, euh un désistement à 18h d'une animatrice, à 20h00 j'avais trouvé sa remplaçante qui partait le lendemain matin à 8h. Bah là, tu décroches ton téléphone et t'appelle tout le monde, tu fais que ça et tu te dis « vas-y, il y en a un qui va finir par me dire oui, même pour 2 jours je m'en fou ».

LS : Oui, il en suffit que d'un et c'est bon !

PF : Et voilà et c'est comme ça qu'on avance. Moi, je me suis vu faire signer des contrats de travail sur le quai de la gare à Rennes, une personne que j'avais eu 10 minutes au téléphone. C'était pas n'importe qui, c'était quelqu'un qui avait un bon CV, etc. Mais voilà et je lui ai dis : « bah tu fais ton sac, tu pars 15 jours à Grenoble ok ? Et mon contrat ? Je serai sur le quai de la gare, t'inquiète, je serai sur le quai de la gare avec ton billet de train et ton contrat et c'est bon, tu pars ». Voilà, on est vraiment là-dessus, mais il y a une vraie concurrence par rapport à ça. Et puis après, on est aussi en concurrence avec les structures, hein, les établissements qui accueillent du public en situation d'handicap, qui pour certaines organisent leurs propres séjours. Je pense à l'Adapei alors l'Adapei 35, ils le font plus maintenant, ils ont arrêté eux justement en 2019. Euh mais par exemple l'Adapei 56, ils le font encore, ils organisent des séjours de vacances pour leurs propres résidents.

LS : Ah oui, d'accord.

PF : Donc c'est pas vraiment de la concurrence mais ça en est un petit peu quand même.

LS : Et du coup je pense que c'est compliqué aussi de se distinguer de toute cette concurrence pour attirer, recruter

PF : Ça va être la programmation qu'on va proposer, ça va être la rémunération, ça va être les valeurs qu'on porte, ça va être le feeling qu'on arrive à avoir avec les candidats, les candidates et leur montrer aussi qu'on est là pour les accompagner pendant le séjour, on ne les lâche pas ... qu'on a une formation gratuite qui est dispensée, qu'on fait ça le plus souvent dans la bonne humeur, qu'on prépare les séjours avec eux. Enfin voilà, on leur montre vraiment qu'on n'est pas juste là en train de remplir des cases dans un tableau et qu'une fois qu'on a recruté on s'en fiche, t'es qu'un numéro et voilà. Non non tu es Fanny marchand et je sais que t'es en école d'éduc en deuxième année, que t'es passionnée de cheval et que c'est pour ça que tu pars sur le séjour Morlaix cheval et qu'en plus tu pars avec ta meilleure pote qui elle aussi est en école d'éduc. Voilà ça c'est notre rôle à nous de nous en souvenir et de savoir et de dire et on le fait, on le sait. Moi j'ai, on a des animateurs, des animatrices qui viennent chez nous depuis des années, je suis capable de dire : « toi, 2018, t'étais au Club Mer Guérande et ton collègue, c'était un tel et je sais qu'après, vous êtes partis en vacances ensemble ». Voilà, on crée du lien. Sur la quantité, on en oublie hein mais certains ... Comme notamment à Rennes, moi je peux croiser dans la rue sur des événements où je me dis : « Oh toi tu me dis quelque chose, t'as dû bosser pour nous mais je ne sais plus qui tu es, donc je ne vais pas aller vers toi pour l'instant, faut que mon ordinateur se mette en marche et il y a un dé clic. Si c'est Elodie machin, c'est sûr, je me souviens, ça y est là, elle nous avait dépanné sur ça et ça revient, ça revient ». Mais voilà, nous on crée un réseau et c'est notre force aussi sur Rennes et même sur la Bretagne. En tout cas à Rennes, on a un fort réseau d'animateurs anciens qui nous suivent depuis plusieurs années, qui reviennent tous les ans et qui transmettent. C'est-à-dire qu'ils viennent chez nous pendant leurs études pour la plupart, ils sont sur la fin de leurs études, ils savent qu'ils vont arrêter, ils recrutent des potes dans le réseau qui vont devenir les nouveaux anciens et voilà. Tous les ans ça fonctionne comme ça et le réseau et l'oncle et la tante de machin qui connaît untel et voilà et les propriétaires de gîtes qui nous disent « Non mais attendez, moi ma fille, elle aimerait trop faire ça ! Bah super, elle viendra l'année prochaine ». C'est comme ça qu'on arrive à avancer et à proposer un accompagnement adapté à nos publics et un accompagnement adapté à nos équipes aussi puisqu'on travaille là-dedans. On travaille pour de l'humain avec de l'humain.

LS : Ouais, ok. Bah là après, c'était la demande, mais vous m'avez dit aussi. Et du coup c'est vraiment tout public confondu, vous vous êtes plus spécialisé quand même sur les personnes en situation de handicap mais sinon ça touche ...

PF : Alors nous, c'est que pour les adultes en situation de handicap.

LS : Ah oui, parce qu'au début je pensais que c'était tout public confondu.

PF : Non, ça c'est les colos pour les mineurs.

LS : Ok donc c'est surtout les enfants et les personnes en situation d'handicap.

PF : Alors ouais, les enfants, ça va être tous les enfants. Mais sur le Finistère, les enfant finistériens euh et après ? Sur la partie adulte, c'est que des adultes en situation d'handicap mais uniquement : handicap mental, psychique moteur. Par contre tout type de handicap.

LS : Ok d'accord. Après je posais la question, quelles sont les motivations des touristes pour pratiquer le tourisme social et solidaire ? Mais là, comme c'est plus axé sur le handicap ...

PF : Ouais, alors si. Leur motivation quand même, c'est de ...

LS : De découvrir de nouvelles choses ?

PF : Ouais puis c'est de faire comme tout le monde, de partir en vacances. C'est une vraie motivation pour eux en fait. C'est des personnes qui demandent que ça de s'inclure dans la société. On a du mal à leur faire une place d'ailleurs que ce soit au travail, que ce soit dans la vie quotidienne, etc. Admettons t'es en fauteuil roulant et tous tes amis sont fauteuils roulants, bah bon courage pour prendre le C1, si vous êtes 5, bon courage pour prendre le C1, vous allez devoir le prendre en plusieurs fois. Mais voilà, c'est des choses comme ça. T'as envie d'habiter dans l'hypercentre de Rennes, t'es en fauteuil roulant, bon courage.

LS : Ouais, il n'y a pas d'ascenseur par exemple.

PF : C'est toutes ces choses-là, donc c'est la motivation. Et puis c'est de découvrir des nouveaux lieux, des nouvelles activités, des nouvelles personnes, parce que c'est des séjours en groupe donc c'est voilà, c'est de la découverte aussi. Et forcément il y a une vraie motivation. Il y a des gens qui ne veulent pas partir en vacances ! Bah en tout cas, pas en séjour adapté parce que c'est en gros, parce que ça ne les intéresse pas, parce qu'il y a que des cons et machin... ou c'est très cher, machin voilà.

LS : Donc ça, ça serait plus les obstacles, du coup ?

PF : Ouais, ouais. Souvent le côté financier est un véritable obstacle, la disponibilité parce qu'on a pas assez de place pour répondre à la demande et la formule, le côté groupe en rebute pas mal notamment dans les personnes les plus autonomes. Ouais, dans les personnes les plus autonomes parce qu'elles sont déjà, elles vivent déjà au quotidien seules, qu'est-ce qu'elles ont envie d'aller passer leur séjour avec d'autres personnes, des inconnus, fin partager leur chambre, etc. Non ! Ils n'ont pas envie de ça ! Il y en a d'autres au contraire qui sont en recherche de ça car ils sont seuls toute l'année, ils ont envie de partir avec des gens. Mais voilà, on a des gens un peu plus solitaires et voilà, chaque projet est différent.

LS : Hum, à la fin, c'est ... bon ça revient un peu, c'est les freins au développement un peu du tourisme social et solidaire ?

PF : Bah les freins ... alors il y en a plusieurs. On a, on a un premier frein sur le handicap, c'est est ce que tout le monde peut partir en vacances partout ? C'est un vrai frein et j'ai la réponse, c'est non clairement parce que ...

LS : C'est pas toujours adapté ?

PF : Ouais. Bon je pense notamment à un public que nous on accompagne plus, il y a 2 organismes qui le font mais nous on ne le fait plus : un public en situation de grand handicap. Donc du grand handicap, c'est vraiment des personnes qui ont des handicaps mentaux et psychiques très très lourds et du handicap moteur plus, plus, plus. Là, on est sur des fauteuils ... ce n'est pas simples fauteuils roulants, c'est des fauteuils coques, c'est des personnes qui sont alitées au quotidien, etc. Donc là nous on y va pas. Je sais qu'il y a des structures qui le font mais nous on ne le fait plus parce que on était plus en mesure de le faire correctement donc on a arrêté. Donc ça, c'est un premier frein. Euh un autre, ça va être aussi euh ... un frein matériel hein, qui est euh bah du coup les lieux d'accueil, les lieux d'hébergements en fait. Il n'y en a pas assez, adaptés alors que ce soit du PMR ou même adapté à d'autres types de handicaps, à des personnes aveugles ou malentendantes par exemple. Du coup ça, ça va limiter aussi clairement. Et puis, ce qui va limiter, c'est la capacité d'organisme comme le nôtre, les organismes de séjours de vacances adaptés, à recruter les équipes encadrantes.

LS : Ouais ça c'est la grosse problématique !

PF : Ouais c'est ça, les hébergements et les équipes à recruter, clairement. C'est les 2 freins. Sinon nous on pourrait être 12 à travailler ici et faire 20 000 séjours fin je veux dire, voilà. Nous on a l'envie et on sait faire mais malheureusement, on a du mal à recruter et en plus, on n'arrive pas à trouver les bons hébergements donc... C'est ça qui limite notre activité.

LS : Et c'est quoi ... fin comment vous faites un peu pour surpasser ces freins ?

PF : Et ben, on revoit nos programmations, on étale nos saisons. Avant notre saison, elle était, je pense à ce catalogue-là par exemple, la saison, elle était sur 5 semaines, tu vois ? C'était très court, 14 juillet -20 août. En gros, ok ? Ben maintenant on l'a commencé le premier juillet, donc ce qui nous permet d'avoir des hébergements à d'autres moments, des équipes à d'autres moments aussi, etc. Avant, on avait ces séjours-là en même temps que les séjours fauteuils. Maintenant les séjours fauteuils, c'est juin et septembre. Ces séjours-là, c'est juillet août, ça étale. Donc on a accès aux hébergements, on peut plus facilement dire à des équipes : « Tu vas bosser en juin, en juillet, en août, en septembre. » Eux en plus ils sont contents puisqu'ils bossent plus longtemps. Donc voilà, on étale un petit peu. On sensibilise aussi les établissements, euh on existe, il n'y a pas que nous. Vous pouvez en construire vous-même des séjours, etc. On peut peut-être faire partir vos résidents

un autre moment dans l'année. Il n'y a pas que les vacances d'été, il y a des autres temps et il y a aussi des séjours à la carte qu'on peut faire pour vous. On va donc sensibiliser là-dessus. Donc ça, ça nous permet de lever certains freins. En tout cas, c'est des leviers. Et puis, dans les leviers qu'on a, c'est de trouver un modèle économique qui nous permet de payer à peu près correctement nos animateurs. Donc là, par exemple je te dis 55€ net, l'année dernière ils étaient à 48€, donc on a augmenté de 7€ par jour. Ce qui n'est pas beaucoup mais c'est quand même 7€ par jour, euh sans pour autant trop augmenter le prix des séjours. Donc en fait, on est allés négocier. Bah avec notamment les loueurs de véhicule, on a négocié les tarifs, on a revu un peu l'organisation de nos séjours pour mutualiser des choses, pour que ça coûte moins cher, pour augmenter la rémunération de nos équipes sans augmenter trop. Les séjours ont augmenté cette année, mais la vie a augmenté en général. Donc là, on n'a pas le choix. Mais sans augmenter trop les prix des séjours pour les vacanciers puisqu'on sait que c'est un frein aussi l'aspect financier pour eux. Donc voilà. On essaie de trouver des choses pour se réinventer chaque année, pour permettre au maximum de personnes de partir.

LS : Bon bah je pense qu'on a fait le tour.

PF : Ouais ? Ça te va ?

LS : Oui c'est très bien et c'est hyper intéressant.

PF : Et je réfléchissais à ça du coup, est-ce que ça ne vaudrait pas le coup pour toi d'aller creuser un peu sur les services de l'État, les services sociaux de l'État qui vont proposer des Il y a des choses qui sont proposées. Ben en fait, il y a des choses qui sont proposées, je pense qu'il y a même des séjours qui sont proposés en fait. Bah tu verras ! C'est spécifique aux enfants. Mais je pense aussi à l'ASEUS, c'est les services d'accompagnement des enfants en fait. Je sais qu'il y a pas mal de séjours qui sont organisés, des séjours de vacances qui sont organisés. Je pense que c'est en partenariat avec les CCAS, donc les centres communaux d'action sociale, les CDAS, les centres départementaux d'action sociale et la CAF. Je sais pas, il y a des choses à creuser, au moins te renseigner parce que je sais que ça existe. Et je suis sûr que même sur Rennes, à mon avis, il y a doit y avoir des structures qui doivent proposer hum à mon avis des loisirs, des vacances pour des publics en difficulté. Je pense à des migrants, je pense à des familles avec des faibles revenus, et cetera. Je suis sûr qu'il y a des trucs. Regarde au moins, sans forcément aller les rencontrer mais au moins te renseigner et te dire que tiens, ça existe et ça peut peut-être t'interpeller sur certaines choses aussi.

LS : Oui. Parce qu'après peut-être que là je pense aux villages de vacances, mais peut-être que ça peut encore évoluer et on verra. Je ne suis pas fixé encore. Mais ouais, j'entends, j'essaie de voir, faut que je me positionne mais c'est vrai que tout est intéressant alors c'est compliqué aussi.

PF : Ouais j'imagine. Faut faire l'entonnoir et aller au plus précis. Ça c'est pour toi.

LS : Parfait, merci, ça va me faire de la lecture.

PF : Comme ça, tu vas pouvoir regarder ce qu'on fait. Tu as mon adresse mail si tu as besoin de précisions, si tu veux qu'on se rencontre à nouveau pour d'autres trucs. Tu n'hésites pas.

LS : D'accord. Merci de m'avoir reçu et d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

Annexe D : Tableau de synthèse des entretiens exploratoires

Nom	Personne interrogée	Concept de TSS
EE1	<p>Parcours universitaire : DESS en analyse de projets en développement économique international.</p> <p>Parcours professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chargé d'études et consultant chez SOBIVAL pendant 12 ans, directeur de Sport Auvergne pendant 10 ans. - Actuellement : chargé de prospective chez CCAS depuis 2010, maître de conférences et directeur de mémoire à la Sorbonne, vice-président de l'IREST, administrateur ATD (Acteurs du Tourisme Durable). 	<p>Tourisme social, trois racines :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisations syndicales (visent à permettre aux familles d'avoir accès à des lieux de vacances) qui ont, avec la création des CE, créé des villages de vacances et investit dans des équipements touristiques avec différents modèles : gestion en direct (CCAS) et gestion confiée à des acteurs associatifs comme VVF. - Organisations affinitaires (associations, mouvements religieux/laïques) qui ont donné lieu à des investissements dans ces villages de vacances. - Collectivités locales : ont vu le tourisme comme une voie de développement du territoire. <p>Acteurs : ancêtres du tourisme durable ; trois pères fondateurs : Ligue de l'Enseignement, ANCAV et Léo Lagrange.</p> <p>Tourisme solidaire : avec le réseau ATES (membre de l'UNAT) qui propose des voyages à l'étranger (souvent des voyages longs courriers) majoritairement organisés par des micro-opérateurs où on entre en contact avec la population locale. Ses membres s'engagent à reverser un pourcentage de leur chiffre d'affaires à des projets de développement local => Quand on parle de tourisme solidaire, on parle des séjours à l'étranger de l'ATES.</p> <p>TSS : répond à la demande d'accès aux vacances à des conditions accessibles pour tous les publics ; regroupe les acteurs du tourisme social qui se reconnaissent dans l'ESS ; représente 5 à 7 % de la capacité d'accueil en hébergement marchand en France ; apparait comme un tourisme dédié aux populations à faible revenu ; associé à du non-profit dans les conférences internationales ; se cherche dans sa définition et dans sa terminologie.</p> <p>Priorités : créer toutes les occasions pour que le lien se fasse entre les individus grâce au contenu de séjour (contenu éducatif, projet culturel) et aux savoir-faire dans la gestion du site et dans l'animation ; favoriser la mixité sociale : créer les conditions pour que dans un même lieu de vacances, on puisse voir cohabiter tous les publics (cadres supérieurs, dirigeants d'entreprise, professions libérales, ouvriers, employés, personnes à très faible revenu) ; dégager des excédents pour développer l'activité des opérateurs touristiques et non rémunérer des actionnaires.</p> <p>Apparition du concept : « Avec l'ampleur de l'ESS, il est paru assez naturel de se dire : Mais en fait, nous autres acteurs de l'économie sociale, on fait partie de l'ESS, donc au lieu de s'appeler acteurs du tourisme social, il est beaucoup plus logique que l'on s'appelle acteurs du TSS. Mais à aucun moment, personne n'a envisager de scinder le fait de dire qu'il y a le tourisme social et le</p>

		<p>tourisme solidaire, non non c'est un tout puisque les acteurs du tourisme social ont dans leur domaine, dans leur façon de gérer leurs établissements, une démarche solidaire, d'accessibilité à tous les publics, d'accessibilité via les organismes sociaux à des publics défavorisés pour créer un lien social avec les autres clientèles qui ont les moyens de se payer un village vacances ».</p> <p>=> Quand on parle du TSS, on parle plutôt des villages de vacances et du tourisme social.</p>
EE2	<p>Parcours universitaire : Formation tourisme à l'ESTHUA d'Angers</p> <p>Parcours professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chargée de mission à l'UNAT Pays de la Loire puis à l'UNAT Bretagne - Actuellement : déléguée générale de l'UNAT Bretagne depuis 2006 	<p>Contexte du tourisme : montée en puissance des mouvements écologistes, mise en cause de l'impact du tourisme sur l'environnement.</p> <p>Tourisme social : associé à du tourisme populaire.</p> <p>Tourisme solidaire : notion de solidarité rattachée à la notion d'équitable ou de durable et à la notion d'universel (équilibre dans les compositions).</p> <p>Tourisme durable : censé se préoccuper de l'équilibre, ce n'est pas juste de faire des compositions touristiques que seule une poignée de privilégiés pourra tester, expérimenter et vivre.</p> <p>TSS : Filière des acteurs professionnels, associatifs et à vocation populaire qui œuvrent pour permettre l'accès aux vacances du plus grand nombre. Revendication du TSS, des deux dimensions ensemble : tourisme social et tourisme solidaire.</p> <p>Accès aux vacances : Pour que la réalité d'accès aux vacances ait lieu, il faut des pouvoirs publics pour corriger les inégalités d'accès et des acteurs professionnels qui mettent en place des solutions de vacances adaptées, certes avec des politiques tarifaires pensées pour, mais aussi des réponses en termes de prise en charge des publics en fonction de leurs particularités : de quoi un enfant a-t-il besoin lors d'un séjour en colonie de vacances, d'un séjour d'été sans ses parents, d'une famille, etc.</p>
EE3	<p>Parcours professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formatrice au centre de formation Le Gros Chêne de Pontivy depuis 13 ans : préparation du BPREA (Brevet Professionnel Responsable d'Exploitation Agricole) qui donne la capacité agricole. - Coordinatrice d'un certificat de spécialisation en Tourisme Accueil et Animation en milieu rural depuis 7 ans. Elle est chargée d'accompagner des porteurs de projet, d'installation, d'une activité d'accueil en milieu rural ; et de faire des liens entre les porteurs de projets accompagnés dans les différents dispositifs de formation. - Référente handicap pour le centre de formation 	<p>Contexte de l'essor du TSS : « Il y a 7 ans, le TSS n'était pas affiché dans la définition des projets des porteurs de projets accompagnés. Il était associé à la reconnexion à la nature. Le TSS a vraiment pris un essor et une révélation particulière post-covid. »</p> <p>Evolution des attentes du public en vacances. D'après les enquêtes nationales du comité régional du tourisme sur les attentes des clientèles actuelles et en devenir (centre de formation en lien avec les acteurs institutionnels), la crise sanitaire a renforcé le besoin de déconnexion, de prendre le temps des personnes, le sentiment de sentir qu'on consomme responsable pendant ses vacances mais sans pour autant délaisser leur confort. « Les gens prennent conscience que c'est important d'aller acheter les produits du producteur du coin quand ils sont en vacances mais de là à prendre son vélo tout le temps ou de dormir sur une paille pour répondre aux normes RSE ... voilà, il y a des limites ».</p>

EE4	<p>Parcours professionnel : Coordinateur Vacances Adaptées pour l'association EPAL depuis 2016. Il organise et planifie les séjours surtout à l'étranger (transport et hébergement), prépare les catalogues, recrute et forme les équipes encadrantes en fonction de leurs compétences et gère les problèmes qui surviennent lors des séjours.</p>	<p>- Le TSS c'est un droit, un accès aux vacances et aux loisirs pour tous, quel que soient les besoins. Il faut des adaptations pour répondre à ces besoins (notamment pour les personnes en situation d'handicap), pour que les personnes puissent partir en vacances et avoir accès à des loisirs.</p> <p>- Le TSS fait partie de l'équilibre de la vie de chaque personne : on a besoin de détente, de loisirs, d'évasion.</p>
-----	---	--

Nom	Acteurs structurants	Offre et demande
EE1	<p>Organismes sociaux : souvent entre les mains d'orga syndicales qui ont un peu perdu le nord et oublient d'émettre des messages clairs sur les enjeux de société.</p> <p>Objectifs : aider au départ en vacances des pers. qui n'auraient pas les moyens d'accéder aux équipements touristiques ; créer les conditions pour permettre aux salariés de l'entreprise d'accéder aux vacances en ayant des aides au départ qui sont différenciées selon leur revenu ou leur coefficient social, des clés qui lui sont propres, sa propre politique vacances ; mettre en place des aides au départ différenciées selon les conditions sociales des salariés pour qu'une partie des salariés ait accès aux villages de vacances (politique sociale).</p> <p>Défaillances</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distribution de chèques vacances qui sortent du TSS (pourtant ils ont été créés en 1982 pour servir les acteurs du TSS). Des études ont montré que 95% du budget des CSE partait en dehors du TSS. - Organisation d'un tourisme individualiste, absence d'une véritable politique vacances, ne crée pas les conditions d'une réponse à un besoin de vacances, ne favorise pas l'action sociale/ le lien social. <p>Solutions : création de Parcours Vacances pour donner aux CSE la possibilité d'accéder à une offre de 400 destinations de tous les membres de l'association Parcours et ainsi, orienter les salariés en direction du TSS.</p> <p>Acteurs : la CAF (pour les familles les plus démunies), les CSE (pour les salariés, portés par les syndicats) et le patrimoine touristique comme les villages de vacances.</p> <p>Patrimoine touristique : non connu dans l'ESS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sous-utilisation du patrimoine souvent bien placé (occupés seulement en février, juillet et août), d'où plusieurs solutions : *Création Bourse Solidarité Vacances (BSV) gérée par la NCVEC : dispositif national visant à regrouper des capacités mises à disposition par des opérateurs du tourisme social 	<p>Offre</p> <p>Deux formules de villages de vacances :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pension complète : dimension du lien social plus facile à préserver grâce aux temps de restauration collective, de partage, d'animation. - Formule locative : comportements plus individualistes, « les gens prennent leur gîte, partent le matin, rentrent le soir et restent un petit peu chez eux. » <p>Demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas de demande formelle, c'est le TSS qui se défend pour dire : « N'oubliez pas qu'on a une fonction sociétale et qu'on espère que les pouvoirs publics nous aiderons à maintenir cette fonction, que les organismes sociaux nous aiderons à la maintenir. » - Public cible du TSS : *Tout public car objectif de brassage social avec en priorité les familles en juillet/août, les groupes en avant/après saison, les seniors en arrière-saison. *Clientèle qui a les moyens de se payer des vacances en villages de vacances versus clientèle qui est solvabilisée par des acteurs sociaux

et utilisées par des acteurs sociaux comme les CAF pour envoyer des familles en grande difficulté

*Conférence en 1998 à Paris pour réunir les acteurs du TSS (syndicats, propriétaires) et réfléchir à la meilleure utilisation de leur patrimoine en confiant la gestion de leurs structures à des acteurs compétents

*Pratique le Yield Management : réduction de 30 à 40% en fonction du coefficient social du salarié pour la location de logements de vacances en basse saison (non loués en temps normal), complément d'activité pour la structure

Parcours : association créée par les quatre fondateurs de la charte affinitaire, qui défend une vision de la société et l'intérêt de ceux qui ont cette vision de la société. Raison d'être qui se matérialise dans toutes les caractéristiques du séjour : dans les conditions de l'accueil, de l'animation, de la relation au territoire, etc.

Parcours Vacances : place de marché, structure juridique distincte ; sa cible prioritaire est les organismes sociaux comme les CSE (portés par les syndicats) pour leur rappeler de créer du lien social.

UNAT : pratique le lobbying pour défendre les intérêts des acteurs du TSS (ses membres) et l'accès aux vacances pour tous ; mène des actions formatrices d'animation de réseaux.

Membres : acteurs de l'ESS car majoritairement sous statut associatif, qui génèrent des retombées économiques sur le territoire ; dégagent des excédents non pas pour servir des actionnaires et distribuer des dividendes mais pour contribuer au projet de développement de l'activité de l'association.

VVF : acteur local majeur du tourisme social et associatif qui gère principalement des équipements qui appartiennent à des collectivités locales mais gère aussi ceux de la CCAS.

Origines : création de VAL (Vacances Auvergne Limousin) par SOBIVAL pour gérer les villages de vacances, qui s'est ensuite marié avec VVF. Puis VVF s'est scindée en deux : VVF Vacances devenu Belambra (Les Pépites financées par la caisse de dépôt) et VVF Villages (villages de vacances aux localisations ingrates, portés par les collectivités locales).

Autres acteurs : Touristra, ARTES, ULVF, ATES, Ligue de l'Enseignement, ANCAV et Léo Lagrange.

	<p>Lien entre la CCAS et les acteurs du TSS</p> <ul style="list-style-type: none"> - La CCAS travaille intimement avec des acteurs de l'ESS comme l'ATES. - Charte constitutive d'un pôle affinitaire du TSS signée par les quatre fondateurs : CCAS, Ligue de l'Enseignement, ANCAV et Léo Lagrange, qui s'engagent à créer du lien social. - Création d'une association regroupant une quinzaine d'opérateurs, membres de l'UNAT pour la plupart mais pas uniquement et qui a vocation à défendre les valeurs portées par ces quatre signataires. 	
EE2	<p>UNAT Bretagne : filière des prestataires touristiques du TSS ; partenaire privilégié d'une politique sociale des vacances en France, qui s'appuie sur l'offre et sur les politiques publiques d'aide au départ en vacances.</p> <p>Travaux en cours</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travaille sur les dynamiques d'éco-labélisation : un bon pourcentage du parc possède l'écolabel européen ou la clef verte - Développe un programme d'actions qui va permettre aux villages de vacances de mettre en œuvre des améliorations, notamment en termes de performance environnementale <p>Membres</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réseau de 48 adhérents et d'une centaine d'acteurs de l'ESS en Bretagne : association majoritairement, coopératives, mutuelles et sociétés ayant l'agrément ESUS - Conditions pour être membre de l'UNAT et se revendiquer acteur du TSS : faire du tourisme, être du périmètre de l'ESS, partager un projet d'ouverture, de mixité, d'accueil au plus grand nombre (point de vue partagé par les partenaires de l'UNAT et par la puissance publique notamment en Bretagne) <p>Activités des membres</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domaines très différents : vacances familiales avec des villages de vacances, campings, organisateurs de séjours, auberges de jeunesse, centres de vacances pour enfants, centres de classe de découverte, associations pour aider au départ des personnes à faible revenu - Activités diverses : offres de séjours familiaux, de groupes affinitaires, d'associations, de scolaires ; activités d'entreprise ou de regroupement événementiel ou famille pour avoir une activité qui désaisonnalise toute l'année. <p>Villages de vacances : créés par l'éducation populaire et les mouvements associatifs pour permettre aux familles de se reposer, de se retrouver, de rentrer en contact avec d'autres vacanciers et avec le territoire ; espace d'épanouissement, de vivre ensemble, de rencontre entre les publics.</p>	<p>Offre des villages de vacances</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer de l'hébergement, de la restauration, de l'animation, surtout de l'animation adulte et enfant. - Proposer des temps d'épanouissement pour les familles grâce à la présence d'animations et du collectif (alternatives en termes de rencontres et de propositions d'activités ; supports qui favorisent la rencontre, le partage avec d'autres pers., entre les grands-parents et les petits-enfants). - Proposer des offres variées : camping, demi-pension, pension complète. La restauration est un vrai plus pour les familles désireuse de ne pas cuisiner et de plutôt se reposer. <p>Deux formules, deux expériences de séjour différentes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des séjours très encadrés dans des résidences en demi-pension ou pension complète : soulagement de ne pas avoir la cuisine - Des séjours moins encadrés, plus détendus : location d'un logement confortable sans restauration <p>Demande des villages de vacances Différents publics, différents besoins</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dans un même village de vacances, on peut avoir des personnes venues sans aide et qui se retrouvent pleinement dans leurs conditions de séjours et d'autres qui sont venus avec des aides (chèque vacances) et qui auront accès à la même prestation. - Autres filières : colonies de vacances, groupes scolaires, groupes sportifs (randonneurs, cyclotouristes), pas la

	<p>Objectifs : créer du lien au travers du séjour de vacances, de l'équipe d'animation, des propositions d'activités ; créer un espace de rencontre avec le territoire ; rentrer en contact, découvrir, s'intéresser tout en respectant l'environnement dans lequel on se situe.</p> <p>Acteurs : Villages de vacances associatifs (VVF Vacances, Cap France) et marchands (Pierre & Vacances, Belambra – ancien VVF)</p> <p><u>VVF scindé en deux :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - VVF resté associatif qui réinvestit toutes ses marges dans son projet social. Son modèle doit être équilibré mais c'est bien le projet, l'accueil des publics, un certain rapport au territoire, au monde, aux gens qui priment avant tout, mais tout ça n'est pas forcément visible. - Belambra qui nourrit des fonds de pension et qui a des objectifs avant tout économiques. 	<p>même réalité de marché que celle posée aux villages de vacances.</p> <p>Evolution des demandes : séjours plus courts, davantage de souplesse, prise en compte d'une alimentation végétarienne ou plus respectueuse ou plus locale</p> <p>Plus de fidélisation que dans les autres structures d'accueil : touristes qui reviennent régulièrement car ils aiment le centre, l'emplacement, la position d'activités. Effet génération famille qui viennent via les CSE (phénomène qui tend à diminuer).</p>
EE3	<p>Acteurs de dynamisation du milieu rural ou/et acteurs institutionnels qui permettent un acc + spécifique lié à cette dimension sociale et solidaire du tourisme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - UNAT - Comité régional du tourisme (CRT) - Agences de développement touristique (département) : développent des compétences ; renseignent les professionnels sur l'intérêt de leur filière à un label ou pas (label tourisme handicap, Green Globe) mais sans pour autant réduire le tourisme social à une adhésion à un label (une personne peut faire valoir une démarche éthique sans label). Exemples : <ul style="list-style-type: none"> * Le collectif Green Morbihan, regroupant des acteurs du tourisme (camping, gîte, chambres d'hôtes), qui adhèrent à la marque Green Globe et s'engagent à réfléchir à comment faire évoluer les pratiques des touristes en faveur de l'environnement : non utilisation de la voiture, connaissance de leur consommation journalière d'eau, etc. * Baud Communauté (office de tourisme intercommunal) agit pour fédérer les professionnels de l'accueil (adhérents) en les réunissant avant et après la saison. Avant la saison, ils ont des questions. La saison se passe, ils reviennent dessus. En fin de saison, on a la création de commissions qui émanent de problématiques que les professionnels rencontrent quand ils font l'accueil pendant la saison touristique. Cela permet une réflexion collective entre professionnels et de se renvoyer les bonnes informations. - Pôles ESS : personnes relais (via des incubateurs) du centre de formation pour accompagner les porteurs de projet qui sortent du CS et qui lancent leur activité. Développement de ce réseau d'acteurs relais par le centre de formation 	<p>Exemples de projets en lien avec le TSS (souvent liés au DD et au fait de penser la consommation pendant ses vacances) :</p> <p><i>1. Eco-lieu alliant ferme pédagogique, stages d'écoconstruction et itinérance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Faire découvrir les animaux de la basse-cour aux familles et surtout aux enfants - Proposer des stages d'écoconstruction autour de la fabrication d'hébergements insolites pour remobiliser des jeunes en situation de rupture : développement d'une offre qui répond à une demande de structure d'insertion, de centre de formation comme les BPREA en agriculture - Offre d'itinérance en proposant de l'hébergement en chambre chez l'habitant et une aire de camping <p>=> La définition du projet est liée à comment rendre les clientèles acteur de l'apprentissage d'un savoir-faire pendant leur temps de séjour</p> <p>=> Il s'agit de mettre en place des ateliers de transmission (de savoir-faire, connaissances), de proposer à la clientèle de devenir non pas consommatrice mais actrice de son séjour et de faire connaître le territoire (communiquer sur les choses à faire, à découvrir, à consommer au local pour que tout le monde bénéficie de cette économie du tourisme localement).</p>

- **AFDAS** : opérateur de compétences (OPCO) qui réunit toutes les branches professionnelles liées au tourisme, à l'hôtellerie, aux loisirs, aux artistes et intermittents du spectacle. Il s'agit d'un acteur institutionnel garant de la formation des futurs professionnels du tourisme
- **UBAPAR** (Union Bretonne pour l'Animation des Pays Ruraux) : réseau d'acteurs associatifs qui œuvre dans le dynamisme rural, où on y trouve les CIVAM (Centre d'initiative et de valorisation en milieu rural).
- **Tiers-Lieu Bretagne** : association nationale qui fédère les tiers-lieux en Bretagne. L'idée étant de mélanger dans un même lieu des publics différents, des âges différents (personnes retraitées, jeunes, moins jeunes), des associations et des auto-entrepreneurs qui ont besoin d'un espace de coworking.

2. Norzh, tiers-lieu touristique qui propose de l'hébergement dans des gîtes d'écoconstruction et met à disposition des salles pour des collectifs qui veulent réfléchir aux transitions énergétiques et aux assos locales

3. La Fontaine Airmeth, séjour expérientiel autour de l'apiculture

- Propose des séjours en hébergements insolites (Tiny House : roulotte avec l'accès à une ruche pour observer la vie des abeilles), en chambres d'hôtes ou en gîtes de groupe de 4 à 6 pers. autour de la thématique de l'apiculture.
 - Propose de faire 2-3 jours de baptême d'immersion en apiculture pour aller à la rencontre des abeilles et découvrir le métier d'apiculteur.
 - Propose les produits transformés sur place à la vente via son magasin de vente directe.
 - Propose des paniers-repas avec soit une formule allégée avec des produits locaux, soit une formule gastronomique préparée par un restaurateur local.
- => Il s'agit d'accueillir des gens, de leur faire découvrir un savoir-faire et de leur faire acheter les produits locaux (de la ferme attenante).

Demande

L'enquête nationale du comité régional du tourisme sur les attentes des clientèles :

- Permet de voir quels sont les différents profils de vacanciers (sachant qu'un seule et même personne peut avoir différentes demandes à différent moment de l'année) et quelles sont les recherches type des vacanciers en fonction de leur profil et ce qu'ils veulent retirer de leur séjour en allant dans un gîte, un camping en famille ou dans une chambre d'hôte en couple.
- Montre que les vacanciers n'ont pas conscience de ce qu'engendrent les différents types de tourisme et sont méfiants vis-à-vis du TSS ou du tourisme responsable :

		« C'est bien le tourisme responsable mais on ne sait pas à quoi ça nous engage, on n'a pas envie d'arriver dans un trou, on va manquer de confort et on va payer hyper cher ».
EE4	<p>Organismes de vacances adaptées (EPAL, agences spécialisées) : structurants sur la partie handicap car sans eux, les personnes en situation handicap ne partent pas en vacances</p> <p>DDETS : délivre et suspend l'agrément qui permet aux structures d'organiser des séjours adaptés et a un rôle de contrôle. Ils accordent les agréments, ils s'assurent que les protocoles qui en découlent soient bien mis en place, que les équipes encadrantes soient bien formées, que les hébergements soient bien adaptés, etc.</p> <p>CNTA : structurant sur la partie handicap, regroupement de professionnels du tourisme adapté (organismes de vacances adaptés sous statut associatif) pour mettre en commun les bonnes pratiques et toujours continuer à se développer et à améliorer la qualité de l'accueil des publics</p> <p>Autres</p> <ul style="list-style-type: none"> - MDPH, CAF, région : apportent un cadre et/ou une aide financière - Législation - Structures du social et du médico-social : fournissent la matière première pour l'activité (les résidents) - Écoles, formations dans le social, médico-social et accompagnement à la personne : levier pour le recrutement des animateurs 	<p>Offres de séjour de vacances de l'association EPAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offre de séjours pour les enfants regroupée sous le label Tous en colo : séjours de vacances pour des enfants qui ne sont pas porteurs de handicap ; pour des enfants qui sont porteurs de handicaps ; et pour les deux cas (inclusion) dans des campings ou des centres d'hébergement comme la Maison Marine (accueille différents types de groupes : scolaires, vacances adaptées, colonies de vacances, familles, groupes) - Offre de séjours spécifiques avec deux branches : séjours à la carte (séjours montés en partenariat avec des structures comme des foyers d'accueil médicalisés, en fonction du public accueilli) et séjours de répit (pour que des binômes aidé/aidant puisse faire des activités ensemble et séparément). - Offre de séjours adaptés pour un public adulte en situation de handicap mental et moteur (personnes en fauteuil roulant ou avec un polyhandicap). Plusieurs sous-offres : <ul style="list-style-type: none"> *<u>Escapes</u> pour un public adulte en situation de handicap mental et moteur : séjours à l'étranger, à proximité, avec une étape ou plus lointain ; journées d'animation ; escapades 3 jours. Cette offre représente 500 personnes qui partent en vacances => Beaucoup de séjours de proximité pour des raisons financières et parce que la plupart des adhérents viennent du Grand Ouest et ne souhaitent pas passer des heures dans la voiture *<u>Séjours de vacances pour des adultes en situation de handicap mental et ou psychique</u> selon leur degré de besoin d'accompagnement qui correspond à la fiche d'évaluation

		<p>SEMBA (système d'évaluation de mes besoins d'accompagnement) : besoin d'accompagnement léger (très autonome), ponctuel (autonome), soutenu (assez autonome), renforcé (moyennement autonome). Cette offre représente une centaine de destinations, 2500 personnes qui partent en vacances</p> <p>=> Les séjours dans des campings (Club Mer) ou villages de vacances permettent de favoriser l'inclusion des personnes en situation d'handicap car elles vont participer aux activités, aux soirées dansantes, aux cours d'aquagym du centre et donc se mélanger avec d'autres publics (familles, colonies de vacances)</p> <p>Demande de l'association EPAL : adulte en situation d'handicap mental, psychique ou moteur ; tous les enfants avec ou sans handicap (colonies de vacances)</p>
--	--	--

Nom	Concurrence du TSS	Motivations à la pratique du TSS
EE1	<p>Concurrents des villages de vacances : les acteurs lucratifs et principalement l'hôtellerie de plein air/campings (en pleine mutation en France, gros regroupements, fonds de pension qui commencent à s'intéresser et à investir dans ce type d'équipements). Les frontières se floutent peu à peu et ils se positionnent comme des acteurs du TSS.</p> <p>Distinction de la concurrence</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acteurs marchands : bon emplacement, haut standing ; visent à dégager des excédents pour distribuer des dividendes aux actionnaires, à optimiser leur performance économique et à dégager les marges les plus confortables possible. - Acteurs du TSS : essaient de sauvegarder leur patrimoine bâti, historique, vieillissant mais ont encore de grande qualité avec des emplacements incroyables et avec une vraie valeur ajoutée sociale sur le plan relationnel entre les populations locales, les vacanciers et les salariés ; visent à dégager des excédents non pas pour les reverser à des actionnaires mais pour maintenir leur activité à flot et pour réinvestir dans l'activité (entretien des villages de vacances, création de nouveaux équipements). 	<p>Vacances à forte valeur ajoutée par le contenu de séjour, par la qualité des équipes, des programmes d'animation, des séjours dans leur globalité, par la prise en charge des enfants. Ce sont les clés de réussite des villages de vacances qui permettent un bon taux de fidélisation des clientèles.</p>

EE2	<p>Difficulté à distinguer les acteurs associatifs des acteurs marchands</p> <ul style="list-style-type: none"> - En raison du <i>coût d'un séjour en village de vacances</i> (comprenant un hébergement en dur et confortable avec des prestations : piscine, activités, animation, restauration). Les gens ont du mal à associer les villages de vacances à du tourisme social parce qu'ils ont l'impression que c'est hors de portée. Pourtant, les villages de vacances associatifs ont pas mal de partenariats avec des organismes sociaux (CSE), des mutuelles pour permettre à des personnes qui n'ont pas forcément les moyens de se payer de telles prestations d'y accéder quand même grâce à des aides de la puissance publique ou de leur entreprise (via les chèques vacances) - En raison d'une <i>montée en gamme</i> de tous les acteurs du tourisme : <p>*Les acteurs associatifs tentent de ne pas être dans cette course de la montée en gamme et au confort et de réussir à exister sur quelque chose de séduisant : comment on fait pour transformer cet objectif social, de vivre ensemble, de lien, d'accessibilité au plus grand nombre, de respect de l'environnement ; comment on arrive à le rendre attractif dans des éléments de langage positif que les gens ne vont pas traduire en « c'est tout petit, on ne va pas bien manger, on va être obligés de passer notre séjour avec les autres vacanciers »</p> <p>*Challenge dans la présentation de l'offre pour qu'elle soit attractive sur des éléments positifs : convivialité, découverte du territoire, connaître son envt proche, etc. qui sont plus audible aujourd'hui qu'il y a 5-10 ans avec le post-covid, les préoccupations environnementales et le retour à l'essentiel</p>	<p>Proposition adaptée aux familles (surtout pour les enfants) : animation, clubs enfants. Par exemple, quand les grands-parents partent avec les petits-enfants, les animations et clubs enfants vont occuper les enfants l'après-midi ou les accompagner dans la relation, leur permettre de faire des activités ensemble : ateliers cuisine, balade, sortie voile, etc.</p>
EE3	<p>Distinction de la concurrence</p> <ul style="list-style-type: none"> - Question de la tarification des séjours importante : il ne faut pas dévaluer les prestations proposées sous prétexte que c'est du tourisme social. Il faut équilibrer les prestations payantes et non payantes (notamment en ce moment où le budget des touristes est restreint en raison de l'inflation). - La demande d'après covid de prendre le temps, de déconnecter avec le quotidien est une valeur ajoutée à apporter dans sa proposition de prestation. - Il faut garder une certaine authenticité de l'accueil, prendre le temps : c'est ce que les personnes recherchent quand elles sont dans le TSS. <p>Exemple de La Fontaine Airmeth</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prestation payante (valeur ajoutée) qui demande du temps et de la manipulation des produits : immersions en apiculture - Prestations non payantes : catalogues de découverte de la structure, de l'histoire du lieu avec la vie de l'abeille, etc. <p>=> Ces deux prestations permettent un juste milieu entre ce qui doit être affiché de manière marchande et ce qui ne doit pas l'être.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consommer local, sentir que son séjour en tant que touriste va profiter au territoire, à l'économie du territoire. - Revenir de vacances en ayant appris à faire quelque chose (tourner la galette sur billig en Bretagne par exemple), s'imprégner du lieu, du territoire, rencontrer les acteurs locaux (restaurateurs, producteurs, commerçants, etc.). <p>=> Proposer des séjours « expérientiels »</p>
EE4	<p>Concurrents</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autres organismes de vacances adaptées qui touchent la même population de vacanciers (même s'ils sont plutôt considérés 	<ul style="list-style-type: none"> - Faire comme tout le monde : partir en

	<p>comme des partenaires ou des confrères) : La Fédé.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Agences de voyage spécialisées : structures privées qui ont une logique de rentabilité, qui pratiquent du tourisme de masse (font partir des gros groupes, réserve des villages de vacances entiers, sont moins dans le lien social). Concurrence majeure pour le recrutement d'animateurs. - Structures qui accueillent du public en situation d'handicap et qui organisent leurs propres séjours pour leurs propres résidents : Adapei. <p>Distinction</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinction sur la programmation, rémunération, valeurs portées, feeling avec les candidats, accompagnement des équipes (formation gratuite dispensée, bonne humeur, préparation des séjours avec eux), création de liens avec les vacanciers et les équipes (« On travaille pour de l'humain avec de l'humain »), force du réseau. - Difficulté de se distinguer de la concurrence pour attirer et recruter du personnel. 	<p>vacances, c'est des personnes qui souhaitent s'inclure dans la société (notion d'inclusion sociale).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découvrir des nouveaux lieux, activités, personnes.
--	---	---

Nom	Freins au développement du TSS et axes d'amélioration	
EE1	<p>- Médiocrité relative de beaucoup d'équipements en termes d'hébergement voire d'équipements collectifs. Équipements vieillissants nécessitant des investissements de rénovation, notamment pour être compatible avec le tourisme durable en termes d'impact environnemental, de préservation, de conditions énergétiques, d'utilisation de l'eau, d'utilisation de l'énergie, d'utilisation des sols, d'utilisation de toute nature. Cela implique un enjeu de taille : engager et programmer la rénovation en profondeur d'un patrimoine qui peut devenir l'avant-garde d'un tourisme durable, qui a déjà tous les ingrédients du social et qui doit se mettre à la page sur les questions environnementales</p> <p>- Pour remplir un objectif de brassage social, il faut avoir tous les niveaux sociaux et donc avoir une prestation de qualité (conditions d'hébergement de bon niveau, sanitaires irréprochables, quelques services additionnels), d'où une montée en gamme (pour accueillir et répondre aux attentes des publics qui ont les moyens de se payer des produits de luxe, pour conserver leur attractivité et s'aligner aux offres concurrentes). Cela implique une course aux moyens conséquents : aide à la pierre ou aides du conseil régional à la rénovation des équipements.</p> <p>- La montée en gamme est un obstacle éventuel à la pratique du TSS par les touristes non solvabilisés car ils ont une grande dépendance vis-à-vis des acteurs sociaux et s'ils ne sont pas solvabilisés, on assistera à une évaporation de ces clientèles vers les Airbnb, l'hôtellerie, les campings, etc. qui vont perdre le sens de la société.</p> <p>- Pénurie de main d'œuvre.</p> <p>- Problème de moyen et de mobilisation de tous les acteurs du TSS : collectivités, Etat et organismes sociaux.</p> <p>- La modification du statut des CE pour en faire des CSE a considérablement réduit les moyens des membres en termes de moyens humains et de capacités à avoir des compétences sur un certain nombre de sujets (perte de compétences liée à la fonction sociale et sociétale).</p>	
EE2	<p>Difficultés des villages de vacances</p> <p>- Brassage social : avoir à la fois des clientèles qui ont des revenus assez élevés et qui ont les moyens d'accéder à la proposition de séjour tout compris (animation, restauration, hébergement) et des clientèles dites « aidées » qui peuvent venir grâce aux Centre Communal d'Action Sociale, CSE ou CAF, qui financent une partie de leur séjour. L'enjeu est de réussir à capter les classes moyennes qui, pour des questions purement économiques, se rabattent plutôt vers des campings, gîtes ou Airbnb.</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> - La gestion des bâtiments, leur rénovation et leur mise aux normes (souvent des bâtiments anciens) et la prise en compte des questions environnementales/énergétiques nécessitent un budget conséquent. - Le manque d'investissements pour continuer à développer l'activité dû à des politiques tarifaires au plus juste. - Frein collectif : les gens se sont recentrés sur des compositions de séjours plus individualistes avec des maisons privées, sécurisées, sanitaires, etc. surtout depuis post-covid. Là où avant, toute une génération de familles trouvait très chouette de partir dans des établissements qui favorisaient les rencontres, avec plus de brassage et de lien social <p>Axes d'amélioration</p> <p>L'UNAT propose un réel soutien à ses membres en leur proposant des solutions qu'ils peuvent ou non adopter. Ses missions sont les suivantes (garanties financières, méthodologies, formations) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aider sur l'évolution de la réglementation pour leur permettre d'anticiper les évolutions sociétales ; pour trouver parfois des solutions collectives sur des contrats, pour économiquement peut-être réduire l'impact de certaines évolutions. - Organiser des formations pour gérer les équipes (saisonniers), sur la gestion environnementale, sur l'accueil des publics en situation d'handicap, sur la diversité ; créer des espaces d'échanges, de réflexion. - Les mettre en lien avec des financeurs comme les collectivités qui mettent en place des dispositifs subventionnels, des dispositifs autour d'apports en capitaux ; leur transmettre des études pour faire évoluer leur offre selon les attentes des accueillis ; les équiper d'outils pour pouvoir satisfaire à leurs besoins ; les représenter auprès des acteurs de la promotion touristique.
EE3	<ul style="list-style-type: none"> - Il faut faire entendre au touriste qu'il est dans une bonne démarche, sans lui montrer le côté contraignant de l'aspect social et solidaire (dimension éthique dans le TSS qui amène à se questionner). C'est toute la compétence de communicant que le gérant doit avoir, pour tirer à son avantage la vision du séjour du touriste. - Notion de budget comme frein pour les touristes. Exemple de l'hébergement insolite qui a connu un bel essor il y a quelques années mais qui s'essouffle en raison de son prix plus élevé que l'hébergement traditionnel. <p>- Un professionnel de l'accueil doit assumer de nombreuses compétences polyvalentes pour faire vivre leur activité, que ce soit du côté institutionnel que du côté clientèle : *Maîtriser les outils numériques et le métier de communicant pour assurer les réservations, répondre aux clients, aménager la structure d'un point de vue physique en tenant compte de la sécurité et en y mettant un état d'esprit avec un fil rouge comme l'apiculture.</p> <p>*Être un bon gestionnaire d'entreprise ; un ambassadeur de son territoire : ce qui implique de bien connaître son territoire et de réactualiser cette connaissance en permanence ; être capable de requestionner les choses de manière permanente.</p> <p>=> Difficulté pour des petites structures qui reposent sur une ou deux personnes pour assumer et renforcer toutes ces compétences multiples (cela demande de la disponibilité).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des déséquilibres existants et des demandes pas ou peu satisfaites : <ul style="list-style-type: none"> *Les séjours plus courts (week-end de 2 à 4 jours) *La saisonnalité juin-septembre prend le pas sur le reste de l'année : peu d'activité touristique en hiver *Le développement touristique sur le littoral prend le pas sur les terres : peu d'activité touristique dans les terres alors que ça pourrait être un levier de s'interroger sur la valorisation du centre Bretagne avec le canal de Nantes à Brest qui a une vraie force d'attractivité, la transmission des savoir-faire

	<p>artisans et la découverte des producteurs agricoles. L'Office du tourisme de Pontivy Communauté agit en faveur de cette idée et vante les mérites de sa région en termes de découverte et de reconnexion à la nature</p> <p>=> Il faut penser l'activité touristique tout au long de l'année, partout en Bretagne, développer l'intérieur des terres et avoir une vraie volonté de tous les partenaires institutionnels politiques à œuvrer là-dedans.</p> <p>=> Des exemples révélateurs de l'impulsion politique à développer l'intérieur des terres : développement d'entrées thématiques par le CRT comme La Véloodyssée (comment se déplacer à vélo) et Equibreizh (randonnée à cheval) ; l'ouverture de la formation CS Tourisme, accueil, animation en milieu rural dans d'autres départements français (4 au total contre un seul en Bretagne il y a 2-3 ans).</p>
EE4	<p>Difficultés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspect financier et aspect groupe pour les personnes les plus autonomes. - Frein handicap : tout le monde ne peut pas partir partout notamment les publics en situation de grand handicap. - Frein matériel : lieux d'hébergement non adaptés (PMR, personnes aveugles ou malentendantes). - Frein au niveau du recrutement des RH (animateurs) : forte concurrence, beaucoup de désistement, offre d'emploi pas très séduisante (job saisonnier, rémunération faible et à la journée, mission de 2 à 3 semaines, grande amplitude horaire, rémunération faible), nécessite des compétences polyvalentes. - Disponibilité : pas assez de place pour répondre à la demande et à la formule. <p>Axes d'amélioration</p> <ul style="list-style-type: none"> - Révision des programmations, se réinventer chaque année pour permettre au maximum de personnes de partir. - Étalement des saisons pour avoir des hébergements et des équipes à d'autres moments (donc allongement du nombre de jours travaillés pour les saisonniers). - Sensibilisation des établissements pour qu'ils construisent leurs propres séjours et notamment en basse saison. - Trouver un modèle économique qui permet de mieux rémunérer les animateurs sans pour autant augmenter le prix des séjours pour les vacanciers : négociation des tarifs avec les loueurs de véhicule, révision de l'organisation des séjours pour mutualiser les services, etc.

Annexe E : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens semi-directifs

Entretien semi-directif					Structure			Répondant			
Nom	Document correspondant	Date	Lieu	Durée	Organisation	Effectif, capacité	Membre de l'UNAT	Initiales	Sexe	Fonction	Ancienneté
ESD1	Entretien semi-directif 1	09/05/2023	Visio-conférence	1h02	VTF Vacances	33-35 salariés, 300 places	Oui	VD	H	Directeur	25 ans
ESD2	Entretien semi-directif 2	12/05/2023	Visio-conférence	50 mn	Cap France	7 permanents, 52 saisonniers, 200 places	Oui	JMJ	H	Directeur	13 ans
ESD3	Entretien semi-directif 3	12/05/2023	Visio-conférence	1h00	Association ANCAV-TT	6 permanents, 32 adhérents	Oui	NAG	F	Directrice	1 an
ESD4	Entretien semi-directif 4	12/05/2023	Visio-conférence	27 mn	Kérouvel Vacances	30 permanents, 10 saisonniers, 400 places	Oui	FI	H	Directeur adjoint	5 ans
ESD5	Entretien semi-directif 5	18/05/2023	Visio-conférence	50 mn	Azureva	5 permanents, 300 places	Oui	NLD	F	Directrice	10 ans
ESD6	Entretien semi-directif 6	23/05/2023	Visio-conférence	36 mn	CI ORTF	3 permanents, 10 saisonniers, 250 places	Non	LT	H	Directeur	2 ans
ESD7	Entretien semi-directif 7	24/05/2023	Visio-conférence	29 mn	Villages clubs du soleil	80 salariés, 550 places	Oui	AG	F	Directrice	10 ans
ESD8	Entretien semi-directif 8	25/05/2023	Visio-conférence	31 mn	ULVF	2 permanents, 12 saisonniers, 450 places	Oui	CA	H	Directeur	4 ans
ESD9	Entretien semi-directif 9	02/06/2023	Visio-conférence	32 mn	CCAS	3 permanents, 20 saisonniers 150 places	Non	MH	H	Directeur	2 mois
ESD10	Entretien semi-directif 10	02/06/2023	Visio-conférence	36 mn	VVF Villages	8 permanents, 382 places	Oui	JT	H	Directeur	2 ans

Annexe F : Grille d'entretien semi-directif

Thèmes	Questions	Sous-questions
Présentation de la personne interrogée	Pouvez-vous vous présenter rapidement ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle formation avez-vous suivie ? • Quel est votre rôle (nom du poste et missions) ? • Quelle est votre ancienneté dans la structure et dans le poste ?
Présentation du village de vacances	Pouvez-vous présenter votre village de vacances ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est sa date de création ? Sa capacité d'accueil ? Ses effectifs salariés ? Ses modalités d'hébergement ?
Présentation de la structure globale de la clientèle	Quelle est la composition de votre clientèle annuelle (individuels vs groupe) ?	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles est la répartition sociologique de votre clientèle, en fonction des revenus ? • Quel est le pourcentage de clients à bénéficier d'une aide d'organismes sociaux (CAF) et/ou à payer avec des moyens issus de leur CSE ? • Quels sont les taux de fidélisation de votre clientèle ?
Brassage et lien social	Votre village de vacances, favorise-t-il la mixité et le lien social ?	<ul style="list-style-type: none"> • Si oui, selon quelles modalités ? Quelles sont les actions menées ? • Comment parvenez-vous à attirer tous les publics, en particulier dans un environnement ultra concurrentiel ? Par exemple, d'un côté, des dirigeants d'entreprise qui ont moyens de se payer des prestations de haute qualité et d'un autre, des personnes à très faible revenu qui sont venues grâce à des aides sociales ?
Inclusion sociale des publics vulnérables	Votre village de vacances, agit-il en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ?	<ul style="list-style-type: none"> • Si oui, selon quelles modalités ? • Quelles sont les actions mises en place ?
Culture et éducation	Considérez-vous votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ?	<ul style="list-style-type: none"> • Si oui, selon quelles modalités ? • Quelles sont les actions menées (organisation d'ateliers créatifs et de transmission, immersions, découvertes pédagogiques) ?
Transition économique et sociale du territoire	Votre village vacances, agit-il en faveur d'une transition économique et sociale de leur territoire ?	<ul style="list-style-type: none"> • Contribue-t-il à l'économie locale, à la création de richesses pour les territoires ou au développement des relations de proximité ? Si oui, selon quelles modalités ? Quelles sont les actions mises en place ? • Quels liens entretient-il avec le territoire et la population locale ? • Joue-t-il un rôle d'intermédiaire ou de médiateur dans la relation touriste-habitant ?
Conclusion	Avant de clôturer cet entretien, il y a-t-il des choses que vous souhaitez ajouter ?	

Annexe G : Retranscriptions des dix entretiens semi-directifs

Entretien semi-directif n°1 – VTF Vacances

[Mise en contexte]

LS : Je vais vous laisser vous présenter rapidement dans un premier temps.

VD : Alors j'ai du mal à faire rapidement. Vous voulez quoi ? Mon parcours ?

LS : Ouais ! Votre rôle dans le village vacances, si vous avez occupé d'autres postes, l'ancienneté et puis la formation que vous avez suivie.

VD : Donc on va commencer par la formation. J'ai fait un DUT d'animation, j'avais triché à l'époque, donc j'avais menti à l'université, donc en même temps je faisais un DEUG d'AES. Je sais même pas si ça existe encore aujourd'hui, tout ça. Après j'ai été à l'ESTHUA, à l'école supérieure de tourisme et d'hôtellerie de l'université d'Angers qui existe toujours. Mais j'ai été dans les ... je pense dans les premières générations quoi, la 2^e ou la 3^e. Donc euh un bac +5 en management, en hôtellerie restauration avec un vrai projet pour moi qui était de faire du tourisme social et familial. Ce qu'on appelle aujourd'hui du tourisme en économie sociale. Mais voilà, c'est un peu la même idée. C'était de permettre aux gens de partir en vacances. Et donc, après ce bac +5, on est rares hein, à avoir été faire un bac +5 en management hôtelier pour finir par diriger un village vacances. Après, je me suis débrouillé pour faire à peu près tous les métiers dans ce monde-là. Donc, j'ai été serveur, plongeur, animateur enfant, animateur adulte, responsable d'accueil et directeur. Je l'ai toujours été un petit peu, mais je voulais... je voulais jamais qu'on me dise : « Tiens, ce métier-là, tu sais pas ce que c'est quoi, tu le connais pas ». Donc passer un petit peu à travers tout ça. Et puis, je suis en village vacances depuis 1993. Jusque-là, j'étais étudiant, j'étais déjà dans l'animation dans les villages vacances, etc. Voilà, depuis 1993. Et puis passer par des associations dont certaines ont disparu qui s'appelle Renouveau. Euh j'ai fait mon service national à Renouveau. Et puis, euh, à vacances PTT qui est devenue Azureva, qui existe toujours et puis ... et puis ici depuis... maintenant, ça va faire presque 25 ans.

LS : Ah oui ! Vous avez beaucoup de casquettes dans le milieu, vous connaissez un peu tous les métiers. C'est ça, l'avantage aussi !

VD : Oui, oui, oui, oui, c'est bien sur les équipes. On peut leur dire : « Écoutes, je sais ce que c'est que ton travail à l'accueil quoi, je le fais pas, je le fais plus mais en même temps, je sais aussi ». J'ai été faire du ménage dans des villages vacances exprès quoi, juste pour savoir un jour dans ma vie, dire à quelqu'un : « Écoutes, je fais ça tous les week-ends quoi ! Et donc je sais ce que c'est que la contrainte, je sais fin... ».

LS : C'est plus facile de se mettre à la place du personnel.

VD : En tout cas, c'est ... je pense à titre personnel, je suis pas avec ma psy, mais je pense qu'à titre personnel, je suis pas très empathique quoi. Mais par contre, comprendre la contrainte de ton travail, ça, ça a été ma démarche. C'est-à-dire que je sais où c'est dur, où c'est physique, où c'est sous pression, où c'est compliqué. C'est ça, c'est ça l'idée quoi. Question 2 !

LS : Alors, pareil là, petite présentation rapide du village vacances. Un peu pour que je puisse situer la capacité d'accueil, tout ça, la date de création...

VD : Alors, on est un village vacances de ... de 300 personnes, qui est à peu près complet tout le temps, qui déborde. Il y a une personne fabuleuse à l'hébergement, mais je sais pas comment elle fait avec le chausse-pied pour que ça passe, parce que tous les ans, il y a plus de monde et tous les ans, il faut que ça rentre. Donc en gros, on a 300 lits et on est complet actuellement depuis début mai et on est complet déjà jusque fin septembre. On n'est pas encore complet en juillet, août mais on sait qu'on va l'être quoi, quand on voit ce qui reste.

LS : Oui vu que c'est la haute saison...

VD : Donc quand on dépasse au mois de mai, au mois de juin et au mois de septembre, on sait que juillet août, vu ce qu'il reste, on va être plus que complet quoi. Voilà. Après ... c'est un village

vacances... euh voilà, il y a à peu près entre euh... actuellement, on est une petite trentaine de salariés. On va monter à 33-35 en plein été. Mais comme en gros, c'est complet quasiment tout le temps, temps, on n'a pas vraiment un phénomène juillet-août, quoi. En fait, dès le mois de mars et d'avril, les équipes, elles doivent être là quoi, et après ... il faut du renfort, un peu mais pas tant que ça. Qu'est-ce que vous vouliez savoir aussi ? Depuis quand c'est né ?

LS : Oui, depuis quand il est ouvert le village vacances à peu près ?

VD : Alors l'association elle-même, VTF hein, qui doit être la deuxième ou la troisième ... Quand j'avais votre âge et que je faisais un mémoire sur le tourisme social en France, j'avais essayé de contacter mon président que j'ai croisé il y a 3 jours et que j'avais pas vu depuis 7 ans, il m'avait pas répondu à l'époque mais ... Mais donc l'association, elle, elle est née en 1956 en Lorraine, à côté de Thionville. Elle est aujourd'hui je pense, hein ... Après, il y a association, il y a fédération, il y a des choses comme ça, mais en termes d'association, elle doit être la 2^e de France, en terme puisqu'avec 35-40 équipements propres à elle. Euh ici, l'histoire, elle est un peu différente. Euh... ça va être long ! Euh ... ça a été créé en 68 par on va dire, un groupe de BTP qui s'appelle Pougerol, qui a été racheté par Bouygues par la suite, qui voulait faire du timeshare. Donc vous voyez les bronzés font du ski ? Donc un logement, il est partagé, hé toutes les semaines il y a un autre propriétaire. Ça va pas marcher du tout. Il y avait même une piste d'hélicoptère, fin un truc, un truc énorme quoi mais ça n'a pas marché. Donc en 68 pour construire, c'était pas la bonne année, donc en 69, ça ouvre, en 70, c'est abandonné. C'est vraiment abandonné. Voilà, il se passe plus rien du tout sur le site. C'est repris en 81 et ça va devenir les centres de loisirs communaux. En 81, c'est aussi Mitterrand qui arrive au pouvoir, euh le préfet qui est le député du coin, qui va dire : « Il y a un truc qui est abandonné là, bah faites en quelque chose », ça vient de là, quoi. Et donc c'est repris mais avec que des bénévoles qui vont ben tenir et puis accueil de groupe, les centres aérés de la commune, des choses comme ça. Et en même temps, ben 87, c'est l'ouragan, donc il n'y a plus de toiture, ça tombe. Les gens qui sont bénévoles et militants euh des choses-là.. Ben, à un moment, ça fait 10 ans et si ça marche ça veut dire qu'on est bénévole mais de plus en plus souvent. Il faut qu'on y aille, faut qu'on fasse la cuisine pour des gens qui viennent manger bon. Et donc en 92, j'y étais pas. Mais en 92, ça va demander justement à VTF, qui est une association nationale, en disant : « Est-ce qu'on pourrait avoir un coup de main quoi ? Pour nous envoyer des gens dont c'est le métier de faire la cuisine, d'être animateur, d'être à l'accueil, etc. Et en 92 et en 95, l'association locale à vendre, on va dire, à VTF national en disant : « Bah maintenant on vend complètement les bâtiments, la structure, le lieu et ça va vous appartenir. Donc depuis 95.

LS : Ok. Ah oui, ça fait un petit moment déjà.

VD : Donc depuis 1995, ça va être propriété de VTF, ça existait avant comme je l'ai raconté, mais depuis 1995, ça va être propriété de VTF voilà.

LS : Ok d'accord.

VD : Question 3 !

LS : Ensuite, je m'intéresse à la structure un peu globale de la clientèle. Donc comment elle est composée, votre clientèle annuelle ? Si c'est plus des individuels ou des groupes ou tout confondus ?

VD : Ah vraiment de tout, on ne s'ennuie pas ! Nous on accueille, voilà, actuellement ... pour juste en ce moment, parce que la semaine dernière, c'était les vacances scolaires, donc on avait des familles. Là actuellement, j'ai 3 classes de découverte, 4 groupes, 50 personnes en individuel retraitées hors vacances scolaires. Mais en gros, pour faire simple, nous, on accueille. Alors, la seule chose qu'on fait pas, c'est colo. On n'a pas des enfants qui arrivent avec leurs animateurs qui seraient sur site. Après, on a des classes de découverte, on accueille des groupes adultes qu'ils soient randonneurs, cyclo, visiteurs enfin, visiteurs je veux dire, ils viennent et ils ont un car et ils vont aller voyager avec un guide tous les jours quoi. Des familles, fin des individuels hors vacances scolaires qui là aussi vont avoir un programme mais on est plutôt sur les retraités mais en tout cas, on peut se permettre de partir sans avoir d'enfants quoi, en gros. Et puis dès qu'on est

en vacances scolaires, on a exclusivement des familles : parents-enfants. Donc on touche à peu près à tous les publics.

LS : Ok. Et dans cette clientèle, c'est quoi à peu près, le pourcentage de personnes à bénéficier des aides d'organismes sociaux type CAF ou même issues de leur CSE ? Vous savez un peu les chiffres à peu près grosso modo, hein ?

VD : Là-dessus, je suis plus que militant de ça. C'est-à-dire que moi, depuis que je fais ce métier-là, donc depuis mes 25 ans, il y a une chose qui m'intéresse, c'est juste ça pour faire du tourisme social comme on l'appelait à l'époque, voilà. Et de la mixité quoi. Après, on pourrait parler longtemps de justement comment on réussit cette mixité. Moi, je demande à ma responsable d'hébergement, jamais de qui vient, par le siège, par ami de machin. Je lui demande juste un taux et je veux au moins 15% de gens qui viennent chez moi par le secours catholique, les Restos du cœur, la CAF. Fin quel que soit le biais par lequel ils ont été aidés, je veux savoir ça. Si je n'ai pas ce chiffre, je ne fais pas mon métier. Par contre, on pourrait en parler, c'est pour ça que je vous ai dit que ce serait bien de vous déplacer. Mais à un moment, j'ai des collègues, ils font 30, 40% et en fait, ils transfèrent un quartier en vacances, donc le comportement... Voilà, on prend quatre fois du dessert, on prend de l'entrée, etc. Il faut ce pourcentage. Il faut noyer dans la masse pour dire « Wow, vous voyez ? On peut vivre ensemble euh d'une manière un peu différente quoi ». Et quand tout le monde, il s'aperçoit qu'on attend pour aller au buffet euh, etc. Et c'est plus simple à faire passer et que on crie pas l'accueil ou je sais pas, c'est plus simple à faire passer parce que on dit : « waouh, il y a 80%. Il y a les autres enfants, les autres familles qui ne font pas spécialement ça ». Donc moi je demande juste ce chiffre-là pour continuer à avoir ce projet, à avoir ce vrai projet. Donc je demande ça. Après, je pense qu'on a 30, 40% de gens qui ont été aidés par leur CE, par des aides telles qu'elles soient. Et puis on va avoir le dernier quart qui paye plein pot et qui regarde aussi ... qui sont les mieux informer, quand est-ce qu'il y a une promo ou pas. Mais voilà. Ça fonctionne comme ça. Mais le projet, il est là. Le vrai projet, au-delà de partir en vacances, le vrai projet c'est après dire : « Tiens, voilà, il y a un modèle de vivre ensemble qui peut être, qui peut être un petit peu différent, quoi. Question 4 !

LS : Alors, toujours sur la clientèle, c'est la dernière petite question. Est-ce que, fin au niveau ... ouais c'est quoi votre taux de fidélisation à peu près de cette clientèle, fin de toute la clientèle ?

VD : Alors, le taux de fidélisation, le plus sympa, il va être au niveau du personnel. Et ça, c'est bien. Quand les gens, ils sont saisonniers en plus, hein ? Quand les gens, ils aiment revenir là et même si c'est 6-7 mois par an quoi. Et revenir et travailler, travailler dans cet esprit, ça c'est important. Et le taux de fidélisation de la clientèle, c'est compliqué parce que j'estime qu'on est un lieu de découverte en Bretagne et que les gens ils viennent pour visiter la Bretagne quoi ? C'est pas justement, c'est pas le film Camping quoi, c'est pas ça. Ça fait 25 ans que tu viens au même endroit et tu veux ton emplacement ? C'est pas le but, c'est pas ce que j'ai envie de partager quoi. Tu adores la Bretagne et ben ... et tu nous adores nous ? Oui, on vient, voilà. Mais à un moment, vous voyez, tu décales, tu vas dans le Morbihan. Et puis, si tu adores la Bretagne, tu vas là-haut, tu vas dans les Côtes-d'Armor et puis tu vas dans le Nord Finistère. Et si t'es vraiment passionné, tu vas à un moment au milieu quoi. C'est ça, c'est, on est une région de découverte, quoi. Puisque l'idée, c'est de partager ce qu'on est, ce qu'on est, nous et ce qui est autour, quoi. On est justement pas le Club Med à l'autre bout du monde, t'as traversé l'océan et tu vas et tu sors pas de de ton camping quoi. Tu ne sors pas de ton lieu hein parce que c'est dangereux autour.

LS : Ce n'est pas le but.

VD : C'est ça. Donc nous, on fidélise beaucoup sur l'association d'une manière générale. Donc, les gens qui viennent ici, ils ont envie de retourner à VTF. Après, on a des fidèles qui reviennent à la maison fin chez nous, pardon. Euh dans le village vacances. Ils reviennent parce qu'ils vont retrouver justement, les mêmes personnes en salle, à l'accueil, à l'animation, etc. Mais c'est pas le projet premier quoi. Euh ça fait à la fois plaisir mais à la fois tu te dis « Mais attends, ça fait 8 ans que tu reviens ... fin je ne sais pas, vous connaissez sûrement Concarneau, Pont-Aven, Quimperlé, Quimper fin ça va, tu les connais ».

LS : Faut voir autre chose !

VD : Et donc à un moment, ils disent : « Mais on vient pour vous ! ». Voilà, mais c'est pas ça le projet de base. A la montagne, ça existe beaucoup plus, tous les villages de montagne. Les gens quelque part, tu t'en fous, parce que tu veux retourner sur une station et tu vas dire « Je connais le loueur, je connais les pistes euh je connais les remontées mécaniques et je suis venu pour faire du ski pendant une semaine et je gagne du temps à retourner au même endroit quoi. Nous, fin moi je pense qu'en Bretagne, on est ... mais comme en Auvergne ou au Pays Basque fin dans plein plein d'endroits en France, on est une destination de découverte quoi. Donc les gens, ils viennent pour rencontrer, pour découvrir et c'est pas forcément l'intérêt qu'ils reviennent fin je ne sais pas. Pour moi hein, moi c'est la clientèle, donc s'ils reviennent oui c'est des clients. Mais techniquement et humainement, c'est pas forcément l'intérêt qu'ils reviennent 10 ans de suite quoi, en disant : « Je reviens, je suis là quoi ».

LS : Donc ce n'est pas l'objectif premier quoi.

VD : Bah les fidéliser avec VTF oui, sur l'association, leur dire « Vous allez sur un autre village, vous allez retrouver la même qualité, le même esprit, etc. », oui. S'ils disent « on revient parce qu'on n'a pas tout vu », oui ! Bien sûr qu'on n'a pas tout vu ! Mais après non. Voyages, visites, regardes la France, elle est belle de partout.

LS : Ensuite, vous avez un peu parlé de ce que j'ai mis par la suite. Donc au niveau de la mixité sociale et du lien social, votre village vacances, oui, il favorise la mixité de lien social mais selon quelles modalités ? Quelles actions sont menées vraiment en faveur de la mixité sociale ?

VD : Je pense qu'on n'a pas besoin quoi, je pense que c'est des histoires de pourcentage. Ça veut dire qu'on a des clientèles qui arrivent par des réseaux un peu différents quoi qu'ils soient. J'y arrive plein pot, j'y arrive par mon CE ou je suis vraiment aidé pour arriver chez nous. Et honnêtement, je pense que la mixité sociale, on la génère parce que justement on crée aucune différence. Je ne sais pas comment le dire quoi. Mais ça veut dire que personne ne connaît en salle, à l'accueil et encore moins les personnes qui sont venues par telle ou telle source. Et c'est parce que justement on a un comportement égal fin je ne sais pas comment dire mais le même quoi. On parle aux gens de la même manière, la prestation est la même, le commun est le même et la règle est la même. Ça aussi, c'est important. Fin on est tous comme ça quoi. On a les clubs enfants qui ouvrent à telle heure, on a l'accueil ... fin sur les horaires. Parce qu'on a exactement le même discours, c'est là qu'on crée de la mixité sociale pour moi. A partir du moment où ... Là ça a été fait en amont sur le tarif, sur la manière dont tu arrives. Maintenant, une fois que tu arrives, depuis l'accueil jusqu'à tous les services que tu vas avoir, il y a aucune différence de traitement et c'est là qu'il y a une réussite. C'est là qu'il y a du sens quoi. Tu cris dans l'accueil, que tu aies payé plein pot ou ... il y a quelqu'un à l'accueil qui va te dire « Eh, tu cries pas ! ». Et c'est là que ça prend et du sens et du vivre ensemble. En fait, je pense mais là c'est très perso mais je l'ai développé depuis tellement longtemps. Je pense que le vivre ensemble va être justement sur : « Écoutes, on a une manière de vivre, une règle qui est collective et qui va s'appliquer à tout le monde et de la même manière quoi ».

LS : Donc j'ai bien compris qu'il n'y avait pas de différence de traitement, c'est pour ça que vous arrivez à assurer une sorte de mixité sociale mais comment vous favorisez vraiment le lien social entre les différentes personnes ? C'est par les animations ?

VD : Non pas forcément. Alors, c'est vraiment, je pense, ça la base, ça veut dire que on se trompe. Moi j'ai des collègues, par exemple la [pas compris], je sais pas si vous êtes rentrés en en contact avec eux. Mais il y a un village, donc c'est en Normandie, à Blainville et qui dépend de la CAF de Normandie. Mais à un moment, on transporte un quartier, la quartier du Havre ou de Caen et on l'emmène en vacances. Comment ça se passe ? Je pense que le vrai modèle, enfin je pense que ça se passe pour que justement il n'y a pas de différence. C'est compliqué. C'est comme la notion de racisme. Je veux dire, si à un moment on part du principe que l'autre c'est l'autre et que derrière, rien à faire de la couleur, d'où tu viens fin peu importe quoi. Cet espèce de vivre ensemble, là il est basique quoi. On a des gens qui travaillent et qui aiment travailler là et qui vont tout faire pour vous passiez un super séjour et après, on instaure plus ou moins des règles qui fait que ça doit bien se passer. Et donc on va intervenir pour dire « Ouais, tu cries pas, il faut ranger les jeux de

société, fais attention dans l'escalier ou tu ne prends pas quatre fois du dessert si tu n'as pas pris ton repas avant ». Mais comme on va le faire indifféremment, à tout le monde, c'est là qu'instaure du vivre ensemble. Moi j'explique aux équipes depuis des années : « Voilà, on a dit qu'on faisait comme ça, on va être plus gentils ou les plus bienveillants au monde qu'on puisse faire ». Maintenant, si quelqu'un prend quatre parts de dessert alors qu'il n'a pas commencé à manger, bah vous dites « Écoutes, vas prendre de l'entrée, prends du pain, t'inquiètes pas, il y en aura du dessert ». On vit les mêmes choses. Après, ce qu'est proposé, tous les services, les gens, leurs disponibilités mais aussi les programmes, etc. c'est proposé de la même manière. C'est-à-dire que vous avez tous autant accès et c'est là que tu crées de la mixité. En fait, pour créer de la mixité, je pense qu'il faut avoir, ce qu'est compliqué, aucun préjugé.

LS : Ensuite, comment vous parvenez à attirer tous les publics surtout dans un environnement ultra-concurrentiel comme celui-là ? Fin, comment vous faites pour par exemple pour attirer à la fois des dirigeants d'entreprises qui ont tout à fait les moyens de se payer des prestations de haute qualité et des personnes qui ont de très faibles revenus ?

VD : Alors honnêtement, on n'a pas de dirigeant d'entreprise qui ont des revenus extrêmement élevés, fin peut-être. Mais comment on fait ? Alors, d'abord, on essaye de bien travailler. Donc on a une réputation aussi qui fait. Je ne suis pas le plus grand fan du monde mais maintenant, on a les avis sur internet. Donc je pense qu'il n'y a plus un vacancier qui vient chez nous sans avoir regardé l'avis qu'on a chez nous sur internet. Mais c'est pas ça qui joue. C'est beaucoup le bouche à oreille, c'est beaucoup en interne aussi. C'est-à-dire que quand on a 35 villages de vacances, quand on a des vacanciers qui sont passés chez nous et qui disent « Wow, on a été à VTF à [ville où est situé le village vacances] du coup, on va à VTF en Auvergne » et on va aller dire : « On a été là-bas l'année dernière à d'autres, c'était bien, c'était sympa ». Et puis après, oui, il y a les services commerciaux. C'est pas tellement sur ça mais sur les comités d'entreprise ou chose comme ça, ça fonctionne pareil. Que l'on soit au siège de VTF ou ailleurs, les gens ils vont dire « L'année dernière, j'ai été à tel endroit, j'ai passé des supers vacances ». En fait, on n'est pas à Macdo quoi. Le but c'est qu'on n'arrive pas à proposer à l'identique quoi, c'est-à-dire que chaque McDonald's de France, on doit trouver les mêmes produits, le même service et tout ira bien. Nous, on crée de l'identité quoi, donc certes on a un accueil, on a les services animation, on a de la restauration, on a tout ça et en même temps, on a une humanité. C'est-à-dire que le chef cuisine ici, la personne qui est à l'accueil, moi fin les gens qui sont en salles, les gens qui sont en animation, c'est une identité. Et ça, ça va toucher, ça va faire le bouche à oreille quoi. Après, effectivement, vaut mieux que les personnes, elles demeurent un peu quoi. Si on en perd la moitié, bah oui forcément c'est plus compliqué.

LS : Après... Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ? Je pense notamment aux personnes âgées, aux personnes à faible revenu ou aux personnes en situation d'handicap.

VD : Pas spécialement, non. Fin, on n'a pas une démarche particulière là-dessus quoi. Mais on a des chambres adaptées ...

LS : Accès PMR.

VD : On est dans la loi quoi mais il n'y a pas...

LS : Ouais, il n'y a pas vraiment d'actions mises en place en faveur de ça.

VD : Non.

LS : Ok. Au niveau de la culture et l'éducation. Est-ce que vous considérez votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ? Vraiment un lieu où on va découvrir des choses, où on va revenir de vacances et on aura appris des choses...

VD : Alors, honnêtement ? A plus de 300%. Et je pense qu'on est un des villages de vacances les plus culturels et éducatifs. C'est à dire qu'il n'y a pas une chose en restauration, en animation, en jeux d'animation, en visite, en soirée qui n'amène pas vers de la découverte et de la culture.

LS : Et par exemple, c'est quoi un peu ce que vous mettez en place ? Je ne sais pas, vous organisez des ateliers, des immersions, je ne sais pas, c'est quoi les actions mises en place ?

VD : Alors, tout le programme enfant, tout le programme adulte, toutes les soirées, toutes les activités, elles parlent que de Bretagne ou de mer ou de milieux marins ou de découverte. Il n'y en a pas une en dehors de ça. Donc après, voilà. Fin moi, j'ai des clubs de 3 mois à 3 ans, même aux bébés, on va être dans cet univers-là quoi. On est venus ici, on va découvrir. Alors après, c'est festif, c'est plaisir, c'est jeu quoi mais ça va être que ça jusqu'aux spectacles qui sont faits. Il n'y a pas un spectacle qui ne va pas s'inspirer euh voilà, du médiéval, des contes de légende, du milieu marin, etc. Faut que ça reste vacances, après, les classes de découverte, ils ne travaillent pas sur l'espace, ils travaillent forcément sur le milieu marin et sur le patrimoine. Mais c'est arrivé à l'animation adulte et d'une manière puissance 10. Je pense qu'on a 25 jeux qui sont tous inspirés mer ou Bretagne quoi. Même dans le jeu, on travaille sur ces thématiques. Alors, il y a une bibliothèque. Pour donner un exemple, en face de l'accueil, il y a une bibliothèque et aujourd'hui, il y a 220 livres au dernier recensement, qui parlent essentiellement de Bretagne, de mer, de contes et légendes. On a aussi des livres policiers en lien par exemple avec les villes autour : « Meurtres à Pont-Aven ». Tout est thématique.

LS : Ce n'est pas là par hasard. Vos livres sont choisis en fonction de la destination.

VD : Oui.

LS : Alors, dernière thématique. Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale de son territoire ? Enfin, je m'explique. Est-ce que votre village vacances il s'inscrit vraiment dans le territoire et ce qu'il a vraiment un rôle, est-ce qu'il y a des partenariats mis en place avec les acteurs locaux. Tout ça, est ce que ça contribue vraiment à l'économie locale ?

VD : Alors, en gros, il y a comme je disais tout à l'heure, il y a aujourd'hui 30 salariés. Et donc il y en a 29 qui habitent dans un rayon de 15 km.

LS : Donc ça permet de créer de l'emploi déjà.

VD : Oui. Donc il y en a qui sont arrivés en stage un jour et puis ils sont installés là, ils se sont dit « Waouh, je vais rester ou pas ? ». Et il y en a un qui est arrivé il y a quelques années, il s'est toujours pas installé, il fait des allers-retours mais ça va finir par le faire. Et après, forcément, il y a une grande partie de nos fournisseurs qui sont locaux. Alors, après, on est assez gros mais on peut le faire. Le pain, oui il est local, le miel il est local, les crustacés c'est local, etc. Les fruits et légumes, ça vient de Quimper. Mais au bout d'un moment, on n'a pas les moyens non plus d'aller faire les courses sur le marché quoi. On a 250 personnes à manger hein, donc on va pas se mentir c'est... Si vous avez une très très petite structure, vous pouvez avoir les légumes du jardin, le lait de la ferme à côté, etc. quoi. Mais nous on a 250 personnes à manger le matin, le midi et soir. Je ne vais pas vous dire qu'on va à la ferme chercher le lait et que faut forcément que ça arrive par camion quoi, c'est pas pour ça que c'est mal choisi. Et on fait de la restauration régionale : an a du poisson qui vient de Lorient, etc. mais on ne va pas le chercher quoi. Il faut qu'il soit livré hein. Voilà. Mais il y a un vrai impact quand même. Déjà, quand il y a 30 salaires qui sortent de là. Et puis après, on parle généralement en fourniture ou en masse salariale. C'est-à-dire que nous on est tellement ... tout ce qui est fournitures d'entretien. Vous y pensez jamais dans vos enquêtes, mais il faut peindre, il faut réparer les véhicules, il faut aller acheter du matériel, fin tout ce qui est fournitures d'entretien. Ça, on fait pas livrer d'ailleurs quoi. On a sept hectares donc on a besoin de tronçonneuses, de débroussailleuses, de tondeuses, des choses comme ça mais c'est l'entreprise locale qui entretient ça quoi. On a deux véhicules aussi donc c'est le garage du bourg qui fait l'entretien et c'est aussi dans le bourg qu'on fait les contrôles techniques, etc. On y pense jamais à tout ça mais ça existe quoi. Et je vais avoir 75 jardinières de fleurs qui vont arriver la semaine prochaine qu'on a commandé il y a un mois, on a été voir, on a dit : « Tiens et le pépiniériste, il est là quoi, il est à Quimperlé, il est à 15 kilomètres ». Et l'autre pour les suspensions, il est à [ville où est situé le village vacances] donc on l'aime bien et lui on lui a dit « Tiens, tu les mets en pousse dans les serres, etc. et mi-mai on les récupère pour que ce soit joli ». C'est aussi tout ça l'impact local et c'est énorme tout ça. C'est-à-dire que c'est pas... souvent on le limite à ce qu'on mange et on a tort. Il y a le garagiste, l'entretien des tondeuses, euh les fournitures, les produits d'entretien fin des choses comme ça. Ça aussi c'est local. D'ailleurs, là il y a 4 000€ à partir en fleurs et plantation sur des entreprises locales. Et l'impact il est là aussi.

LS : Ok et dernière petite question. Est-ce que vous mettez en lien votre clientèle avec la population locale ? Est-ce que par exemple vous les poussez un peu à consommer local ou à découvrir un peu ce qu'il y a autour ? Vraiment un rôle d'intermédiaire ou de médiateur.

VD : Alors, sur la première chose, on va dire que oui. Il y a tout un travail de l'accueil pour dire il y a ça y a ça y a ça, il y a la fête locale, il y a le marché ici, donc ça ça existe. Donc ça on le fait. Mais en fait sur la deuxième réponse c'est oui, on propose tellement que les gens du coup, ils ont moins l'occasion. C'est-à-dire que si on leur dit « Ouais, à Moëlan-sur-Mer, à Pont-Aven il y a machin... Là, vous avez un marché tel jour, tel jour, tel jour, tout ça c'est affiché. L'information, elle existe. Et comme on a un programme d'animation, par contre, on a quelque chose qui est ouvert que sur l'extérieur. Et quand vous allez creuser un peu sur les villages vacances, vous allez trouver que la différence par rapport aux campings, c'est que les gens ils sortent quasiment pas et qu'ils consomment à l'intérieur quoi. Et donc « on va louer nos vélos là, la supérette elle est à l'intérieure, on a une super piscine et une super animation là » et donc vous allez consommer au bar. Et donc en plus de vos vacances, vous allez dépenser le budget vacances à l'intérieur du camping. Nous, j'espère que et tous mes collègues que vous allez questionner, j'espère que c'est extrêmement ouvert sur l'extérieur. Donc moi quand je vois les gens l'après-midi à la piscine, je suis presque un peu triste quoi. Je me dis « attends, t'as traversé la France et bah il est quatre heures et t'es à la piscine quoi. Tu reviens en fin de journée, tu en profites mais qu'est-ce que tu fais là quoi ? ». Voilà, c'est plutôt ça. Donc, oui on fait que ça s'ouvrir sur l'extérieur. Moi j'ai envie d'avoir un village désert en milieu d'après-midi et qui reprend de la vie quand ils rentrent en fin d'après-midi. « Mais à quatre heures de l'après-midi t'es là, non ! Avec tout ce qu'on propose ? Euh non. » Après nous, ça dépend des structures hein mais nous, on a un programme d'animation avec 2-3 choix dans l'après-midi qui sont qui sont mis en place. Donc effectivement, à l'accueil, on peut leur dire : « Il y a ça, il y a ça, il y a ça dans le coin, il y a ça qui est possible, vous pouvez en profiter, etc. Si vous voulez y aller c'est ça les coordonnées ». L'accueil c'est un peu de l'office de tourisme quoi. Et après, entre les gens qui sont pas sont pas bêtes du tout. Donc entre cette information qui est donnée. En même temps, on a dix dossiers de balades, de visites pour y aller tout seul, etc. Et entre les gens qui vont ça et qui disent « Bah je vais faire de mon côté » et puis les gens qui disent « Wow il y a des propositions avec un animateur rando, avec un animateur sportif, avec un animateur patrimoine cet après-midi. Soit je peux visiter Quimper avec le guide et c'est gratuit, soit je pars en balade pédestre avec un tel et c'est gratuit, soit il y a rendez-vous je ne sais pas volley. Et ben ouais, il reste peu de places ». Mais l'idée c'est que ça sorte quoi. Ils ne sont pas venus jusque là pour passer une semaine dans le village vacances et pour se dire « J'ai pas vu plus loin que mon logement et la salle de restaurant ». Non c'est pas l'idée.

LS : D'accord. Bon bah je pense qu'on a fait le tour des questions. Je vous remercie d'avoir pris le temps d'y répondre.

VD : Avec plaisir.

Entretien semi-directif n°2 – Cap France

[Mise en contexte]

LS : Je vais vous laisser vous présenter en quelques mots pour commencer.

JMJ : Vous voulez quoi ? Vous-voulez le parcours, c'est ça ? Comment je suis arrivé à ce poste ou ce que représente.

LS : Ouais votre rôle, votre ancienneté et ouais, la formation que vous avez suivie.

JMJ : Ok. Alors moi, je suis donc [nom et prénom de la personne], je suis en poste à [nom du village vacances du groupe Cap France] depuis 13 ans. Et de formation, je suis professeur d'EPS.

LS : Ok, alors rien à voir.

JMJ : Non, rien à voir. Néanmoins, j'ai fait très vite une maîtrise de gestion et d'administration des activités sociales et socioculturelles.

LS : Ok.

JMJ : C'était à l'UFR Staps de Caen. J'ai exercé comme prof d'EPS très peu de temps. Ensuite je suis parti. Moi, je suis issu des banlieues parisiennes, donc je suis parti dans la prévention de la délinquance où je suis ... où j'ai monté une association paramunicipale de prévention de la délinquance au Bureau dans les Yvelines. Puis progressivement, pour différentes raisons. Je suis parti comme chargé de mission à la ville de Gennevilliers. D'abord comme coordonnateur des activités de l'OMS. Et ensuite j'ai pris la direction des services des sports.

LS : Ok.

JMJ : Parallèlement à ça, j'avais beaucoup d'activités nautiques et donc j'avais envie de me rapprocher de la mer. Donc je suis parti ensuite à l'UCPA, l'Union des Centres de Plein Air, comme responsable pays pour la Tunisie et la Sicile. Donc des centres à l'étranger ou CP international, c'était le lancement du CP international. J'ai fait ça pendant 5 ans. Et ensuite je suis parti en bateau pour des loisirs personnels pendant 2 ans. Et au retour, je me suis installé en Bretagne par choix et j'ai pris la direction du Centre nautique de [ville à proximité du village de vacances].

LS : Ok.

JMJ : Dans le Finistère. Très gros centre nautique avec une petite partie d'hébergement uniquement, mais une grosse activité de sport en fait, d'activité nautique. Et j'y suis resté là aussi 5 ou 6 ans. Et ensuite j'ai pris la direction du domaine de [nom du village vacances du groupe Cap France] pour des raisons de rapprochement de mon domicile puisque j'habite juste à côté ici et puis aussi la volonté de m'écarter un peu du terrain sportif pour avoir un petit peu plus de ... comment dire ? De confort et de sécurité. C'est-dire qu'on n'est pas toujours serein quand on a une grosse activité sur l'eau avec 45 moniteurs sur l'eau, on n'a pas que des moniteurs au même niveau. [ville à proximité du village de vacances], c'est assez exposé quand même. Et en fait en venant avec [nom du village vacances du groupe Cap France], j'ai inversé mon chiffre d'affaires. Je fais 80% du chiffre d'affaires ici en activités nautiques et 20% uniquement... euh non 80%, excusez-moi en hébergement restauration et 20% d'activités nautiques, ce qui est exactement l'inverse à [ville à proximité du village de vacances]. Voilà et j'ai 60 ans.

LS : Ok.

JMJ : Bientôt la retraite peut-être.

LS : En espérant que ça soit pas trop tard. Ok.

JMJ : Voilà le centre de [nom du village vacances du groupe Cap France]. Vous voulez que je vous le présente rapidement ?

LS : Ouais bah c'était ma question suivante.

JMJ : Donc le domaine de [nom du village vacances du groupe Cap France], c'est une propriété de la MSA. Euh la MSA a dix villages de vacances et la caisse qui est propriétaire de ce village,

c'est la caisse de l'Isère, qui est devenu maintenant la Caisse des Alpes du Nord. Donc mon conseil d'administration est très loin, il est à Grenoble.

LS : Ok.

JMJ : Et ils sont propriétaires depuis 60 ans.

LS : D'accord, ok.

JMJ : Le domaine est un peu particulier parce que nous avons 3 parties à l'intérieur du domaine de [nom du village vacances du groupe Cap France], qui est regroupé sur une seule association de gestion, hein, qui loue les bâtiments à la MSA.

LS : D'accord.

JMJ : Première partie, c'est une partie dite hôtelière où nous avons une capacité d'une centaine de personnes. Ce sont des chambres doubles, hôtelières, comme n'importe quel village de vacances, avec de l'animation, avec des excursions et autres, des guides animateurs, piscine, jacuzzi et compagnie. Première partie, 100 personnes. Deuxième partie, c'est une partie dite collective. Là, nous avons aussi une centaine de places en chambre collective avec un confort beaucoup plus sommaire. Un restaurant qui est particulier aussi, donc deux restaurants et dans laquelle nous accueillons principalement des jeunes en classe de découverte, en classe de mer ou en colonie de vacances.

LS : Ok.

JMJ : Et puis la troisième partie, c'est un centre nautique qui est intégré au domaine aussi avec du matériel nautique, des moniteurs nautiques qui relèvent de l'association, qui sont rémunérés par l'association et qui sont des prestations village hôtelier. Mais également au village collectif et aussi à l'extérieur. C'est une vraie école de voile dans lequel nous accueillons tous les enfants de la Communauté de communes. Par exemple, dans le temps scolaire, en externat, leur activité de voile et de kayak et qui l'été se transforme en vrai école de voile avec des stages d'optimistes, de football, de planche à voile et autres. Et puis des sorties en goélette ou Glénan ou le square au coucher du soleil pour manger des huîtres sur le goélette.

LS : Ah sympa !

JMJ : Voilà, et nous sommes situés à l'embouchure, dans un site très privilégié, à l'embouchure de la rivière du Belon. Ça se situe grosso modo entre Lorient et Concarneau, sur la côte, au bord de Pont-Aven, on va dire sur la côte de Pont-Aven de Quimperlé. On a les pieds dans l'eau, on donne d'un côté sur l'océan, de l'autre côté sur la rivière, donc c'est très très privilégié avec un plan d'eau très protégé pour les activités nautiques. On a un cadre idéal et le fait d'être une propriété de la MSA, nous permet de dégager aussi certains moyens financiers pour pouvoir entretenir les bâtiments au fur et à mesure. Donc on n'a pas de grande marche à faire pour avoir un bâtiment adapté. Là on a encore des groupes qui viennent de partir et qui sont hyper contents. Nous avons rénové toutes les chambres hôtelières en 2018 et nous avons rénové toute la partie collective en 2020-2021. Dans le cadre aussi de l'aménagement de la transition écologique et énergétique, nous avons changé tous les ouvrants, par exemple du grand bâtiment. Nous avons fait une relation thermique extérieure, installé des pompes à chaleur pour la production d'eau chaude. Donc on est vraiment dans cette dynamique là et on n'a pas... On est plutôt en avance et pas en retard là-dessus.

LS : Oui.

JMJ : Notre point faible, parce qu'on en a quand même. On est sur un site naturel privilégié, préservé et donc on a aucune autorisation d'agrandir les murs ou d'augmenter notre volume. Et donc, on est contraint de modifier nos chambres dans des petits espaces et en fait on a des chambres qui sont assez petites, certaines sont assez petites quand même dans la partie hôtelière, c'est notre plus grosse difficulté. Et puis, on manque de place aussi au restaurant pour pouvoir faire des grands buffets, donc on est en service à l'assiette sur la partie hôtelière parce qu'on a pas la place de mettre un buffet. Tout simplement.

LS : Ah oui, d'accord.

JMJ : Voilà, présentation rapide. En termes de chiffres, c'est un petit peu moins. Alors cette année ça sera 2 millions d'euros de chiffre d'affaires. En termes d'équipe, c'est 7 personnes permanentes CDI et en pleine saison, nous montons à 52 employés.

LS : Ah oui, d'accord, OK.

JMJ : Et ça représente 22 000 nuitées à peu près.

LS : Ok. Bah bonne petite présentation hein, bien complète, parfait.

JMJ : Rapide.

LS : Alors ensuite je vais m'intéresser à la composition de votre clientèle annuelle. Du coup, vous m'avez expliqué qu'il y avait des individuels et des groupes et comment ça se répartit un peu en pourcentage et est-ce qu'il y a des personnes qui viennent ... fin forcément oui. Mais c'est quoi le pourcentage de clients à bénéficier d'aides pour venir en vacances par exemple de la CAF ou issues de leur CSE ? Si vous avez des chiffres.

JMJ : Alors en fait, nous sommes complètement dans le tourisme social et familial, hein ? Tout le temps. Donc nous participons à différentes actions, je dois dire nationales. Je pense à l'ANCV par exemple et à l'opération Seniors en vacances auxquelles nous participons. Les activités sociales qui sont propres à la MSA puisque nous développons des propres activités sociales au sein de la MSA sous une association qui s'appelle l'AVMA, l'association de vacances de la mutualité agricole. Et donc l'AVMA est un ... comment dire ? C'est une association qui lance des tests de produits sociaux pour la MSA. Et puis on monte, on démontre. Alors on teste, on calibre, on ajuste. Et puis quand le test est trop bon, on met le produit en place et se développe pour les caisses de MSA voire au-delà. Donc, on s'appuie par exemple sur l'activité Seniors en Vacances pour créer ce qu'on appelle des séjours Partage. Séjours Partage sont des séjours qui vont associer des jeunes en formation d'aide à la personne avec des aînés qui sont en EHPAD, qui sont écartés des vacances. Donc les aînés bénéficient de l'ANCV pour financer leurs vacances. Ils viennent et on a créé un binôme avec une MFR, par exemple, qui forme des jeunes au métier d'aide à la personne. On crée un binôme, un jeune, un ancien et ils viennent en vacances chez nous pendant 5 jours. Et les jeunes s'occupent des anciens, créent des liens. Alors il y a des aides à la toilette et autres si il y a besoin mais il y a surtout beaucoup plus le côté animation. On va visiter ensemble, on les aide à descendre, à monter dans le bus et puis des animations de type soirée dansante, karaoké pour les anciens, voilà des choses comme ça. Donc ça c'est des séjours spécifiques qui sont montés par la MSA et qui s'appuient sur un dispositif national de l'ANCV.

LS : Ok.

JMJ : Les colonies sont aussi des activités sociales, développées par la MSA puisque les caisses de MSA vont financer en fonction des quotients familiaux des familles, une partie du budget pour les enfants et donc nous avons des enfants. Je pense à la caisse de Mayenne Orne Sarthe puisque chaque caisse MSA a ses propres Aigle Dead social. Il y a des enfants qui viennent de Mayenne Orne Sarthe chez nous pour moins de 150€ pendant 15 jours voyage compris. Et ils vont pratiquer du surf, de la voile, du kayak, de la planche. Et puis des campings et donc ça c'est une vraie aide aussi sociale. Et puis il y a d'autres expérimentations qui sont menées par la MSA. Je pense à des séjours qui s'appellent des Vraies Vacances qui cherchent à aider des familles qui ont un enfant handicapé. Ils viennent en famille chez nous, les enfants. Pendant l'été, il y a des clubs enfants. L'enfant handicapé va aller au club enfant mais en fonction de son handicap, il va être accompagné par un éducateur, un animateur spécifique uniquement pour lui. Et il va aller soit au club enfant si c'est possible et si c'est pas possible, l'animateur va lui proposer des activités pour que les parents aient un vrai temps de répit.

LS : D'accord.

JMJ : Voilà pour ce type d'activité sociale et nous avons aussi des activités sociales qui sont pilotées par des travailleurs sociaux de la MSA qui s'appellent Partir pour rebondir sur des adultes, des agriculteurs ou des personnes issues du monde agricole on va dire parce qu'il n'y a pas que des agriculteurs à la MSA, hein, il y a aussi ... Groupama, Crédit Agricole et autres. Des personnes qui sont repérées par des travailleurs sociaux comme étant en grande difficulté. Et la

MSA va les accompagner pour d'abord, un s'ils sont dans une ferme par exemple mettre quelqu'un à la ferme pendant qu'ils partent en vacances et surtout les aider à partir en vacances réellement pendant une semaine chez nous. Donc on a ce type d'activité qui vient chez nous. La proportion de tout ça dans le chiffre d'affaires. On est en dessous des 20% hein ? D'accord, ce sont des... Alors si on rentre les colonies, voilà, on va être, on va flirter avec les 20% du chiffre d'affaires global du village. Mais voilà, ça reste marginal, c'est des activités que l'on fait de bon cœur qui donnent une justification aussi à notre appartenance au tourisme social et qui donnent du sens, je pense au personnel qui travaille sur le centre par exemple. Mais en chiffre d'affaires, on cavale après le chiffre d'affaires quand même parce qu'il faut payer un loyer, parce qu'il faut payer les salaires et autres et que c'est pas si simple que ça pour équilibrer les comptes quand même. Les séjours ANCV Seniors en vacances, ce sont des séjours qui sont très bien mais extrêmement peu rémunérateurs pour un village de vacances. On est quasiment en perte dessus, donc on est à peine à l'équilibre. Donc si on faisait que ça on serait mort hein, ça, c'est clair.

LS : C'est pour ça qu'il faut diversifier l'offre.

JMJ : Oui, il faut diversifier. Alors après le reste de notre clientèle... Donc sur la partie collective, vous l'avez compris, c'est des classes de mer, donc plutôt essentiellement des primaires, quelques collèges mais les collèges, souvent, sont sur des séjours d'intégration de 2 jours. Ce qui n'est pas tout à fait notre recherche de cible. Nous, on cherche plutôt des séjours au minimum d'une semaine pour pouvoir développer des activités nautiques et du milieu marin. Dans les classes de mer, nous avons des éducateurs milieu marin sur la découverte de l'ESTRAN, le plancton et autres. Sur la partie hôtelière, là, c'est beaucoup plus simple. Nous fermons complètement en juillet-août à l'activité groupe et nous réservons cette période-là uniquement aux familles. Mais par contre, nous sommes pas ouverts à l'année, nous sommes ouverts de mars à fin octobre et donc de mars à fin juin, nous faisons quasiment que des groupes. C'est-à-dire qu'on est formaté, excusez-moi, pour prendre des groupes, ça veut dire qu'on n'a pas de proposition pour les individuels. Donc, les individuels qui se glissent dans les groupes viennent parce qu'ils nous connaissent et qu'ils viennent chercher la restauration, l'hébergement, mais il n'y a pas d'animation spécifique.

LS : Ok.

JMJ : Et puis la même chose en septembre, octobre, ils participent aux animations de soirée mais dans la journée sur le village, les guides animateurs sont partis avec les groupes, ils sont pas du tout à disposition des individuels. Et donc dans les groupes, clientèle soit d'ainés, Seniors en Vacances encore une fois, mais aussi beaucoup et de plus en plus de randonneurs. Quelques heures excursionnistes mais essentiellement des randonneurs. Dans la proportion, là on est à 80-20 : 80% de randonneurs et 20% de touristes. Avec des difficultés, les randonneurs, ils sont sur des séjours plus court, ils sont pingres et ils bénéficient, via Cap France, de réduction sur les forfaits de l'ordre de 5% s'ils sont adhérents à la FFRP pour le tarif.

LS : D'accord.

JMJ : Mais c'est de la très grosse cible. Nous sommes positionnés, j'ai oublié de dire tout à l'heure dans la présentation, on est posé sur le GR 34, donc évidemment ça aide beaucoup.

LS : Ça va influencer sur la typologie de clientèle aussi, forcément.

JMJ : Oui, aussi bien sûr. Oui mais les randonneurs, je sais pas si on rentre dans ce détail là, mais les randonneurs sont de plus en plus sur des cours séjour quand même. Donc ce qui multiplie les coûts chez nous puisqu'on fait plus de rotation. on aimait bien les séjours seniors classiques, des excursionnistes qui venaient huit jours, sept nuits en bus, c'était facile à gérer. Les randonneurs, c'est un peu plus compliqué, il y a beaucoup plus de mouvements, quoi.

LS : Oui. Ok. Et au niveau, je ne sais pas si c'est important de dire ça, mais au niveau des taux de fidélisation de votre clientèle...

JMJ : C'est très important.

LS : Vous êtes comment ? Est-ce que vous avez des chiffres là-dessus ?

JMJ : Je vais pas avoir de... Alors, ce que je peux vous dire par rapport à ça ... Sur l'été, on doit, j'ai pas le chiffre exact, j'ai bien 30% de familles qui nous connaissent déjà. La captation de

nouvelles familles était un sujet, qui a été porté par Cap France, notamment en termes de communication. Aujourd'hui, la force de communication de Cap France nous apporte cette nouvelle clientèle. Donc on voit revenir des familles avec des enfants, on a des tendances avec notre fidélisation à avoir des familles vieillissantes. Il y a 10 ans, le cœur de cible, c'était le couple avec 2 enfants. Les parents savaient faire de la voile ou du kayak, louaient du matériel et les enfants étaient en stage chez nous. Pour plein de raisons, ils sont vieillissants, pour des problèmes aussi de coûts qui augmentent. On a perdu cette clientèle-là, elle a été remplacée par les grands-parents avec les petits-enfants. Les villages de vacances vieillissent en termes de clientèle, hein, parce que les prix montent et que le pouvoir d'achat évidemment, il est quand même beaucoup plus chez les seniors que chez les familles. Donc nous étions confrontés à ce problème de fidélisation avec beaucoup de personnes qui revenaient d'une année sur l'autre et qui forcément vieillissent au rythme de tout le monde et sont passés plutôt comme retraités. Et puis la deuxième chose que je voulais vous dire, c'est que nous avons un programme de fidélisation chez Cap France qui fonctionne très bien aussi avec des chèques fidélité. Grosso modo, quand il passe une nuit, ils ont 1€ qu'ils utilisent à chaque fois dans un autre village, donc ils arrivent avec des chèques de 25, 30€ pour les individuels et pour les groupes de 100, 150€.

LS : Ça leur permet de payer une partie de leur prochain séjour.

JMJ : Et ça, ça fonctionne très bien.

LS : Ouais j'imagine.

JMJ : Donc chez Cap France, la fidélisation est extrêmement importante. Alors importante dans le groupe, par qui ils font les villages, les différents villages. Les groupes passent d'un village à l'autre grâce à ce système de fidélisation. Et puis au bout de 4-5 ans, parce que les groupes réduisent aussi leur périmètre d'action, bah on les retrouve. Beaucoup de groupes qui sont passés il y a 4 ans, je reviens chez vous et puis l'année prochaine, ils vont aller de l'autre côté, mais ils tournent beaucoup dans le réseau, ils vont pas chercher à l'extérieur, ils trouvent satisfaction. Il reste chez Cap France.

LS : Alors, vous avez un peu anticipé mes questions suivantes, c'est parfait comme ça, ça me donne un peu des éléments de réponse. En fait, j'ai préparé un guide entretien en fonction de quatre hypothèses et donc qui porte sur quatre thèmes. Du coup, brassage et lien social, soutien des publics vulnérables, vous m'en avez déjà un petit peu parlé vu que vous avez une politique de mise en place en faveur des plus vulnérables, les personnes en situation de handicap et les personnes âgées notamment. Donc ça va peut-être être un peu redondant parce que je vais vous poser des questions là-dessus. Et après, j'ai deux autres thématiques : la culture et l'éducation, c'est-à-dire si vous voyez votre village comme un lieu culturel, éducatif. Du coup, comme là, c'est en lien avec le nautisme, on est pile dedans. Et après, ça va être le lien avec le territoire.

LS : Bon premièrement, votre village vacances, favorise-t-il la mixité et lien social ? J'imagine que oui mais dans quelles mesures ? Quelles sont les actions menées ?

JMJ : Alors, oui, c'est le cœur de notre métier. Comment ? Alors nous on est un petit village, hein, 100 personnes sur la partie par exemple hôtelière. Ça se traduit comment ? C'est une ambiance plus que de mettre des animations, on essaie de mettre des créateurs d'ambiance qui vont créer du lien, donc on a des soirées à thème, je pense à des soirées crêpes, des interventions extérieures aussi de musiciens et autres pour créer du lien et forcer les gens à se rapprocher. Ça se passe aussi sur le plan de table au restaurant. C'est un plan de table où on mixe les populations. C'est pas toujours simple. Pas toujours simple parce que de plus en plus nous sentons dans les familles, notamment la volonté de manger en famille et de ne pas être à la table d'une autre famille.

LS : Ouais c'est ça, de ne pas de se mélanger, forcément.

JMJ : Et de ne pas forcément se mélanger donc c'est tout un travail qui est fait par les animateurs pour créer cette ambiance et puis ce lien-là. Les groupes, c'est la même chose, ils arrivent, ils sont constitués. Si vous avez deux groupes, ils ne veulent pas se mélanger avec l'autre groupe. Ils restent entre eux, donc bah nous on a pris le parti pris par exemple d'avoir des soirées d'animation qui sont communes à tout le monde. Ils viennent, ils viennent pas, mais là, on essaie à travers

différentes animations, des activités qui sont proposées par les animateurs de créer ce lien. C'est plus facile chez nous parce qu'on est un petit village. Et quand vous êtes 100 personnes, c'est facile de les faire brasser. Alors qu'un village de 400, c'est beaucoup plus compliqué. Non, ce que je voulais dire par rapport aux activités entre guillemets sociales, nous avons parfois des familles qui sont envoyées, qui rencontrent des vrais problèmes par exemple. Ils sont envoyés par des travailleurs sociaux. Moi, j'ai le souvenir d'un Monsieur, première fois qu'il partait en vacances, il était perdu. On lui montre le restaurant, il nous dit « c'est super machin » mais le soir il est venu dans mon bureau pour me dire : « Moi je mange où ? - Au restaurant ». Ah non, il voulait pas manger à la table d'autres personnes parce qu'il a pas les codes. On atteint ce niveau de dire qu'il n'a pas la capacité de manger avec les autres. Parce qu'il ne sait pas utiliser, je sais pas, les codes qui sont le b.a.-ba de la vie en collectivité : manger, se servir après les autres, tout ça c'est trop compliqué. Donc on a atteint des fois ce niveau-là et ça, c'est un peu extrême. Je pense à une autre anecdote extrême, c'est des parents qui sont débordés par leurs enfants et qui sont en rupture totale : le père est absent, la mère, elle est HS complet et les gamins font n'importe quoi. À tel point qu'au restaurant, les autres personnes du restaurant viennent nous voir pour vous dire : « Attendez, je suis pas là, je fais pas tel prix pour supporter ça quoi ». Donc parfois, on a ce genre de choses à arbitrer. Je l'illustre comme ça parce que ça illustre la difficulté. Attention, c'est des épiphénomènes. C'est pas le quotidien et c'est pas le quotidien parce qu'on a des bons échanges avec les travailleurs sociaux. Moi quand je suis arrivé ici, on nous envoyait des séjours avec des éducateurs, excusez-moi, des travailleurs sociaux. Et puis, comme c'était un peu cher la semaine, ils faisaient qu'une demi-semaine. Donc, en plein milieu de la semaine, on changeait de personnes. Or, le rythme des villages, il fonctionne sur la semaine. Donc si vous voulez stigmatiser les problèmes, il n'y a rien de tel, vous leur mettez un travailleur social et tout le monde les regarde en disant « Qu'est ce qu'ils font ceux-là », et puis en plus, on les fait changer au milieu de la semaine. Donc ceux qui arrivent le mercredi alors que les autres..., ils sont perdus. Donc ça, on a échangé avec travailleurs sociaux et on a réussi à d'abord casser ça et on le casse comment ? C'est à dire qu'il faut, c'est un peu dur de dire ça, mais il faut quasiment un quota quoi, hein ? Il faut, s'il y a des problématiques sociales très importantes dans des familles, on a une famille qui vient de famille qui vient mélanger à 80, ça pose pas de problème. Oui, il y a un accompagnement un peu plus fort à apporter, mais ça pose pas de problème. Par contre, si vous avez 40% de famille qui pose problème avec 60% à côté, qui viennent chercher autre chose. Là, vous allez dans le mur.

LS : Là c'est compliqué.

JMJ : Et ça, on arrive à le gérer à peu près. Mais des personnes qui sont pas stigmatisées, qui ne sont jamais parties en vacances avec des enfants, avec des problèmes de comportement ou autres, s'ils sont seuls dans le restaurant, ça se canalise. Avec la volonté du personnel, des animateurs, ça se calme. Franchement, c'est pas un souci. Moi, je voilà, j'ai en tête un problème. Ouais, une fois, on a demandé à une famille de prendre la voiture pour suivre le bus sur les excursions, parce que c'était pas possible dans le bus avec les enfants. Tu vois, une fois en 10 ans, c'est quand même pas non plus sorcier mais sous ces précautions-là, si on prend pas ces précautions-là, oui ça peut vite déborder et être compliqué à gérer. On a peu de problèmes de mixité, je pense raciale, ici en Bretagne parce qu'on n'est pas dans une zone qui attire forcément les populations... On va dire, qu'ont l'idée d'aller en vacances et que les vacances, c'est la Méditerranée. J'ai un collègue qui est en Méditerranée et qui a beaucoup plus de problèmes que moi de ce type-là. Avec des problèmes de réservation de piscine par exemple, pour des femmes qui seraient en ... comment on appelle ça ? En burkini. Donc il accepte à un mot donné, les populations sont là et puis très vite, s'il y a une demande spécifique pour leur dire : « Est ce que on peut privatiser la piscine pour nous ? Pour nos représentantes féminines ? ». C'est compliqué, hein, à gérer ? C'est compliqué à gérer. Dans l'exemple que je vous cite, par exemple lui les a reçus et leur a dit : « Vous n'avez pas bien compris, le village de vacances c'est pour tout le monde. La piscine, c'est possible, c'est ouvert, elle n'est pas obligatoire donc on va pas commencer à privatiser ». Ça a été, ça a été terrible. Il a passé une semaine en enfer et avec intervention du maire de la commune pour lui dire : « Comment ça se fait que vous êtes fermés comme ça, vous pouvez pas fermer la piscine et réserver la piscine à mes ressortissants ». On devient fou quoi.

LS : C'est compliqué, faut faire des compromis.

JMJ : Moi, je n'ai pas ce genre de problème ici. Mais la Bretagne je pense qu'on est moins exposé que la Méditerranée.

LS : Et au niveau des catégories socioprofessionnelles, vous avez un peu toutes les catégories ou c'est... il y a une grande représentation d'une en particulier ?

JMJ : Non. Bah il y a les tarifs. Nous avons des activités sociales, c'est clair, elles sont financées par des catégories CSP plus et des retraités qu'on a très clairement. Vous regardez les voitures sur le parking, on n'est pas dans le Porsche Cayenne, on n'est plus quand même dans le SUV que dans la Dacia. Aujourd'hui, les villages de vacances, voilà, c'est 600€ la semaine en pension complète, donc la rupture, elle est totale. Si les personnes sont pas aidées, elles ne peuvent pas venir.

LS : Mais du coup, il y a quand même des personnes qui ont moins les moyens mais qui sont aidés pour le coup ? Il y a quand même ...

JMJ : Oui avec la CAF. La CAF, on a quelques ressortissants, ouais c'est pas énorme, c'est moins de 10%.

LS : Ah oui, d'accord.

JMJ : Pas plus.

LS : OK, parce que du coup moi je me demandais comment vous parveniez à attirer un peu tous les publics ? Par exemple, à la fois des dirigeants d'entreprises qui ont les moyens de se payer une prestation de qualité et d'un autre côté les personnes à faible revue qui viennent grâce à des aides sociales.

JMJ : Très, très clairement, on a aucune action, on n'est pas proactif sur les catégories sociales les plus défavorisées, c'est des relais qui nous les envoient : des caisses MSA, des travailleurs sociaux, des CAF. Mais on a aucune activité de communication vers ces cibles, donc elles viennent de manière parcimonieuse dans notre activité. Alors, on est proactif sur les autres cibles, oui, on communique, on alimente, on a tout un plan de communication pour ça et on les attire. Les autres, on ne cherche pas à les attirer, nous les acceptons.

LS : D'accord.

JMJ : En fait, on a pas de communication spécifique pour ces populations-là.

LS : D'accord, Ok. Du coup, ensuite au niveau de ... bah du coup j'ai bien compris que votre village vacances, il agissait bien en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables.

JMJ : Oui.

LS : Après, est-ce que c'est judicieux de revenir un peu dessus ... Vous m'avez un peu expliqué les actions qu'ont été mises en place. Et du coup, c'est surtout en faveur des personnes âgées, des personnes en situation de handicap ou il y a aussi les personnes à faible revenu ?

JMJ : Oui, à faible revenu ou en rupture avec le travail, mais là, ils sont orientés. Nous sommes un peu le bras armé, si vous voulez, vacances de la caisse MSA. Donc, c'est des travailleurs sociaux qui les orientent vers nous. Les personnes qui sont complètement en rupture ou les familles en difficulté. La difficulté pour le village de vacances, qui est en fait le bras armé de la caisse MSA pour les vacances, c'est de rappeler à la caisse MSA qu'on est là pour servir une prestation et qu'on va pas modifier la prestation parce que la personne est d'une catégorie sociale en difficulté par exemple. Nous, notre souhait, c'est qu'elle ait la même prestation.

LS : Ouais.

JMJ : Il n'y a pas des vacances de riches et les vacances de pauvres, il y a des vacances pour tout le monde, donc les gens ont les mêmes vacances. Reste donc le problème de savoir qui finance les personnes qui ne peuvent pas payer directement la facture. Et les caisses de la MSA, comme nous sommes leur bras armé, ont tendance à dire : « Vous faites du social, donc vous financez ». Non, non, on accepte le social, mais vous le financez, c'est pas nous qui allons financer la prestation sinon on dégrade la prestation. C'est un peu le problème de l'ANCV Seniors en vacances, hein ? ANCV Seniors en vacances délimite un produit avec un tarif extrêmement bas,

la prestation, c'est pas la même. Évidemment, quand on paye... La semaine, chez nous, c'est on va dire 600€ à peu près. Quand c'est la ANCV, il faut mettre une excursion dedans et c'est 390€. On n'a pas cette marge-là. Donc, la prestation ne peut pas être la même. Des gens qui viennent à Seniors ANCV n'ont pas les fruits de mer par exemple. Et c'est un exemple, mais on rétrograde la prestation et ça c'est dommage. Parce que souvent, on confond l'opérateur de social avec le financier de l'action sociale. Et c'est un vrai souci, nous sommes opérateurs, on devrait avoir la même prestation pour tout le monde. Et notre problème, c'est de servir à la prestation, c'est pas de financer, je suis pas un opérateur social, je produis un produit et j'accepte tout le monde. C'est ça qu'il faudrait réussir à mettre en place, ce que font les villages de la CCAS. Les villages vacances de la CCAS, ils sont financés, ils acceptent, ils vont pas dégrader la prestation parce que d'un seul coup ils ont des gars qui changent les lignes par rapport aux directeurs de visite nucléaire. Non, ils ont la même prestation mais il faut bien qu'il y ait quelqu'un qui finance derrière. Et nous notre problématique à la MSA, c'est de mettre ça dans le crâne, faut le répéter constamment aux caisses de la MSA : « Attention, oui, nous sommes là pour servir ces prestations, mais c'est pas à nous de trouver des moyens de finance ». Parce que sinon on paye plus le loyer.

LS : C'est ça, c'est ça.

JMJ : Et ça marche très bien avec les colonies de vacances par exemple. Ce système-là, ils l'ont bien compris pour les colonies de vacances.

LS : Ok. Alors ensuite, ce que vous considérez votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ? Si oui, selon quelles modalités ? Je pense que c'est en lien avec les activités nautiques notamment, sur lesquelles vous êtes axés.

JMJ : Sur l'activité éducative, oui. Sur toute la partie collective, on a des éducateurs voile kayak qui sont présents, qui servent les prestations mais pas qu'eux, hein. Sur la partie adulte, on fait venir des intervenants aussi. On fait venir des humoristes, des musiciens, on programme des concerts. Ça, c'est l'activité culturelle et on essaie de proposer un champ culturel plus ou moins important à nos clients. Donc l'été, on le monte un peu parce que l'été, c'est les familles et donc c'est plus facile de faire des concerts, de faire venir des humoristes. Sur l'activité groupe, on le fait un petit peu moins, on a deux interventions. J'ai un musicien sur une soirée crêpes et puis, il y a un humoriste qui vient parce que les groupes sont très avides d'activités ensemble. Alors que pour faire prendre une mayonnaise de famille, c'est plus compliqué, donc ils sont plus dans l'attente d'une prestation spectacle. Et on programme plus à ce moment-là. Oui, mais on est organisateur de spectacle. Il faut la licence d'organisateur de spectacle pour programmer des intervenants extérieurs. Je n'ai pas de partenariat avec la DRAC moi ici, mais d'autres villages le font.

LS : D'accord.

JMJ : On t'emmène vers des résidences d'accueil de résidents, d'artistes en résidence dans les villages en échange de prestations, ça, ça se fait aussi. Mais oui, bien sûr, c'est la même idée que ce que je disais tout à l'heure, c'est l'idée de ... c'est pas parce que nous sommes dans le champ social qu'il faut réduire la prestation.

LS : Oui, c'est ça.

JMJ : Et le village de vacances est un moment où on peut faire de la prestation culturelle de manière très importante. Le public est captif, il est là. Donc, si vous programmez, vous intégrez dans le forfait une soirée spectacle et autres, les gens reviennent.

LS : Ok. Bon enfin, dernière petite thématique, euh un peu le cœur aussi du sujet. Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Alors je m'explique, ça veut dire qu'il contribue largement à l'économie locale, à la création de la richesse pour les territoires ou au développement des relations de proximité. Donc est-ce qu'il a un lien vraiment avec le territoire et la population locale ?

JMJ : Ah ben j'espère. J'espère bien. Oui, on est quand même ... on doit être le deuxième employeur de la commune, hein ici. Et même si on n'emploie pas que des gens locaux, on a de l'activité sur place de mars à octobre, donc il faut nourrir toutes les personnes qui sont là. On fait

tourner des producteurs locaux au niveau des huîtres, au niveau des légumes, on essaye de se rapprocher dans les circuits courts de plus en plus. Et puis on a beaucoup de personnel fidèle puisque nous sommes dans le tourisme, social et familial, nous avons des saisonniers longs qui restent 8 mois chez nous, qui renouvellent des contrats saisonniers tous les ans et qui sont à proximité. Alors oui, on est un acteur important du territoire, ça c'est clair, on fait venir des touristes et surtout de la volonté, c'est de dire, on n'est pas un village fermé quoi, hein. On prend pas les gens, on les met à l'intérieur, on ferme les portes et pis, ils vivent en autarcie à l'intérieur chez vous. Non, non, on est un village ouvert, ils viennent et on leur fait découvrir la région, donc on va manger dans les restaurants à côté, on sort, on va bénéficier des musées des différents sites à côté, c'est l'objectif. Et ce qui est très important, c'est ce patrimoine, nous, on est sur une mine d'or, hein. Regardez sur le site internet où on est placé. Si ce patrimoine disparaît demain, il sera vendu à la découpe. Très clair, ça sera plus un lieu d'hébergement pour des jeunes qui viennent en classe de mer chez nous par exemple, ça sera vendu en appartement à la découpe, parce que c'est la tendance du marché. Donc c'est extrêmement important de préserver ce patrimoine, sur nos côtes. Parce qu'il y a beaucoup d'opérateurs quand même du tourisme social qui ont disparu ces dernières années. Et je pense qu'on pourrait vite disparaître s'il y avait pas de volonté politique derrière, parce que c'est un patrimoine immobilier très important. Deux hectares, au bord de mer, aujourd'hui le Finistère Sud ça cote un peu, hein ? Quand même. Donc oui, on essaye et puis on travaille... Alors moi, je suis administrateur aussi à l'Office de tourisme. Donc on a créé avec la loi Notre, le changement de statut de l'Office de tourisme et les syndicats d'initiative sont passés à l'échelle des communautés de communes. Donc on a un administrateur là-bas, on participe énormément aux activités locales. Là il y avait la semaine des Rias par exemple, dans la semaine des Rias, on fait des prestations spécifiques pour animer le terrain. Non, non c'est très important et on est en échange permanent avec les élus locaux qui nous connaissent. En même temps, je vais vous dire là-dessus par exemple, nous, on est totalement autonomes financièrement. 0 subvention. Eh ben ça nous dessert. De ne pas avoir de subventions parce qu'on se débrouille tout seul et ben on sort des radars politiques.

LS : Ah oui, d'accord.

JMJ : Les politiques nous identifient plus. De toute façon, ils vivent bien.

LS : Ils se débrouillent.

JMJ : Et donc dans l'animation du territoire, ils ont rien trouvé de mieux que de foutre une base nautique à 5 km de chez nous, une base nautique municipale. C'est une aberration totale. Donc il n'y a pas de coordination locale. Et ça c'est une bêtise parce que ...

LS : C'est un peu dommage parce que ça crée de la concurrence.

JMJ : Oui, c'est dommage parce que c'est un maire qui a une volonté de créer cette base, on a longtemps échangé, mais au final il me dit : « Mais tu ne vas pas être contre le fait que je vais ouvrir plus de voiles et donner plus ». Je ne suis pas contre ça, je suis contre le fait que tu vas précariser mon activité et précariser la tienne parce que ça va réduire le nombre total de moniteurs qui travaillent aujourd'hui. Rendez-vous dans 5 ans, il y aura le même nombre divisé en 2 et chacun aura des contrats de quatre mois au lieu d'avoir des contrats de huit mois. Et quand on aura des contrats de quatre mois et ben on embauchera des mecs qui sont moins bons que ceux de huit mois, on leur donnera pas de perspective d'évolution et on est là-dedans. On est dans des guerres de clochers et ça manque encore d'arbitrage au niveau de la Communauté de communes. Donc, le territoire trouve qu'il manque un échelon de coordination un peu des politiques de développement et sportif et culturel et de TIC et de vacances sur le territoire. Aujourd'hui, c'est un peu la foire d'emploi, chacun se débrouille, il y a peu de coordination encore et c'est dommage. C'est dommage parce que ça c'est précarisé les emplois. Une des difficultés auxquelles nous sommes confrontés, c'est que nous n'avons pas une un fonctionnement à l'année comme nous n'avons pas un fonctionnement à l'année, on a beaucoup de contrats de huit mois.

LS : Ouais et c'est plus compliqué de recruter du coup.

JMJ : Bah c'est compliqué de recruter puis c'est compliqué pour quelqu'un qui travaille que huit mois, hein. Sa maison, pour s'établir...

LS : Il faut trouver une autre activité à côté.

JMJ : Bah oui, c'est dur. Et ça, c'est des perspectives au niveau social qui sont quand même pas terribles, hein, concernant les prestations sociales. Et nos employés, eux, en pâtissent. Juste une anecdote par rapport à ça. Quand nous recevons des personnes par exemple qui sont en grande difficulté sociale, orientées par les CAF, j'ai la réaction de mes employés systématiquement, qui disent : « Moi j'ai pas droit à tout ça ». Et souvent, ces personnes-là n'ont pas trop les codes n'ont plus de l'activité hôtelière et autres, donc on achète d'exigence dément. Alors qu'ils sont quasiment aidés à 100%. Et derrière le public, les employés, ils n'en peuvent plus : « Attends, ça va bien ! Son stage, il est payé, son gamin, il va à l'école de voile, moi le mien, tout ça, j'ai rien moi et je bosse depuis 4h30 du matin ». C'est dur, c'est pas simple.

LS : Bon bah je pense qu'on a fait le tour des questions ! Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

JMJ : Je vous en prie. Bon courage à vous.

LS : Merci. Au revoir.

Entretien semi-directif n°3 – ANCAV-TT

[Mise en contexte]

NAG : Alors nous, on est une association qui fait la promotion de villages vacances du tourisme social et solidaire puisque nous, on est dans Promouvoir l'accès aux vacances, aux loisirs, à la culture, au sport, voilà aux loisirs de qualité pour tous. Et donc dans le fond, on ressemble à une agence de voyage puisqu'on propose donc des voyages, des circuits, de la location et aussi donc de la billetterie pour les groupes comme pour les individuels. Et que dans ce cadre-là, on essaie comme on est dans le tourisme social et solidaire, on essaie aussi bien sur de travailler qu'avec des opérateurs du tourisme social et solidaire. Donc ça c'est par hyper évident. Et on est un réseau de 19 associations implantées sur la France et en fait, ce réseau, il a été créé au moment où tourisme et travail qui géraient aussi bien les villages vacances du patrimoine social des comités d'entreprise a déposé le bilan. Et à ce moment-là, ils ont un peu décidé de séparer un peu les choses, de créer Touristra qui allait gérer les villages vacances qu'ils avaient en gestion à l'époque de la part des comités d'entreprise copropriétaires. Et en même temps, ils ont fait tout un réseau de petites associations sur le territoire français pour promouvoir, vendre justement ces villages vacances auprès des comités d'entreprise. Voilà. Donc je ne suis plus mais j'ai été directrice de village vacances puisqu'en fait j'ai travaillé pendant 7 ans chez Touristra. J'ai d'abord été sur les villages vacances et après les 5 dernières années, j'ai été au siège à Paris. Je leur dirai peut-être tout à l'heure quand je vais me présenter.

LS : Et donc vous êtes une association implantée à Lorient ?

NAG : Oui l'association est à [ville où est située l'association], à la cité Allende, à la maison des associations. On y est depuis le début, depuis 1985, on est là, on est une association pour le droit et la défense des vacances et des loisirs pour tous, ouais.

LS : Vous allez quand même pouvoir me renseigner par rapport aux villages vacances ?

NAG : Oui. Je vais pouvoir aussi en tout cas vous faire des retours aussi dans mon expérience de directrice de village vacances. Comment pour moi ça s'est passé par rapport aux thèmes que vous allez aborder.

LS : Bon bah je vais vous laisser vous présenter rapidement.

NAG : Ouais ! Donc depuis un an, je suis directrice de l'association Loisirs et Tourisme Bretagne mais auparavant, c'est vrai que bon j'ai toujours travaillé dans le milieu associatif. Euh j'ai bossé à l'Agefiph, l'association qui gère le fonds d'insertion des personnes handicapées, hein, quand vous n'embauchez pas de personnes handicapées bah vous payez une taxe et cet argent-là, il finance des postes de travail pour que les personnes handicapées soient plus insérées. J'ai bossé pour un foyer pour SDF à Paris euh voilà, pendant quelques années aussi. Et après, donc je suis partie sur les villages vacances chez Touristra Vacances pendant 16 ans. Et là bah j'ai démarré comme comptable puisqu'à la base, j'ai un BTS compta et j'ai fait un peu de tout et puis j'ai fini directrice de village vacances. J'ai été directrice sur Chamonix, Soustons, voilà les deux principaux. Et avant, directrice adjointe sur La Plagne et Balaruc et puis après, je suis montée au siège à Paris pendant 5 ans pour être responsable du secteur hôtellerie pour les 22 villages vacances en France. Et ce qui m'avait fait monter aussi au siège, c'était mettre en place la politique développement durable. Donc j'avais la double casquette et ça c'est un sujet qui m'a toujours passionnée, hein ? Et donc euh, j'ai dit ok pour monter à Paris pour mettre en place cette politique développement durable et c'est là entre-autre qu'on a sorti une charte qui s'appelait « Les Saisons Durables » avec des actions à court, moyen et long terme par secteur d'activité, ce à quoi on s'engageait les uns les autres. Et puis, on a aussi démarré l'éco labélisation des villages vacances. Puis après, j'ai quitté. Après, j'ai carrément changé, je suis devenue prof de yoga dans la Drôme et puis après, il y a encore eu du changement et c'est là que je suis revenue dans le tourisme et que je suis venue en Bretagne pour prendre le poste de directrice de l'association. Voilà.

LS : Ah oui donc beaucoup de casquettes finalement.

NAG : Oui, c'est vrai. En tout cas, c'est vrai que ce sont des sujets qui me passionnent. Je veux dire pour moi, je voulais qu'il y ait du sens dans mon activité professionnelle, ça a toujours été

essentiel donc c'est pour ça qu'à chaque fois, j'ai travaillé dans des organismes où il y avait du sens derrière, voilà.

LS : Ensuite, je vais aborder quatre thématiques. Premièrement, en quoi les villages vacances favorisent-ils la mixité et le lien social, selon vous ? Quelles sont les modalités, les actions menées ?

NAG : Ouais. Moi je dirai entre-autre que comme ils sont à la base...souvent les copropriétaires, les propriétaires des villages vacances, c'est des comités d'entreprise de différentes entreprises et sur ce, ... Moi, les villages vacances où j'ai été directrice bah on pouvait recevoir aussi bien le mec qui était pilote chez Air-France que la dame qui faisait les plateaux qu'on sert dans l'avion par exemple ou le monsieur qui travaillait à la chaîne chez Renault, voilà. Et donc là forcément, bon bah les gens ils se rencontrent, on présente pas forcément ce qu'on fait dans le boulot mais après, ils vont se parler, ils vont découvrir ce qu'ils font dans le boulot. Mais en tout cas, c'est des lieux où ils vont pouvoir se rencontrer et c'est pas la question financière, par exemple, qui va faire que les pauvres vont dans des trucs de pauvres et les riches vont dans des trucs de riches. Et là voilà, bon les riches, ils vont au Club Med ok et puis les pauvres vont en auberge de jeunesse par exemple, je vais dire n'importe quoi... Bon bah là c'est sûr que ça risque pas de se rencontrer. Là dans cette idée, dans le fond de créer ce patrimoine social des comités d'entreprise, qui ont tous investi pour avoir des villages vacances à Chamonix et là en Bretagne, qui ont des renommées peut être moins importantes et encore de plus en plus, la Bretagne ... Mais je veux dire, moi j'ai été directrice d'un village vacances à Chamonix, euh c'est sûr que demain si ce village vacances il n'existe plus parce qu'on arrête, on n'y retournera plus à Chamonix, c'est fini. Les gens de basse catégorie en tout cas, ils n'auront pas les moyens d'aller sur Chamonix. Grâce à ce genre d'infrastructures, euh alors ceux qu'ont moins de moyens peuvent y aller mais sur ce, aussi bien sûr rencontrer ceux qu'en ont un peu plus et qui viennent eux aussi par le biais de leur comité d'entreprise ou en tout cas parce que ... oui par ce biais-là. Et forcément, ça vient favoriser le brassage, ça c'est sûr ! Fin après ils peuvent faire d'autres choix bien sûr, s'ils ont les moyens, ils peuvent aller au Club Med, hein ? Ça c'est sûr, le pilote d'Air-France, il a les moyens, il peut aller au Club Med. Mais je dirais que...c'est aussi... Alors après cette culture-là, elle est peut-être de moins en moins là, mais c'est aussi quand même dans l'idée justement de préserver du patrimoine qui, quelque part leur appartient, parce que les comités d'entreprise, ils ont des sous parce qu'ils ont des salariés, parce qu'il y a des cotisations qui rentrent pour les œuvres sociales et qui fait que, à un moment donné, ils vont avoir beaucoup de sous et ils vont investir dans du patrimoine de vacances pour que les ouvriers puissent partir en vacances. Parce qu'en 36, ils ont une première semaine de vacances, en 45 la création des comités d'entreprise, ils ont des sous, ils investissent dans les infrastructures et les ouvriers vont pouvoir partir en vacances. Donc c'est sûr que... alors je ne sais pas si cette conscience-là, elle est encore là à tous les niveaux mais à mon avis quand même, bon ils va eux-mêmes leurs propres villages vacances par exemple Air-France hein ? Et c'est vrai que sur leurs propres villages vacances, bon il y avait aussi bien le pilote que le monsieur qui fait le ménage à l'aéroport, hein ? Et là tout le monde se rencontre et à cet endroit-là, malgré tout le pilote il continue d'y aller parce qu'il se dit que c'est quand même ... c'est son patrimoine, il y avait un peu cette notion de « c'est notre village vacances » et donc ça nous appartient, « j'y ai le droit, il faut y aller ». Je ne vais pas aller au Club Med, c'est un peu mon identité, la culture de mon entreprise, il y avait un peu côté comme ça. Donc ça permettait effectivement et ça permet encore hein, de se rencontrer, de se découvrir à d'autres endroits que dans les postes de travail avec la notion de hiérarchie et des notions ... mais voilà... professionnelles. Et là d'un coup, bah on va découvrir que peut-être oui, le monsieur qui fait des ménages, il a d'autres compétences, d'autres qualités, il joue super bien aux boules, j'en sais rien et on est en duo sur le concours de pétanque euh voilà. Et on se rencontre et oui, on apprend à se connaître et donc à avoir moins d'apriori sur les uns vis-à-vis des autres. Donc voilà, c'est vraiment des lieux qui vont permettre ça. Sinon on fait que des trucs où les vieux vont dans un truc pour les vieux, les jeunes vont dans un truc pour les jeunes, les riches vont dans un truc pour les riches et les pauvres dans un truc pour les pauvres. Bon là on a de tout sur les villages vacances, on a aussi bien des jeunes, on a aussi bien des familles jeunes avec des enfants en bas âge, que des familles avec des adolescents, que des seniors et là tout le monde est plus en moins entre guillemets obligés en tout cas de vivre ensemble. Et là on travaille sur le bien vivre ensemble, bon c'est sûr, c'est pas toujours facile

hein ? Je veux dire les papi et mamie, ils sont pas toujours faciles quand les enfants ils courent partout dans le restaurant, les papi et mamie ça les énervent, il y a trop de bruit, etc. Et c'est comment on arrive à justement faire en sorte qu'à la fin du séjour, oh bah la mamie elle adore les p'tits et puis elle est contente, puis les p'tits ils la trouvent sympathique. Alors qu'au début, ils ne la trouvaient pas sympathique parce que l'animateur, il a fait son boulot de créateur de liens, d'activer le lien, là entre les gens et de montrer que le p'tit bah il est gentil et que la mamie elle est pas méchante et qu'en fait, ils vont pouvoir rigoler, qu'il va pouvoir se passer quelque chose euh voilà. Fin c'est un peu tout l'art de nos équipes, de nos équipes d'animation par exemple, de faire ce job-là et c'est pas juste d'être dans ? [Pas compris] par exemple où j'anime mon concours de pétanque et c'est aussi d'être dans le quotidien un acteur de comment je le rapproche les gens, comment je fais en sorte qu'ils se comprennent, qu'ils se parlent et qu'en fait tout le monde passe une bonne semaine. Et que voilà les uns et les autres, on ne soit pas indisposé par ce qui nous écarte, par ce qui nous différencie dans le fond. Et sur les villages vacances, je trouve que c'est ça notre spécificité.

NAG : Ça me fait rebondir sur un autre point. A Chamonix, j'accueillais des familles qui étaient jamais parties en vacances ou qui étaient jamais allées au ski. Si on les accompagne pas ces gens-là, à la réunion d'infos, vous dites : « Bon ben il faudra aller acheter votre forfait remontées mécaniques aux remontées mécaniques, hein ? Aller inscrire vos enfants à l'ESF ». Bon la dame qui est en famille monoparentale, qui arrive de la Courneuve avec ses 4 enfants, elle ne sait pas de quoi vous lui parler hein franchement, fin en tout cas, elle ira pas si quelqu'un ne l'aide pas, si quelqu'un ne l'accompagne pas. Fin alors en général, les mecs de l'ESF, les forfaits ont les vendaient aussi là. Mais s'il y a pas quelqu'un qui vient un peu lui dire, voilà lui montrer que c'est pas si compliqué que ça, qu'il y a pas de souci qu'on va lui expliquer c'est quoi les forfaits, qu'elle va comprendre, qu'on va l'aider pour que les petits ils aillent au ski et qu'il y a l'accompagnement avec le club enfant et etc., etc. Voilà, c'est tout ce rôle-là aussi qui se joue et qui fait que je trouve que chacun grandit au fond et chacun apprend soit à connaître l'autre, soit à découvrir des capacités en tout cas à faire des choses que l'on n'aurait pas fait dans notre quotidien, qu'on n'aurait pas fait ailleurs s'il n'y avait pas cet environnement-là bien spécifique qu'est un peu ... voilà.

LS : Ouais. Et à votre avis, comment ils font les villages vacances pour attirer justement tous les publics, sachant qu'il peut y avoir des CSP+ qui ont largement les moyens de se payer des prestations de haute qualité tandis que d'autres bah viennent avec les aides sociales. Comment ils font vraiment pour attirer tout le monde ?

NAG : Ouais.

LS : Ça, c'est une grosse question ?

NAG : Oui, ça c'est une grosse question ! [Rires] D'autant que les choses ont énormément changé Laurène, c'est ça le truc aussi. La société a tellement changé, les attentes des gens ont tellement changé que c'est compliqué. Ils attendent beaucoup plus de confort, ils sont beaucoup plus individualistes, il y a tout un côté comme ça qui vient nous mettre en difficulté parce que beaucoup de villages vacances ne sont pas par exemple, avec un confort extraordinaire. Euh voilà, on n'a pas forcément la clim partout, on n'a pas forcément le frigo, la télé euh il y a tout cet aspect-là qui avant n'était pas essentiel, les gens ils étaient tous super contents d'ouvrir les huîtres en cuisine avec le chef avec tout le monde et à papoter et boire des coups. Et donc ça c'est fini parce qu'il y a des normes, parce que plus personne peut entrer en cuisine parce que tout est bien voilà. Bon et sur ce, oui on veut autre chose, on veut la télé pour regarder son feuilleton, on veut ... Et donc ça, ça complique l'attractivité des villages vacances, ça c'est sûr. Donc pourquoi quelqu'un qui effectivement est d'une catégorie socioprofessionnelle plus haute vient quand même sur les villages vacances ? Soit parce que je dirais, il est attaché ... à ça, à ce brassage. C'est un peu comme peut être de mettre son enfant à l'école publique plutôt que d'aller le mettre à l'école privée, par exemple, hein ? C'est vraiment des choix politiques au sens large du terme, d'avoir toujours envie de nourrir cette idée d'une société pluriculturelle, d'une société où on est tous différents mais où on peut vivre ensemble, si on apprend justement à se connaître. Alors il peut y avoir cet aspect-là, qu'ils ont envie de transmettre à leurs enfants, ils ont aussi envie que leurs enfants ils côtoient, je ne sais pas, s'ils viennent des quartiers un peu plus chics voilà qu'ils côtoient voilà des enfants

avec de la couleur, s'il y en a pas par chez eux. Voilà pour un peu apprendre aussi, à apprendre tout ça. Ça peut être des questions de valeur voilà un peu au sens large du terme, des questions politiques, des questions de valeur vu qui font que ces gens-là, ils vont venir. Ça peut aussi être des questions, comme je vous dis, d'appartenance, de se dire : « c'est nos villages vacances », les villages vacances de la SNCF, de la RATP, d'Air-France quand ils en avaient des bien spécifiques à eux. Bon bah voilà, il y a un côté « c'est les nôtres » donc on y va et j'ai autant le droit que n'importe qui d'y aller, que je sois riche ou pauvre, donc on continue d'y aller. Et puis je crois qu'il y a peut-être quand même tout ce côté de la convivialité, qui est quand même voilà, c'est la culture de la convivialité quand même les villages vacances du tourisme social et solidaire. On est vraiment dans cette convivialité, on est dans l'idée aussi d'ouvrir sur l'extérieur contrairement peut-être au tourisme marchand où tout va se passer à l'intérieur, hein ? Au Club Med, vous avez tout. Vous avez la boutique, vous avez tout, vous avez à peine besoin de sortir, vous pouvez rester pendant une semaine au bord de la piscine, voilà. Alors ok, vous allez vous faire une excursion ou on va vous emmener quelque part, bon voilà, vous allez voir un ou deux autochtones et puis vous serez content. Là, nous, on est vraiment dans l'idée quand même de faire découvrir aux gens l'écosystème autour, hein ? Aussi bien donc tous les acteurs économiques, les prestataires qui vont venir proposer donc des activités et que les envoyer acheter leur brosse à dent s'ils l'ont oublié, à la boutique du coin plutôt que de vendre des brosses à dent, même si des fois on a quelques choses de dépannage hein mais euh voilà. Il y a ça. Je pensais aussi à cet aspect de découverte et d'aller vers l'extérieur. Bon j'allais dire aussi peut-être... Alors les gens qui ont moins d'argent forcément peut-être quelque part, ils ont pas trop le choix parce que là, ils ont des aides pour partir et ça là et pas ailleurs, c'est sûr. Mais en même temps peut-être aussi parce qu'il y a le club enfant, il y a le club ados alors il y en a aussi au Club Med, c'est vrai qu'il y en a aussi chez Pierre & Vacances, bon souvent, faut payer en plus hein ? Nous, il y a quand même un côté tout inclus, qui peut aussi faciliter les choses ou en tout cas, rendre le séjour plus simple, il n'y a pas à se dire : « combien de demi-journées on l'inscrit ? ». Fin là c'est simple, ils l'inscrivent pour la semaine. Après le p'tit il veut y aller, des fois il veut pas y aller bon bah il y va pas mais on n'est pas toujours dans des tractations marchandes. Voilà, c'est déjà inclus dedans. Nous je voyais sur les villages montagne, l'accompagnateur montagne c'était inclus aussi : ils ne payaient pas les rando. Ça peut aussi être une source de motivation pour être complètement tranquille et avoir l'idée que tout le monde est un peu autonome et que chacun peut un peu faire sa vie.

LS : Je vais rebondir sur ce que vous avez dit tout à l'heure, que les villages vacances avaient pour but de s'ouvrir sur l'extérieur. Mais quel est leur impact économique et social sur le territoire ? Quels sont leurs liens avec le territoire et les populations locales ?

NAG : D'abord, il y a tout l'aspect qui concerne les activités. Donc là c'est sûr qu'avec tous les prestataires en local... On les fait venir à la réunion d'information alors peut-être que le Club Med le fait aussi, Pierre & Vacances aussi voilà. Bon là, on les fait vraiment venir, ils restent, les gens peuvent s'inscrire directement sur place, ils n'ont pas à courir à droite à gauche. Donc déjà on fait vivre ces gens-là, hiver été, hein ? On fait des petits marchés aussi, donc là on fait venir aussi des producteurs locaux et de l'artisanat aussi qui fait que les gens vont découvrir ça aussi. On fait aussi ce qu'on appelle des balades découverte et partage. D'abord, l'animateur tous les matins, il propose des balades pour découvrir le coin. Les gens qui ne se sentiraient pas d'y aller tous seuls et bah ils se disent « Ah bah tiens, il va nous emmener, il va nous montrer ». Et là on fait des tours, au début c'est pour découvrir la ville autour enfin voilà, ce qu'il y a un peu et puis après il y a différents lieux où on va les emmener pour qu'ils découvrent et qu'après, ils puissent y retourner de façon autonome et un peu plus... voilà découvrir davantage. Donc là encore, on est acteurs pour leur donner envie que s'il n'y avait pas eu cette balade du matin où on est allés à tel ou tel endroit un peu rapidement, hein ? Parce qu'on fait un tour et qu'on passe là, on passe là, on passe là bon voilà. Euh bah les gens, ils n'auraient jamais su, ils n'y seraient peut-être pas allés chez le type qui fait le miel là, qui est au milieu des Landes là, dans la forêt de pins, faut savoir qu'il est là, lui. Et l'animateur, dans le cadre de son tour qu'il va faire, il va passer par là, en même temps c'est une belle balade dans les pins. Donc là on vient promouvoir l'aspect économique car après les gens, ils vont venir acheter leur miel là plutôt qu'ailleurs, voilà et en achetant plutôt que pas du tout. Donc je trouve qu'il y a cet aspect-là.

NAG : Euh après, on est aussi des employeurs, hein ? On essaie aussi d'embaucher en local, ça c'est sûr. C'est sûr aussi que c'est bien, entre autres dans les animateurs, d'avoir des animateurs en local parce qu'ils connaissent leur territoire et que sur ce, ils peuvent bien en parler. Et comme ça, c'est quand même ... ça facilite les choses par rapport à quelqu'un qui vient d'un autre territoire et qui va falloir pétasser ça en deux trois mouvements pour voilà raconter aux gens ce qu'il se passe sur le territoire, ce qu'il y a à faire, ce qu'il y a à voir. C'est pareil avec la responsable d'hébergement à l'accueil, hein, et les filles de l'accueil. J'essayais quand même d'avoir des filles de l'accueil qui en ait au moins une qui soit du territoire, hein, pour que quand même ça facilite les choses. Et après, j'ai envie de dire aussi et je vais vous citer ce qui m'ait arrivé à Chamonix mais ça peut quand même donner la réflexion. Nous, on était donc plusieurs organismes du tourisme social et solidaire. Il y avait l'auberge de jeunesse, il y avait l'UCPA, il y avait nous Touristra, il y avait une autre qui accueillait des colos, j'arrive plus à me souvenir de quelle structure elle était. Bon bref, à Chamonix, ils ont pas besoin de nous, hein ? Enfin, en tout cas, la mairie, la compagnie du Mont-Blanc. Voilà donc nous, on n'avait aucun tarif pour les forfaits de remontées mécanique hein parce que voilà. Par contre le Club Med, oui, il avait des tarifs pour les forfaits de remontées mécaniques. Donc c'était quand même pas juste hein mais ils en avaient un peu rien à faire de nous voilà. Bon, on a fini par se rassembler, se mettre ensemble, on était une bonne quinzaine d'opérateurs du tourisme social et solidaire, à leur montrer combien de chiffres d'affaires ont fait, combien de personnes ça représentait, on a interpellé donc la mairie, la compagnie du Mont-Blanc et euh... Quant au bout d'un moment aussi, ils se rendent compte qu'une fois que les Japonais sont passés et que d'un coup la mode est passée ou les Russes parce qu'il y a eu tout un moment où les Russes venaient. Mais après les Russes, ils en ont plus rien à foutre, ils n'ont plus envie de venir et hop, ils partaient visiter un autre... C'est un autre spot qui devient à la mode, etc. Bah nous les nôtres, ils viennent toujours, ils sont toujours là, c'est une clientèle française voilà qui est toujours là. Bah au bout d'un moment, la balance elle a basculé. Et là, oui, ils ont accepté de nous faire des tarifs et aujourd'hui, on a vraiment des supers tarifs qui sont inclus par exemple sur le village de Touristra, La Forêts des Tines, c'est inclus dans le package avec l'hébergement. Et les villages vacances qui avaient du mal à remplir, depuis ça, vu que le prix du forfait est inclus dedans. Moi je crois que c'est 70€ alors que si vous allez l'acheter c'est bien plus que ça à Chamonix, ça a remonté et reboosté. Mais pour dire que d'un coup, la municipalité qui ne nous considérait pas du tout, qui nous invitait jamais nul part, etc. et la compagnie du Mont-Blanc, ah d'un coup, ils ont trouvé qu'on était des interlocuteurs intéressés et qu'on avait du poids économique sur le territoire et qu'il fallait pas l'oublier. Mais je pense que pour ça, il faut que davantage on se rassemble aussi. Il faut que davantage on montre qu'on est une force et c'est peut-être un peu aussi parfois le problème qu'on est un peu chacun pris dans nos voilà, dans nos activités, dans tout ça et qu'on est pas assez à vouloir travailler sur cette idée de faire poids, être considéré... peut-être parce que ... On en parle avec [nom de la déléguée générale] à l'Unat, on parle de ça qu'on a peut-être une image vieillotte, voilà. Une image un peu, oui, un peu vieillotte, un peu bon voilà à l'ancienne, un peu sociocu des années 70, euh un peu des choses comme ça. Et donc bon, ça nous dessert peut-être un peu mais c'est toute cette image qu'il faut qu'on change pour qu'on montre qu'on ... Je veux dire toutes ces valeurs dont on parle dans l'économie sociale et solidaire aujourd'hui, nous c'est pas nouveau quoi et ça depuis toujours. Enfin, on les promeut, on y travaille, on fait ce qu'on peut pour et c'était peut-être désuet avant mais là d'un coup voilà. Mais alors, faut mettre le package, je ne sais pas comment dire ... ouais voilà. Donc il y a de l'enjeu derrière tout ça : comment on peut un peu inverser cette image, peut-être qu'on a auprès des pouvoirs publics ? Mais pour ça, je crois qu'il faut que davantage on se rassemble, on mette en commun un peu de moyens financiers pour peut-être faire des campagnes de pub par exemple, j'en sais rien, qui va venir faire parler de nous. Peut-être davantage être ... moi c'est ce que j'ai beaucoup envie de faire là à l'association pour parler un peu de notre territoire où nous non plus, on n'est pas reconnu par la mairie par exemple comme un acteur du territoire qui vient défendre le droit aux vacances et aux loisirs pour tous. Et en fait, je crois qu'il faut qu'on reprenne un peu notre bâton de Pellerin à être un peu un acteur qui vient justement tisser du lien et faire du partenariat. Et moi je dis par exemple à l'association : « Bon bah à la rentrée, pour qu'on soit reconnu comme ... Ah ! C'est à Loisirs et Tourisme Bretagne, qu'on pense quand on pense à l'aide aux vacances, à l'aide aux loisirs, etc. ». D'être par exemple, de proposer du partenariat avec le théâtre de Lanester, avec l'entreprise Bonduelle qui a des sous, qui a des

moyens, qui fait la RSE, la Responsabilité Sociétale des Entreprises, et il y a tout un volet social. Qu'est-ce que je fais dans le cadre de ma RSE, de mon volet social ? Ils aiment bien montrer qu'ils font des trucs ces grosses entreprises, voilà. Comment on tisse ensemble du partenariat pour dire : « Eh bien, tous les CM2 de l'école machin, de la zup à Lanester, ils iront trois fois dans le trimestre au théâtre à Lanester, c'est payé par Bonduelle et voilà. Et nous, on met en lien tout ça. Voilà. C'est une idée par exemple, hein, pour accéder à la culture, au théâtre, faire que les enfants ils sortent de là où ils sont et voilà, de leur faire découvrir autre chose. Et être ceux qui vont prendre le temps de créer ça, de mettre en route ça, de le tenir, de l'organiser, etc. et de faire des actions comme ça qui fait que d'un coup, on prend de la place, on va penser à nous. On va penser à nous en tant que vrai acteur. Mais tant qu'on est tous à gérer nos problèmes de personnel, nos problèmes de remplissage, nos problèmes de ... C'est sûr que ça, c'est une réalité, hein, faut les gérer ces problèmes là aussi, mais faut aussi un peu sortir de tout ça pour nous faire à nouveau davantage exister auprès des pouvoirs publics, auprès des politiques. Et ça, on nous a un peu oublié, les gouvernements oublient de toute façon un peu quand même la politique d'accès aux vacances et tout ça aussi. Mais c'est notre rôle de leur renvoyer ce qu'il se passe et demain si on ferme boutique, wow quand même euh je trouve que c'est chaud, qui va nous défendre ? C'est déjà compliqué, il y a déjà un enfant sur trois qui part pas en vacances pour pas dire un enfant sur deux. Comment demain ça pourrait être autrement s'ils ne mettent aussi du leur ?

LS : Alors après, je me demandais si les villages vacances étaient vus comme des lieux culturels et éducatifs. Mais comme vous l'avez dit tout à l'heure, comme ils proposent des balades et tout pour visiter un peu les alentours, je pense que ça y contribue un petit peu. Après il n'y a peut-être pas que ça, je vous laisse développer.

NAG : Culturel et éducatif ?

LS : Ouais.

NAG : Oui, je trouve parce qu'on est ... Il y a vraiment l'idée de justement ... Bon l'idée, c'était quand même de travailler sur ... fin, en tout cas sur les villages vacances de ce réseau de tourisme et travail à l'époque, après la Seconde Guerre mondiale, c'était l'idée de travailler à l'émancipation. Ça donne un peu l'impression qu'on va faire un peu du lavage de cerveau ou peut-être des choses comme ça, hein, mais même l'éducation, des fois ça donne un peu l'impression qu'on est ceux d'en haut qui veulent éduquer les masses populaires. Voilà, et qu'on se prend peut-être pour je ne sais qui mais bon, c'est tout ce mouvement quand même de l'éducation populaire aussi. L'idée, c'est quand même de travailler à l'émancipation des gens, à faire en sorte que justement ils grandissent intellectuellement, ils grandissent mentalement, fin... donc l'idée c'était qu'il y ait de la réflexion. Sur les villages vacances de Touristra, pendant des années et des années, il n'y a pas eu la télé, c'était un vrai choix politique parce que l'idée, c'était que les gens participent à ce qu'on propose, que les gens découvrent la région, découvrent les activités qu'on va amener sur les villages vacances, qu'on va amener de l'extérieur du village vacances et qui restent pas dans leur piaule à regarder Plus Belle La Vie quoi. Voilà, c'est ça qui va ouvrir le champ culturel et le champ intellectuel donc oui. Et au fond, au fur et à mesure des différentes époques, il y a plus avoir beaucoup de choses autour du sport par exemple. Nous sur les villages vacances Touristra, il y a eu beaucoup d'apprendre à nager aux enfants gratuitement, à tous les enfants qui passaient sur le village vacances, ils apprenaient à nager gratuitement. Il y a eu aussi et il y a toujours hein, les tournées culturelles de la CCAS hein ? On est partenaire donc on y avait droit, fin en tout cas on payait là au siège et on faisait un partenariat. Et donc on voyait des sacrés spectacles de qualité que les vacanciers n'auraient pas vu ailleurs. En tout cas, ils auraient pas forcément été dans un théâtre pour voir telle ou telle pièce qui parfois peuvent être ardue ou un peu justement... euh un peu intello ou un peu ... bon voilà, même carrément aller au théâtre parce que les gens ne vont pas forcément au théâtre. Donc c'est un lieu où ils vont découvrir ça et il y a tout cet aspect justement aussi de faire venir des prestataires, comme on disait un peu en échange de prestations où ils viennent sur les villages vacances, ils sont logés, nourris et puis ils viennent proposer un atelier d'une heure, de deux heures. Et là, il y a eu aussi beaucoup tout ce côté du développement personnel, donc de venir faire du yoga, du Qi Gong, voilà de la sophrologie, de la peinture, de l'origami fin bon voilà. Tout un tas de choses que les gens ils auraient pas forcément essayé, parce qu'on est tous pris par le boulot, « on se dit que le yoga c'est pas pour moi » et puis là, c'est le

matin, il n'y a rien d'autre à faire donc pourquoi pas et puis la voisine elle a dit « Moi j'y vais ! Donc bah j'y vais ». Et puis hop, on découvre quelque chose qui nous ait proposé un peu sur un plateau donc c'est sûr que pour moi, c'est quand même un vecteur d'éducation et d'accès à de la culture. Euh les enfants, tout ce qu'on fait avec les enfants, les soirées contes, euh les intervenants qu'on peut faire venir autour de la musique, oui autour de tout un tas de choses : musique, théâtre, sport... Enfin, je trouve que c'est quand même riche en expériences que l'on ne vivrait pas chez soi car soit on est pris par le boulot, la maison, la famille, voilà ça nous prend déjà beaucoup de temps et que se dégager du temps... Donc c'est sûr que le temps des vacances, c'est un temps qui permet ça. Mais c'est sûr qu'un village vacances où on propose juste « Mettez-vous sur le transat au bord de la piscine avec votre cocktail ». Bon, on ne va pas faire grand-chose hein.

LS : Il n'y a pas trop d'intérêt.

NAG : Oui ! Donc voilà, d'où l'idée de continuer à être dans cette démarche de vouloir de proposer des activités qui vont être de l'ordre de l'éducation, de la culture, de la découverte et de la rencontre de l'autre dans le fond, dans la rencontre de soi-même et dans la rencontre de l'autre. Donc oui, oui, je pense que... C'est vraiment un lieu où il se passe ça. Franchement, oui, oui ça quand même...on peut le dire !

LS : Alors, dernière petite thématique, est-ce que vous pensez que les villages vacances agissent vraiment en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ? Donc quand je parle de publics vulnérables, je pense aux personnes qui peuvent être isolées : personnes âgées, personnes à faible revenu, en situation de handicap... On en a pas encore parlé de le handicap, voilà. Qu'est-ce que vous en pensez ?

NAG : Oui, je crois qu'on est des lieux ou enfin s'il en reste encore, je crois que justement, on en fait partie, j'ai envie de dire hein. Parce que oui, c'est dans notre ADN d'être dans cet aspect d'accueillir tous les publics, de faire ce brassage, de pas cloisonner... même si c'est pas facile, c'est sûr. Le public handicapé par exemple, on en recevait des groupes, hein, sur les villages vacances à mon époque, on en recevait. C'est sûr que parfois vous aviez des gens qui venaient vous voir dans le bureau pour vous dire : « Dis donc là, on n'a pas envie de manger avec les enfants handicapés à côté-là », voilà hein. C'est sûr, on est en vacances, on a pas trop envie de voir des choses qui sont pas faciles à voir, hein, ça peut aussi se comprendre plus ou moins. Mais en tout cas, c'est pas ça qui nous fait l'arrêter ou se dire : « on ne va plus en prendre », on continue à en prendre et on essaie de trouver des moyens que quand même ça se passe bien, que quand même tout le monde passe de bonnes vacances et qu'on arrive à mieux s'accueillir. Mais oui, je trouve qu'on est des lieux où oui, on reçoit encore des gens en difficulté même si c'est sûr hein, que c'est plus difficile de partir en vacances, hein ? Ça coûte de plus en plus cher, euh les aides ... voilà, il y a la Bourse Solidarité Vacances, il y a les bons CAF, il y a les chèques vacances, d'accord. Mais faut aussi qu'il y ait du soutien et de l'accompagnement parce que sinon la dame avec les chèques vacances, elle va au MacDo avec ses gosses hein ? Si c'est familles-là, elles ne sont pas un peu suivies par voilà des assistances sociales, des choses comme ça ... qui vont leur dire : « Vous allez partir en vacances cette année, on va faire fonctionner la Bourse Solidarité Vacances avec le secours pop ». Voilà. Moi j'avais des familles qui venaient à Chamonix pour 50 balles la pension complète quoi. Bon bah voilà c'est parce que c'était Secours Populaire et Bourse Solidarité Vacances. Donc mais parce qu'il avait de l'accompagnement, on en est toujours de là, sinon voilà, les gens ils restent chez eux, ils osent pas et ils se disent pas « On va partir en vacances ». Donc c'est sûr que plus on est isolés les uns les autres, que ce soit dans notre quotidien donc voilà, les gens dans des situations difficiles, dans leur cité pour ceux qui sont très pauvres et qui vivent dans des cités et que c'est pas facile où la vie n'est pas facile. C'est sûr que s'il n'y a pas de suivi et d'accompagnement pour aider, pousser, dire : « Mais oui avec les enfants, vous allez partir en vacances, on va vous accompagner, on va vous aider, ça va être facile, ça va être simple. Euh voilà vous allez être à un endroit où on va vous accueillir et ça va être facile et ça va être simple. » Bon bah la dame elle ne fait pas la démarche ou le monsieur il ne fait pas la démarche. Donc c'est sûr que tous ces aspects à côté, ils marchent aussi avec nous dans le fond, hein et donc c'est dans le fond, c'est toute cette politique sociale qui est autour, qui marche avec dans le fond avec la politique touristique ou en tout cas le politique d'aide au départ en vacances et à l'accès aux loisirs. Et si la politique sociale d'accompagnement, elle s'appauvrit, bah ça a de

l'incidence sur tout, ça a aussi de l'incidence sur : « Est-ce que je pars en vacances ou pas ? », « Est-ce que je vais au théâtre ou pas ? », « Est-ce que je vais à la bibliothèque avec mes enfants ou pas ? ». Ça oui hein. Ça, ça joue.

LS : Mais est-ce que vous pensez que les villages vacances, ils mettent vraiment en place des actions spécifiquement pour ces publics-là ? Ou ce n'est pas à eux de s'occuper de ça, c'est aux structures qui les envoient par exemple ? D'accompagner. Ce n'est peut-être pas aux villages vacances de faire ça ? Fin je ne sais pas s'ils ont vraiment un rôle à jouer là-dedans ?

NAG : Alors euh, les villages vacances eux-mêmes ? Moi, je dirais que nous, les villages vacances, nous quand on est sur le site, notre rôle c'est vraiment d'accompagner, d'accueillir et d'accompagner et donc d'être vraiment dans cette écoute, dans cette approche, dans voilà ... pour que la personne sur le site, elle profite pleinement, elle découvre pleinement, elle ose et ses enfants osent et on fait, voilà. Mais je dirais que cette idée de promouvoir l'accès, etc. Bon après, ça vient au-dessus de ceux qui nous fédèrent, qui nous dirigent. Bon nous, c'était notre siège hein : Touristra Vacances ou avant tourisme et travail. Et eux, bon bah dans les personnes au siège, il y en avait qui étaient quand même en relation avec le Ministère du Tourisme, qui était responsable du partenariat avec le Secours Pop, euh voilà et qui sur ce, voilà dans les postes au siège, dans les postes de là-haut, ceux qui nous structurent et qui nous fédèrent. Il faut qu'il y ait toujours quelqu'un qui soit en lien avec ces structures de la société, qui accompagne, qui aide, qui fait qu'ensemble on fait le boulot quoi, hein. Parce que c'est vrai que nous, c'est pas notre boulot, nous notre boulot c'est de bien faire notre partie du boulot là quand les gens ils arrivent en vacances. Mais le reste, alors après quand même peut-être sur place...

NAG : Ah, ça me fait penser à un exemple ! Sur place, on peut être des acteurs. J'ai été à l'avenir du tourisme social et solidaire en Pays de Loire, il y a deux mois, voilà, il faisait tout un truc à l'hôtel de région à Nantes, hein. Et entre autres dans les gens qui témoignaient, il y avait le CSE Michelin qui avait décidé de remettre en route à l'île d'Yeu sa colonie de vacances qui est tombée en désuétude depuis des années, donc de faire des gros travaux, de remettre tout ça aux normes mais ils ont eu l'intelligence d'aller voir la mairie, elle était la mairesse d'ailleurs, et dire « Voilà, on veut relancer le projet de colonies de vacances mais on est sur votre territoire. Comment ensemble on monte un projet ? » et la mairesse elle a dit : « Nous, les habitants, on s'est sentis respectés ». Et ce qu'ils ont monté ensemble, je trouve ça formidable, c'est là où on peut être des acteurs aujourd'hui, ils ont monté ensemble que ça va servir de centre de loisirs le mercredi pour les gamins, la colo voilà et de lieu papi mamie pour venir faire le scrabble, les activités de ceci et de cela, de venir manger un midi, etc. Ils ont vu avec la mairesse c'était quoi les attentes, c'était quoi leurs besoins sur son territoire à elle, pour faire avancer les problématiques sociales quoi, hein. Des papi et mamie qui sont tous seuls, euh des enfants qu'ont pas de centre de loisirs, voilà. Bah je trouve ça formidable, hein ! C'est un bel exemple. Et donc je trouve que peut-être aujourd'hui, c'est peut-être ça le rôle ... Autant on s'est ouverts à plein de trucs culturels, éducation, etc. Mais autant, il y a peut-être un enjeu là à aller voir quand on est directeur de village vacances, aller voir notre municipalité, à aller voir pour davantage tisser du lien et davantage être un lieu polyvalent dans le fond et ne pas avoir peur de s'ouvrir, de se dire « Bah oui, pourquoi pas faire centre de loisirs le mercredi en hors saison, quand on est fermés », je ne sais pas moi hein, il faut se réinventer aujourd'hui. Et puis quand on a des problèmes à plein d'endroits, eux ils manquent de lieux, nous on est fermés c'est peut-être un peu compliqué. Économiquement, peut-être qu'on peut trouver une petite solution, fin voilà et de faire plus de la transversalité, donc peut-être que voilà, mais ça donne du temps tout ça... Et souvent on est pris dans nos problèmes de gestion de patrimoine, de gestion des salaires, des salariés... voilà. Mais bon oui, je pense qu'il y a peut-être matière à faire là quand je pense à cet exemple de la colo Michelin-là qui va rouvrir, euh je trouve ça super et je me dis oui, c'est une belle façon de se réinventer et de remettre en route ces villages vacances avec une optique encore plus locale et de brassage de tout le monde en local. Parce que peut-être qu'à une époque où c'était idée de se brasser, peut-être un peu tous on vient de partout, mais peut-être que dans le fond, rien que maintenant, si chacun sur notre territoire on pouvait déjà plus brasser tous ensemble. Parce qu'effectivement les papi et mamie ils rencontrent personne, les enfants ils sont avec les enfants, les noirs avec les noirs, les jaunes avec les jaunes, les blancs avec les blancs. Bon voilà, peut-être qu'en local, ça peut être un lieu un peu comme ils font aujourd'hui, même Mahaut-Lise elle parle beaucoup de ça en ce moment

avec les tiers-lieux là parce qu'on parlait des tiers-lieux. Peut-être que justement on pourrait être encore plus des acteurs dans ce sens-là, sur le local. Voilà.

LS : En tout cas, c'est très intéressant et je pense qu'on a fait le tour.

NAG : Oui je pense aussi.

LS : Merci d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

Entretien semi-directif n°4 – Kéravel Vacances

[Mise en contexte]

LS : Je vais vous laisser vous présenter rapidement.

FI : D'accord. Donc je suis [nom et prénom de la personne], donc je suis directeur adjoint au village [nom et lieu du village vacances du groupe Kéravel Vacances]. Qui est un village vacances qui est issu un peu du comité d'entreprise du CEA, du centre d'énergie atomique, donc directeur adjoint pour quelques mois encore, puisque j'ai été recruté pour remplacer le directeur qui part à la retraite très prochainement. Donc ce jour-là, je recruterai moi-même une personne au poste de directeur adjoint. Euh j'ai commencé à diriger, j'avais 23 ans donc ça fait 30 ans. Donc j'ai été directeur sur plusieurs structures et ça commence à prendre de l'ampleur à partir de 99 où j'avais la direction d'un gros camping dans le Var. Voilà, pendant 6 ans, 7 ans. Après, je suis parti directeur d'un village vacances camping pour le CNRS sur Oléron. Je suis resté aussi 7 ans. Euh ensuite, je suis parti dans le Lot où j'ai fait 5 ans pour une association qui est basée à Foix. Donc pareil village vacances dans un domaine avec une partie camping et restaurant. Et puis je rêvais de m'installer en Bretagne depuis longtemps donc quand j'ai vu l'offre d'emploi à Keravel, j'ai postulé, puis j'ai eu la chance d'être recruté. Voilà. Et donc j'ai moyen un master 2 que j'ai fait à Suite and Co. Et auparavant, voilà je l'ai fait un peu sur le tas. Avant, j'avais fait une formation de direction de village vacances et puis un niveau licence en histoire, voilà. Puis, une fac de sport. Enfin voilà, quand j'étais jeune, j'ai beaucoup changé de choses.

LS : Donc pas mal de casquettes finalement.

FI : À force, oui. Maintenant, j'ai un bonnet.

LS : Ok, est-ce que vous pouvez présenter un peu le village vacances aussi ?

FI : Oui, donc c'est un village vacances qui a été construit en 76 donc par la CASS. La CASS qui est un peu le comité d'entreprise du CEA, hein ? Et CEA, c'est le centre à l'énergie atomique et aux énergies renouvelables. Dans une optique à l'époque qui était de faire partir les salariés du CEA dans des conditions optimales, en bord de mer avec des choses qui étaient assez novatrices pour l'époque. Ce village n'a cessé de se développer. Donc c'est passé d'un village qui était très saisonnier au départ à quelque chose qui est ouvert maintenant 11 mois de l'année. Avec par contre une clientèle qui a beaucoup évolué puisqu'on accueille toujours les gens du CEA, mais on accueille aussi beaucoup de séminaires, de congrès, de groupes, des choses comme ça. Et il y a actuellement 30 permanents à l'année avec une dizaine de contrats aussi longue durée de 10 mois. Et puis on monte à 70-75 salariés sur le fonctionnement à partir de ... fin pour juillet-août puisqu'il y a une grosse arrivée d'animateurs et d'animatrices pour ce moment-là. C'est un village vacances qui s'étend sur 10 hectares, avec une partie de gîtes en dur, une partie camping où il y a des chalets en bois, des mobil-home et il reste actuellement 80 emplacements nus pour la partie camping. Euh nous avons ben tout ce qu'un village vacances moderne a : des terrains de tennis, multisport, une piscine chauffée et couverte, une pataugeoire, des toboggans, une balnéo thérapie avec une autre piscine chauffée couverte et puis, sauna, hammam, jacuzzi, salle de soins. Euh nous avons 11 salles de séminaires pour accueillir les groupes avec une plénière qui est assez grande où on peut accueillir 500 personnes. Et puis, d'autres salles pour faire des subdivisions, une deuxième salle qui fait à peu près 200 personnes et le reste un peu plus petit. On a une grosse culture de l'animation sur place puisque même par exemple l'équipe d'animation, on a deux animateurs, un responsable animateur, qui sont embauchés à l'année. Donc on sait aussi offrir une qualité de spectacle et d'organisation d'animations assez importantes pour l'ensemble des gens qui viennent nous voir. Une belle image aussi au niveau de la restauration parce qu'on a une équipe de restauration qui est pareil, engagée à l'année. 5 personnes quand même en cuisine. Donc on sait faire tout type de repas et ça va être des repas... on va dire du plus simple au repas de gala. Donc ce qui fait aussi notre marque de fabrique dans la région, cette capacité d'accueil, de couchages, d'organisation, de repas et de festivité. Et nous avons aussi la particularité d'avoir une licence tourisme qui nous permet de monter des produits comme une agence. Donc on travaille aussi main dans la main avec des autocaristes, avec des agences pour leur offrir des produits clé en main et pouvoir ainsi accueillir plus facilement sur le marché concurrentiel des gens. Voilà.

LS : Ok. Donc il y a quand même une grosse capacité d'accueil.

FI : Oui.

LS : Je ne m'attendais pas à tout ça. Ouais, séminaires tout ça, ce n'est pas commun pour un village vacances ?

FI : Non mais ça fait ...

LS : Ça diversifie l'activité ?

FI : Tout à fait. Ce n'est pas commun et puis, on n'est pas beaucoup à avoir la capacité d'accueillir 350-400 personnes... Voilà.

LS : Et du coup, votre clientèle annuelle, comment elle est constituée ?

FI : Alors, c'est un mixte hein.

LS : C'est quoi votre clientèle principale ?

FI : Alors on va dire en matière de tranches d'âge, on est plutôt sur des personnes retraitées pour tout ce qui est groupe avec les autocaristes. Au niveau séminaire, on a beaucoup de relations avec des syndicats, des banques, des grandes surfaces, on avait carrefour, on a eu Lidl, on a Voilà pour les entreprises. Et après sur tout ce qui est vacances scolaires, priorité aux familles. Donc avril, été, octobre et puis Noël fin jour de l'an, Noël on est fermés. Mais on fait les réveillons aussi de fin d'année. Donc là c'est les familles, euh tout le monde peut venir chez nous avec ... on priorise les personnes qui viennent du CEA. Voilà. Et en camping, c'est un camping avec un public comme dans les campings. Alors là pour le coup on accueille tout le monde.

LS : Ouais, tous public !

FI : Oui.

LS : Et après, au niveau de ..., c'est quoi votre pourcentage de clients à bénéficier d'une aide pour partir en vacances genre par exemple de leur CE ou d'organismes sociaux type CAF. Je ne sais pas si vous avez des données chiffrées.

FI : Alors, c'est-à-dire qu'aujourd'hui, je crois qu'on est à peu près à 15% de clients qui viennent du CE de la CASS, qui eux bénéficient tous d'un système d'aide au départ en vacances, avec un quotient familial. Et après, on a très très peu non de gens qui viennent chez nous... Par rapport aux autres aides, vous pensez à quoi ? Les aides sociales, les VACAF, les choses comme ça ?

LS : Oui.

FI : Non, on en a peu.

LS : Ok. Et au niveau du taux de fidélisation, est ce que vous avez une petite idée ?

FI : Alors, en client, on va dire ... on a peut-être euh 10-15% de gens qui viennent depuis des années. Après, on a une fidélisation avec nos partenaires, c'est-à-dire que tous les ans, on a les autocars Perrier qui viennent. Alors c'est pas les mêmes clients qui sont dedans mais eux, c'est nos clients. Voilà, donc ça on a, je dirai qu'on a près de 70% de nos clients groupe séminaire qui sont des partenariats de longue date.

LS : Ok d'accord. Du coup, après je vais aborder mes petites hypothèses, que je vérifie sur le terrain. Euh c'est une question un peu bête mais votre village vacances, est-ce qu'il favorise la mixité et le lien social ? J'imagine que oui, mais du coup, selon quelles modalités ? C'est quoi vraiment les actions menées en faveur ?

FI : Euh les actions, c'est qu'on est une politique où on accueille tout type d'organisme. Par exemple cette année, là on accueille une association qui met en place un programme pour être partenaire des Jeux olympiques avec des jeunes handicapés moteurs. Voilà dans le recrutement, on prend aussi pas mal de gens par cooptation de famille ou d'anciens clients. Au niveau de la mixité dans les groupes, ça c'est les gens qui nous les envoient mais on voit bien qu'on a tout type de personnes qui viennent de niveaux sociaux différents. Un autocariste, il peut y avoir des gens, des cadres retraités comme des ouvriers retraités, hein. Donc il y a une mixité par rapport à ça.

Euh on a la mixité dans notre personnel : homme, femme, jeune, plus vieux, des gens d'ethnies différentes, donc ça amène aussi une image assez positive par rapport à ça. Et puis quand on organise, ben voilà, on fait aussi beaucoup de fêtes de famille, de mariage, de baptême et donc là on peut avoir différentes confessions qui viennent chez nous, on peut avoir différentes régions de France, différents... La dernière fois, on avait un colloque où il y avait des représentants de toutes les régions françaises, y compris les DOM-TOM, y compris Saint-Pierre-et-Miquelon, y compris ... Voilà donc ça amène une image de mixité. Après, il n'y a pas d'action volontaire fin on n'affiche pas quelque chose par rapport à ça mais notre clientèle est déjà mixée socialement. On va aussi bien accueillir le Rotary Club que le club de scrabble du coin.

LS : Et est-ce que c'est représentatif en termes de catégories socio-professionnelles ? Est-ce que vous avez vraiment des extrêmes ? Genre aussi bien des dirigeants d'entreprise que des personnes à très faible revenu. Et comment vous faites un peu pour attirer tous ces différents publics ?

FI : Alors, on va l'avoir la différence sur ... Au niveau des vacances, on va dire qu'on a plutôt des gens qui sont middle class voire des classes un peu inférieures puisque ça reste des vacances accessibles vu les aides qu'ils ont pour venir chez nous. Après sur les groupes, je veux dire, on peut avoir aussi des groupes avec ... Par exemple, on accueille beaucoup de voitures anciennes, bon généralement, c'est des CSP+ pour ce type de passion. On accueille euh il y a une fois ou deux par an, on accueille des clubs de Harley, bah c'est plutôt des CSP+. Contrairement à l'image qu'on croit, il n'y a pas tant de bandits que ça dans ce milieu-là. En tout cas, pas trop en France. Après au niveau de ... je veux dire, on n'a pas vraiment d'action, c'est ça se fait naturellement puisque d'un côté, nos circuits d'information au niveau des vacances sont très ciblés à CASS et très ciblées... On travaille dans le tourisme social et familial, donc on est resté dans cette catégorie-là. Donc on a une politique de prix qui est en dessous du secteur marchand, on est moins cher qu'un camping à côté, on est moins cher que voilà ... Donc par rapport à ça, ça cible quand même toutes catégories. Voilà.

LS : Et c'est peut-être aussi l'identité du village vacances qui est axée sur la convivialité qui font que les personnes viennent dans ce type d'hébergement et pas dans un autre.

FI : Tout à fait.

LS : Ouais.

FI : Et puis ici, on leur permet d'avoir accès à des choses qu'ils n'auraient pas peut-être sur d'autres campings par exemple, sur d'autres villages vacances. Donc euh il y a beaucoup d'animation, il y a des clubs enfants qui sont très très fournis, ils ont accès gratuitement à la salle de sport, ils ont accès gratuitement au bain de la balnéo. Et donc les gens qui connaissent, finalement il y a beaucoup de bouche à oreille pour dire que c'est le camping avec le meilleur rapport qualité-prix de la région. Et on reste à vocation familiale mais on n'est pas les campings fun. C'est à dire que chez nous, à partir de 22h00 le soir, 23h00, les animations diminuent en bruit, c'est pas la fête toute la nuit, c'est pas... Par exemple si on a des groupes de jeunes qui arrivent ici, généralement au bout de 3 jours, on leur dit : « Vous vous êtes trompé d'endroit, c'est pas chez nous qu'il faut venir parce que ici c'est très familial ». On a beaucoup les grands parents qui amènent les petits enfants parce qu'ils ont emmené leurs enfants à une époque, maintenant ils amènent les petits enfants, c'est plus notre public aujourd'hui. Donc l'image qui est véhiculée, c'est celle-ci donc actuellement nos clients, on va dire se coopte les uns les autres hein. On a beaucoup de gens en camping qui ne sont pas du tout issus du CEA de base, qui ont découvert par hasard et puis un jour, qu'ont emmené des amis puis ceci puis cela. Ça s'est fait de fil en aiguille. Et donc là, on a de tout, on a des ouvriers comme des commerçants, ils sont tous en chambre, ils font faire la pétanque et prendre l'apéro ensemble et voilà quoi.

LS : Ouais c'est cool comme ambiance ! Ça donne envie !

FI : Bah oui !

LS : Ça donne envie ! Bah oui ! Et vous parliez tout à l'heure du public en situation de handicap... Est-ce qu'il y a vraiment une action de votre part pour inclure notamment ces personnes, fin ces publics vulnérables avec les autres touristes ?

FI : Alors c'est-à-dire qu'on a une action qui est ciblée, hein, par rapport à ça. Donc j'ai plus le nom en tête... Et donc là, on a été démarchés par rapport à ça, dans un premier temps pour être hébergeur. Et puis, quand on a compris qui ils étaient, on s'est vus pour savoir comment on pouvait mener de front. Donc on est en train de travailler sur le fait que ces personnes en situation de handicap, ces jeunes, participeront aux animations, mettront en place des animations chez nous, au sein des clubs enfants, au sein des animations adultes. Voilà c'est une action qui est menée cette année. Je ne sais pas, parce que je n'ai pas beaucoup d'ancienneté ici, moi je suis arrivé en décembre dernier. Donc je ne sais pas ce qui se fait avant mais on a aussi déjà, oui même au niveau du personnel. On a beaucoup de gens qui sont en situation compliquée, beaucoup de mi-temps thérapeutiques, beaucoup de choses comme ça qu'on intègre dans le personnel, qui sont eux intégrés au milieu du public. Donc il y a une action, on va dire seine et après je ne sais pas, il n'y a pas de commission spécifique qui travaille sur le handicap, il n'y a pas de ... pas à ma connaissance en tout cas.

LS : Et au niveau global, plus le soutien des publics vulnérables euh pas que les personnes en situation d'handicap ? C'est pareil, il n'y a pas forcément d'action menée, ça se fait naturellement ?

FI : Oui, il n'y a pas d'action menée. Si elle est menée, elle est menée au niveau de la CASS qui nous envoie. Donc la CASS fait ça de son côté mais nous on reçoit les gens, on n'est même pas au courant de leur dossier si vous voulez, on les prend comme ça. Ce n'est pas nous qui menons la démarche, c'est notre partenaire principal qui le fait.

LS : Ok. D'accord. Alors, ensuite, est-ce vous considérez votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ? Selon quelles modalités ? Quelles sont les actions menées (mise en place d'ateliers créatifs, de transmission, des immersions) ?

FI : Alors aujourd'hui, je dirai que ce n'est pas là où on n'est les meilleurs. Par contre, on s'appuie sur des associations qui viennent ici. Voilà donc quand on fait des championnats de scrabble pendant une semaine, bon on va dire que c'est plutôt culturel. On accueille beaucoup de groupes de musique locaux : du chant de marin, du breton avec des explications en breton. On va faire des diaporamas, des choses comme ça, pour apprendre aux personnes ce qu'est le lieu, la Bretagne, voilà on a des conteurs qui viennent. On fait des randonnées commentées donc sur mer, sur terre, donc on a nos animateurs qui connaissent très bien la région, qui amènent aux personnes. On va faire de l'ostréculture, on va faire une dégustation avec toujours une explication : l'huître en Bretagne, c'est quoi, comment ? Voilà, on a une programmation qu'est plutôt multiculturelle fin multicanale et qui amène un peu de culture. Voilà, on n'est pas en train de... Les jeunes ne passent pas leur journée devant la télé ici, ils ont autre chose à faire. Et puis après, on n'est pas non plus dans la recherche d'une espèce d'élitisme mais on n'a par des moments des groupes de sophrologie. L'autre jour, on a accueilli les apiculteurs de la région qui sont venus exposer, expliquer ce qu'est l'apiculture. Voilà, donc euh bon on fait des choses un peu de ce style-là. Après, on fait toujours des lotos, voilà parce que les gens aiment le loto, on fait des karaokés parce que les gens aiment chanter et on sélectionne pas toujours les chansons, des fois c'est un peu pénible. Cette année, on s'est lancé, on s'est inscrit au championnat de poker amateur donc on fait une ligue de poker tous les lundis soir et on apprend aux gens qui veulent à jouer au poker et on joue avec les gens qui savent jouer. Dans un beau contexte, on a des vraies tables, des jetons, un vrai classement euh voilà ce qu'est intéressant. Et après, au niveau des spectacles ici, on en monte beaucoup nous-mêmes donc on travaille avec des artistes qui sont résidents chez nous. On monte des cabarets euh avec des vraies danseuses, avec des vrais chanteurs, des vraies chanteuses, avec un vrai magicien, avec ... voilà. Donc avec ça, on amène de la qualité aussi au niveau des spectacles pour un village vacances.

LS : Et ça donne aux gens de revenir, si chaque année c'est diversifié ce que vous proposez. C'est ça l'intérêt aussi.

FI : Bien sûr. On fait venir ... Par exemple, on a des cours de plongée dans la piscine, on a aussi des cours de natation, on a des cours de nage en sirène, on a ... voilà. A la balnéo, on a des intervenants, donc on a nos propres salariés qui font des massages, des modelages mais des fois, on a des intervenants aussi qui viennent sur des ateliers spécifiques qui sont assez intéressants.

LS : Ok. Alors, dernière petite thématique. Votre village vacances, agit-il en faveur d'une transition économique et sociale de leur territoire ?

FI : Oui.

LS : Je m'explique. Est-ce qu'il contribue à l'économie locale, à la création de richesses pour les territoires ou au développement des relations de proximité ?

FI : Oui, on le fait. D'abord, plus de 80% des permanents sont des locaux, alors ou le sont devenus. Puisqu'il y a des gens, ils sont arrivés pour faire une saison il y a 25 ans et ils sont restés. Donc on peut estimer qu'au niveau [ville où se situe le village vacances] et Ploërmel à côté, on est une mission sociale parce qu'on a beaucoup d'employés qui viennent de chez nous. On travaille en circuit court le plus possible, donc le boulanger par exemple, c'est le boulanger [ville où se situe le village vacances] qui nous livre. On ne prend pas du pain industriel qui vient de je ne sais où. Tous les fruits de mer, parce qu'on est spécialisé en fruits de mer et en buffet géant, bah ils viennent de la région. Euh voilà, le loueur de vélo, il est à 100 mètres. Il y a un vrai partenariat sur le local, ça c'est sûr et certain. Mais oui on a une action sociale, je crois savoir qu'on est le plus gros employeur de la commune par exemple.

LS : Ah oui quand même !

FI : Ça c'est pas mal.

LS : Et est-ce que vous pensez vous jouer un peu un rôle d'intermédiaire ou de médiateur dans la relation touriste-habitant ?

FI : Bah dans le fait qu'on fait ... que le village vacances est ouvert sur l'extérieur quand on reçoit des groupes locaux, quand on reçoit l'ostréiculteur, quand on reçoit les maîtres nageuses du coin, bah quand il y a des acteurs du coin qui viennent dans le village vacances. Après, tout ce qui est balade, bah on les amène au cœur des villages donc à la rencontre, on a toute la liste des marchés donc on les envoie sur le marché. Et on fait venir des foodtruck une fois par semaine qui sont des gens du local. Tout ce qu'est croisière dans le Morbihan, tout ça, bah on prend des petits acteurs locaux qui travaillent avec nous depuis des années et qui viennent aussi chez nous. On a des expo, des exposants locaux, un photographe qui la semaine va présenter ses photos. Oui on a pas mal d'interactions avec les habitants et on accueille les habitants, on accueille aussi les clubs du « troisième âge » qui viennent faire un repas le midi, on accueille des assemblées générales d'association, des choses comme ça. Donc il y a une bonne interaction, oui. Voilà, je pense qu'on a une bonne image de partenariat. On n'est pas un groupe étranger qu'est venu faire du village vacances, on n'est pas le Club Med qui fait un truc dans son coin et qui partage pas.

LS : Ok. Bon bah on a fait le tour des questions. Je vous remercie d'avoir pris le temps.

Entretien semi-directif n°5 – Azureva

[Mise en contexte]

LS : Dans un premier temps, je vais vous laisser vous présenter rapidement.

NLD : Alors moi, je suis un pur produit du tourisme social puisque j'ai toujours fait ma carrière là-dedans. C'est un choix, hein ? Parce que sinon c'est vrai qu'ailleurs, ça peut être plus intéressant financièrement, mais c'est pas ma volonté, c'était pas mon choix et j'ai travaillé pour d'autres groupes comme Renouveau qui faisait partie aussi des acteurs du tourisme social et de l'Unat. J'ai travaillé pour un comité d'entreprise aussi et je suis revenue sur le tourisme social associatif, en rejoignant le groupe Azureva voilà. Donc je suis directrice depuis 10 ans.

LS : C'est parfait. Est-ce vous pouvez aussi me faire une petite présentation de votre village vacances ?

NLD : Alors on est un village qui a été ...qui existe depuis 1957, qui a été reconstruit dans les années 90, entre 93 et 97. On a un village qui est réparti sur 6 hectares. Sur ces 6 hectares, il y a toute une partie qui va être plus dédiée, je dirais à l'événementiel et aux espaces verts. Donc où il y a le restaurant, le bar, la salle animation, la cuisine et l'administration. Pour ça, c'est un village, c'est un vrai poumon vert, on a beaucoup d'espaces de verdure. Et l'hébergement est un peu plus excentré, bâti sous la forme de petits villages, c'est à dire qu'il y a des petites allées avec des arbres, des talus, des petites maisons inspirées de maisons bretonnes mais synthétisées un petit peu. On a 146 logements avec une capacité d'accueil de 300 personnes. Dans les 146 logements, ils sont modulables, c'est à dire qu'un logement... Alors une porte, une possibilité, deux portes, deux possibilités. C'est à dire qu'on rentre dans le premier logement, c'est un couple, c'est une chambre avec salle de douche, sanitaire indépendant et chambre pour un couple. Ils ont des enfants, on a des portes intermédiaires qu'on ouvre et on arrive sur une deuxième pièce, où il y a deux petits lits, une salle de bain, des sanitaires indépendants. Et donc on peut comme ça moduler pour passer 2,4, 6 en jonction. Et après, on a d'autres logements qui sont plus des logements de type locatif, ils sont 17 avec des kitchenettes, etc. et qui font tout le poids de mon attention actuellement. Parce que j'ai un projet de développement business sur le village et notamment de développer des logements locatifs ainsi que des logements qu'on appelle supérieurs, qui avaient le potentiel pour devenir des locatifs parce qu'il y a les arrivées d'eau, etc. pour mettre des kitchenettes en espèce d'appart hôtel en fait.

LS : Un peu style gîte ? Pour laisser un peu l'autonomie aux touristes.

NLD : Oui voilà. Alors, on a déjà 17 gîtes qui sont en autonomie parfaite, qu'on loue en locatif. Mais la volonté aujourd'hui, on est 5 CDI sur le village, c'est d'optimiser aussi l'intersaison et d'autant qu'on est juste à proximité du port de Concarneau. Le port de Concarneau était un des premiers ports de pêche français pendant longtemps, qui a perdu un peu de ce statut là, mais qui s'est développé autour plus de tout ce qui va de la construction navale, notamment avec un chantier qui s'appelle, Chantier Piriou, qui a des contrats avec l'armée, avec les bateaux d'assistance genre. Et du coup, ils travaillent au niveau européen et ça nous amène quand même un trafic à faire sur zone, soit d'équipier, soit de gens qui viennent en formation, soit de rotation d'équipage et on est en déficience d'hébergement pour les salariés. Donc voilà, c'est quelque chose que j'ai envie de mettre en place et sur lequel je suis en train de travailler tout au moins.

LS : Ouais ok, ça serait une nouvelle clientèle du coup.

NLD : Oui. Parce que le tourisme social, ça a très bien fonctionné. Nous sommes un petit peu, surtout si vous faites votre étude dessus, je pense que vous constatez le déclin. Une mort annoncée. Moi je nous donne 5 ans.

LS : C'est pour ça qu'il faut se réinventer. Et c'est peut-être avec ce projet-là, qu'on va diversifier un peu l'offre.

NLD : Ouais, pour pouvoir continuer à faire notre action entre guillemets plus tourisme social sur le reste de l'année, parce qu'on peut du coup du fait d'une affaire supplémentaire qui arrive et qui nous génère du cash. On va juste être honnête. Ça nous permet aussi derrière de pouvoir rapporter

du confort dans nos logements, de continuer à avoir cette vocation-là. D'autant que voilà, il y a des changements de statut qui s'annoncent. Voilà, ça va être un petit peu compliqué les années à venir pour le tourisme social, hein ?

LS : Ouais, comme le contexte change un peu, il faut s'adapter.

NLD : Le paradigme est différent. [Rires]

LS : Ok et au niveau de la structure de votre clientèle annuelle, comment ça se passe ?

NLD : Comment ça ?

LS : Sur toute l'année si c'est plus des individuels, des groupes, s'il y a des colos, tout ça.

NLD : Ça, c'est le deuxième axe de mon développement. [Rires] Donc en fait, on travaille essentiellement avec de la clientèle d'anciens postiers puisque notre origine, c'est la Poste France Télécom. On est les anciens camps de la poste et donc aujourd'hui on est Azureva depuis 2001, donc ça veut dire qu'on est passé sous un statut où on est fiscalisé. Donc du fait qu'on soit fiscalisé, on a le droit de recevoir des personnes hors poste. C'est un peu comme les CCAS et tout ça.

LS : Oui.

NLD : Et du coup, nous on est encore à peu près 45% de gens issus de la poste et de France Télécom et autrement ? Bah des associations locales. Alors, on a beaucoup d'individuels, c'est quand même une grande partie de notre clientèle qui nous connaissent par rapport à notre historique mais aussi qui viennent surtout sur une région. Ils viennent d'abord chercher une région avant de se... Et puis on a quand même pas mal de clients Azureva aussi qui sont là. Du fait qu'on fait partie de l'Unat, donc ça veut dire aussi que l'Unat, qui est un grand l'acteur qui réunit tous les acteurs du tourisme associatif et social, donc communique aussi sur nos existences. Et comme on travaille beaucoup avec des groupes de randonneurs, de cyclo, ils sont souvent déjà affiliés à l'Unat. Donc ça c'est quelque chose qui est aidant pour nous. Azureva communique maintenant sur les médias. vous avez peut-être vu des campagnes de pub : on est sur la radio, on est à la télé, donc on commence à sortir un petit peu du bois comme dirait l'autre. Notre clientèle, elle vient par le bouche à oreille, par la prospection aussi de nos commerciaux puisqu'on a une forme de ... On a quand même pas mal de commerciaux, qui se partagent le territoire national donc qui font tous les salons qui comptent : salon des seniors, salon du randonneur, salon du cyclo. Selon tous les salons, il y a du mouvement en fait. A nous-mêmes en local, on va chercher un peu d'affaires, les associations locales, on essaie de les recevoir au maximum, de leur consentir d'ailleurs des avantages. Bon ils viennent faire une AG, c'est la petite association du coin, on leur fait pas payer la salle ou on leur fait un repas adapté à leur budget. Enfin, on essaie vraiment de travailler sur le territoire parce que pour moi le territoire aujourd'hui, c'est celui qui peut nous sauver. En plus, les démarches RSE sont là, hein ? C'est une demande qui a été mise en place et on les applique et aujourd'hui je pense qu'en se resserrant non pas sur soi-même mais en se resserrant sur un territoire, je pense qu'on peut arriver à développer un volume d'affaires et de clientèle qui n'est pas négligeable.

LS : Ok. Vous avez un peu anticipé mes questions suivantes et on y reviendra du coup sur le territoire. Moi, je voulais savoir aussi quel était un peu le pourcentage de clients à bénéficier d'une aide, par exemple soit de la CAF, fin organismes sociaux ou alors qui viennent grâce à leur CSE.

NLD : Alors là je pourrais pas vous donner les chiffres comme ça parce que c'est au niveau national, nous on fait pas partie des villages où on a le plus de personne venant par le biais de la CAF. Mais on en a qui viennent par le CGOS qui sont aussi les aides pour les infirmiers, le médical, tout ça. Mais ça, faudra que je fasse une petite recherche parce qu'honnêtement, je me suis pas vraiment penchée plus que ça sur le volume que ça représente, mais je peux vous trouver les chiffres par contre.

LS : Ok bon c'est juste environ pour avoir un petit ordre d'idées.

NLD : Je dirais que 50% sont des personnes aidées.

LS : Ouais donc une bonne partie quand même.

NLD : Voilà soit des personnes qui ont des petites retraites, des gens qui viennent par le biais des mairies. On travaille beaucoup aussi avec des associations qui sont liées au handicap parce que nous, on est sur un village qui est plein pied, pas de difficultés majeures, même si c'est pas la majorité de notre public parce que c'est quand même assez confidentiel, mais on fait partie de ces gens qui ont le potentiel pour.

LS : Et au niveau des taux de fidélisation de votre clientèle, vous avez des chiffres ?

NLD : Oui, on a une cliente qui est assez fidélisée. Je dirais que... Je pense qu'on a ... Alors, elle diminue forcément, puisque nos petits acteurs de la poste diminuent eux aussi. Je pense en fidélisation, on est sur un bon 35% de gens qui nous suivent depuis longtemps

LS : Ouais, qui reviennent tous les ans ou régulièrement.

NLD : Tous les ans. Moi, j'ai plusieurs vies dans Azureva puisque moi ma première mission c'était fin... J'ai commencé, j'étais responsable d'animation et guide touristique, donc à l'époque où il y avait tous les cars, les gens qui venaient, etc. J'étais guide en car et donc le recul que j'ai, c'est que moi ma première partie de vie à Azureva, c'était dans les années ... entre 2000 et 2009. Et des gens que j'ai connus à cette époque-là, quand je suis devenue directrice, m'ont suivi. C'est à dire que je suis dans le Sud-Ouest, ils m'ont suivi dans le Sud-Ouest, je suis revenue en Bretagne, ils sont revenus en Bretagne. Ils ont cette fidélité-là. Et à Azureva, c'est vrai qu'on a une clientèle qui est assez fidèle. Bon là, elle est en train de fondre un peu comme neige au soleil, mais il y a 2 ans, je vous aurais dit 50%. Aujourd'hui, je pense que c'est du 35, c'est plus réaliste ouais.

LS : Ok. Alors ensuite, j'ai quatre petites thématiques que je vais aborder au fur et à mesure. Alors premièrement, est-ce que votre village vacances favorise-il la mixité et le lien social ? Si oui, selon quelles modalités ? Quelles sont les actions menées en faveur ?

NLD : Alors là mixité en termes de clientèle ou en termes de staff ?

LS : Ben, j'aurais plutôt tendance à dire clientèle mais c'est vrai que le personnel, c'est pertinent aussi. Donc plus clientèle quand même.

NLD : Alors clientèle, la mixité elle est... Alors je pense qu'elle est pas forcément consciente. Je pense qu'elle va être plus de fait, puisque aujourd'hui nous on fait partie de ces groupes qui accueillons tout public sans distinction de rien. Donc on peut aussi bien avoir, je le disais tout à l'heure, des personnes avec des handicaps que des personnes qui vont venir par la maison de retraite locale, qui sont des personnes qui vont être des personnes entre guillemets, et valides et pas aidées et qui viennent parce qu'ils connaissent le groupe ou ils veulent découvrir. De fait, en plus depuis le COVID, on travaille beaucoup sur ? : avec Booking, Ventes Privées, sur ces opérateurs. Et donc ça aussi ça nous amène une mixité puisque là pour le coup, notre confrontation, elle est plus là. Et le mot confrontation il est pas innocent, c'est qu'aujourd'hui, nous on est un village de tourisme. On est un village où on accueille toute sorte de publics sans distinction et que des gens qui viennent par le biais de Booking, influencés par les télévisions, par les médias, par des choses comme ça. Ils s'imaginent qu'effectivement ils vont arriver, on va leur offrir un endroit 10 étoiles avec la brosse à dents en or dans un coin et que tout le monde il est beau, tout le monde il est gentil. Sauf que nous, au moment où ils viennent, on peut avoir effectivement des clientèles différentes et c'est là que c'est compliqué parce que c'est là qu'on a été vraiment confrontés à cette intolérance des gens vis-à-vis d'autres gens. D'un humain face à un humain. [Rires]

LS : J'imagine. Quand ça vient de différents niveaux sociaux, c'est ça qui est compliqué un peu. Et du coup, est ce que vous faites en sorte de mélanger ces différents publics ? Pour qu'ils se rencontrent.

NLD : Bah oui parce que nous, on est au village vacances. Donc à partir du moment où on a un public, on partage le même bar, le même restaurant, les mêmes animateurs, les mêmes prestations, donc ce qu'on propose aux uns, on le propose à tous. Donc de fait, s'ils veulent s'en exclure, ils participent à rien sur le village. Mais s'ils veulent participer à tout, ben ils se mélangent. Après, c'est eux avec eux-mêmes.

LS : C'est une question de volonté.

NLD : Ouais, on ne force personne, on essaie de faire que les choses se fassent d'elles-mêmes en fait. Et par contre, on explique. Moi, je passe beaucoup de temps à expliquer. Je suis le relais communication du village aussi bien chez les clients que chez les salariés. Non, non, non, mais c'est important qu'on prenne le temps. Alors je sais que moi, ça fait partie des choses qui me prennent beaucoup de temps puisque je suis quelqu'un qui est plutôt dans la communication au détriment des fois du reste, donc je passe un temps fou dans mon bureau après. Mais pour moi, tant que ça passe pas par le verbe ça, ça rentre pas dans les cerveaux donc il faut expliquer et aussi défendre sa position des fois avec les mots choisis, mais... Avec les mots sortis aussi.

LS : Ouais. Et au niveau des catégories socioprofessionnelles, est-ce qu'elles sont toutes représentées ? Si oui, comment vous parvenez vraiment attirer tous les publics ? Parce que c'est vraiment un environnement concurrentiel et je pense par exemple, bah ça peut être compliqué de rassembler à la fois des dirigeants d'entreprises qui ont vraiment les moyens de se payer une prestation de haute qualité et d'un autre côté, des personnes qui ont moins de revenus. Enfin, comment vous parvenez vraiment à tirer un peu tous ces publics ?

NLD : Alors en fait, ça vient de la segmentation de nos villages. Parce que, au-delà d'avoir un village, une entité, on fait partie d'un groupe. Donc dans notre groupe, on est segmenté en étoile alors qui ne sont pas des étoiles hôtelières, on est bien d'accord, hein ? Ce sont les labels qu'on a avec Atout France. Euh on a des villages aujourd'hui qui, comment dire ? Azureva aujourd'hui a pris un nouveau tournant. C'est le site où j'étais qui a été le premier à se mettre dans ce nouveau tournant, où j'étais avant. On a ouvert des hôtels.

LS : Ok.

NLD : Donc aujourd'hui on a trois hôtels by Azureva. Donc ils sont des ... Alors on fonctionne comme des hôtels, hôtels-restaurants. Il n'empêche qu'on a ... Donc on a un système de financement, de prix pardon, qui correspond à des hôtels 3 étoiles par exemple, mais quand même avec le label Atout France. Donc on est quand même sur un prix qui est pas tout à fait le même et on joue sur cette qualité à ces endroits-là. Par exemple, j'ai parlé du village Azureva Hossegor, qui était celui où j'étais précédemment, qui était un village qui a été entièrement refait. Et aujourd'hui, qu'on va louer comme un hôtel avec un restaurant bistronomique, un restaurant plus haut de gamme, un bar événementiel, avec un sauna, un spa. Enfin, tout ce qui fait qu'aujourd'hui un hôtel dans le Sud-Ouest sans tout ça, c'est même pas la peine de l'ouvrir. On a un autre village qui est Ronce-Les-Bains, qui pour moi fait partie ... il est 4 étoiles donc c'est plutôt un village haut de gamme pour des séminaires : des séminaires d'entreprise, des séminaires de dirigeants, etc. Voilà donc on va plutôt ... là c'est aussi le travail de nos commerciaux que de déterminer en fonction de la personne qui vient nous solliciter, de l'emmener au bon endroit pour qu'il ait la prestation qui correspond non pas à son statut mais à ses attentes.

LS : Ouais.

NLD : Et on se serait surpris, c'est pas les gens qui, entre guillemets ont le statut le plus haut, qui sont les gens qui sont les moins tolérants. Parce que souvent, la tolérance, elle vient beaucoup plus d'en bas que d'en haut. Malheureusement, dans les constats que j'ai pu en faire jusqu'à ce jour, c'est ça qui est assez paradoxal d'ailleurs. C'est la middle class qui est compliquée en fait.

LS : Ok.

NLD : Euh autrement ? Sur notre village à nous autrement parce qu'on va là ... Par exemple aujourd'hui, on a des bikers, donc les bikers c'est tous des Harley. Harley, c'est pas des gens qui sont chez Renault, hein ? Si on est bien d'accord. C'est tous des gens qui sont dirigeants d'entreprise, c'est des médecins, c'est des chirurgiens, c'est des gens qui sont dans un milieu social quand même plutôt favorisé et vous voyez, ils viennent chez nous. Pourtant nous on est un village vacances pas encore rénové et qui a ses petits soucis de village qui vit quoi. Et pourtant, ils viennent chez nous. Voilà.

LS : C'est peut-être aussi... Ils viennent pour l'esprit de convivialité aussi. Je pense que c'est peut-être pour ça. Ils ne veulent pas retrouver comme dans le tourisme un peu lucratif où c'est chacun pour soi, on ne se mélange pas. C'est peut-être plus pour l'esprit.

NLD : C'est tout à fait ça parce que moi je me définis comme un village bonne franquette. Enfin dans ma tête, c'est quelque chose, c'est comme ça. Moi, je veux que les gens qui viennent dans nos villages, ils aient l'impression d'être reçus comme chez des amis à la maison en fait. D'avoir ce côté un peu simple, un peu proximité, etc. Même si c'est pas comme je voudrais que ce soit complètement à la maison mais on essaie de tendre vers ça. Et effectivement, c'est des gens qui nous demandent plutôt que d'avoir des petits fours, ils nous demandent du pâté. Parce que voilà, ils veulent retrouver ce côté ouais, compagnonnage quoi. Il y a beaucoup de gens qui ont besoin de ça aujourd'hui, de trouver cette idée de quand on était gamin, qu'on allait faire des pique-niques avec la bande de potes, les parents, les grands-parents, tout le monde se retrouvait. Les gens sont en quête de ça aujourd'hui, les gens sont en quête de sens. Et on a perdu tellement de sens en avançant ces dernières années.

LS : Ouais, j'imagine. Ensuite, vous m'avez dit que vous accueillez des personnes âgées issues de structures médicalisées ou des personnes en situation de handicap. Mais est-ce qu'il y a vraiment un des mesures, des actions mises en place vraiment pour inclure socialement ces personnes ?

NLD : On n'a pas besoin en fait. Les seules actions qu'on peut avoir nous, c'est dans la communication. C'est à dire qu'effectivement, quand je fais ma réunion d'accueil, je présente tous les groupes : d'où ils viennent et qui ils sont. Pour moi, faire une différence, ce serait stigmatiser. Moi, je suis pour l'inclusion de fait. C'est à dire que voilà, c'est comme ça, les gens sont là, on vit avec, je vais pas aller chercher les gens pour leur faire la leçon, leur dire : « attention nous avons ... ». Non en fait les gens, ils arrivent, ils découvrent. Il y a pas de raison qu'on prenne entre guillemets des précautions, la vie, elle est comme ça. Dans la vie de tous les jours, on rencontre des gens différents, donc si on stigmatise pas. A la base, c'est rare que les gens stigmatisent en arrivant. S'ils stigmatisent, moi je vais voir les gens, je leur explique. Et voilà, s'il faut aménager, on aménage mais c'est assez rare quand même. L'inclusion, elle est automatique. Voilà, c'est parce qu'on n'est pas dans des endroits où... Je sais que, par exemple, sur certains villages, ils sont vraiment tournés vers le grand âge et où ils vont avoir des chambres aménagées, ils vont avoir des ergothérapeutes, nous, on n'est pas du tout ça. Nous, on est au village vacances tourisme, social, familial où les gens qui viennent, viennent. On n'est pas équipés, on n'est pas un hôpital, on n'a pas un service d'aide. S'il y a besoin d'infirmière, on les réserve, s'il y a besoin de recevoir des médicalisés, on les reçoit, on les met en place mais après, souvent, ils ont les personnes qui les accompagnent. Nous, on fait tout pour aider, c'est à dire qu'on va relever les tables s'il y a des fauteuils, on met les cales, on relève les tables, on relève les lits, on met les chambres dans la condition de leur réception. Mais en aucun cas, on va se transformer en hôpital, c'est vraiment pas notre volonté en fait. Parce que justement, c'est des gens qui sortent d'un milieu médicalisé, si on les replonge pendant leur vacances encore là-dedans... c'est compliqué et c'est compliqué pour les autres aussi.

NLD : Alors je vais vous raconter une anecdote qui vaut ce qu'elle vaut mais qui m'a aussi permis de m'ouvrir là-dessus et d'avoir un point de vue qui est beaucoup plus tolérant, que je n'ai plus la voir, envers les gens qui ne supportaient pas les gens. Voilà quand je travaillais sur Hossegor justement, pendant une semaine, on m'a fait venir une maison de retraite décentralisée. Il n'y avait que 20 personnes sur une capacité de 100 personnes sur le site et c'était un immeuble monobloc, donc, avec des ascenseurs, etc. Et un jour, j'ai des gens qui viennent me voir complètement outrés, choqués en me disant : « On n'en peut plus, on n'en peut plus de ces gens en fauteuil roulant, on n'en peut plus de ces gens qui viennent au restaurant, qui ont leur compte-goutte qui est là, on n'en peut plus de tout ça, c'est pas possible. Quand c'est comme ça, prévenez-nous, on peut pas assister à ça ». Et donc j'isole les gens, je les mets dans mon bureau et je leur dis : « Mais pourquoi vous me dites ça ? Ça peut arriver à n'importe qui d'entre nous et ce que vous me dites me choque ». Et la personne, elle me dit : « J'ai un cancer, je sors de l'hôpital et je viens ici pour me reposer ». Et forcément, on se met sur un autre plan de vue. Et c'est vrai que c'est jamais noir

ou blanc. Il y a beaucoup de modulations dans tout ça et on peut pas être dans le jugement. Excusez-moi, je suis émue.

LS : Oui je comprends. Ouais mais c'est vrai qu'il faut faire face à pas mal de situations. Mais après c'est ça aussi d'être un village vacances, c'est pouvoir faire venir tout le monde et c'est vrai que ça peut déranger. Mais c'est un peu l'objectif aussi d'un village vacances : si on ne veut pas, si on supporte pas les autres, bah faut aller autre part.

NLD : C'est ça. Mais en même temps des fois, c'est savoir se mettre dans la peau de l'autre, qui quand il est venu, il s'attendait à un moment de quiétude, de remise à plat, de qui il est. Et effectivement, je comprends que ça peut heurter mais en même temps, on a tellement de belles aventures où au bout du compte, les gamins, ils vont pousser le fauteuil, ils vont aider une mamie à à tenir la porte et c'est ça qui est beau. Après, faut vraiment que effectivement je pense que des fois on doit vraiment signaler. Alors sur le site où je suis aujourd'hui, c'est pas nécessaire dans le sens où on est sur six hectares et effectivement, on a de l'habitat dispersé et on peut se décaler sur les horaires pour aller au restaurant. Le restaurant, voilà, il est au bout du village donc les mouvements se font différemment mais sur un habitat fermé, comme celui où j'étais précédemment, là je pense qu'il y a effectivement une information et une communication qui doit être beaucoup plus marquée. Ouais et et c'est vrai que notre.... Moi je dis toujours que dans nos métiers faut qu'on soit agiles et quand je dis agile, c'est pas tant avec son corps, c'est avec son cerveau et si on n'est pas agile dans notre façon de voir, anticiper, réfléchir, analyser, si notre cerveau il n'est pas extrêmement rapide, on peut passer à côté de beaucoup de choses. Parce que des fois, on sait anticiper. Des fois, moi je suis à mon bureau, là moi c'est une tour de contrôle mon bureau, c'est à dire que tout le monde passe un peu devant. Et rien qu'à la démarche des gens, je sais ce qui va se passer. Donc comme il est en communication avec l'accueil, je sais qu'à ce moment-là, il faut que je sorte et que j'y aille. Parce que au pas des gens, à la mine qu'ils ont, on sait ce qui va se passer parce qu'on sait la clientèle qu'on a en même temps et faut toujours être dans l'anticipation. Et à ce moment-là, c'est de leur vendre autre chose, le détournement d'attention, le détournement de regard sont hyper importants et surtout ne pas se cacher derrière son petit doigt, c'est d'être ... Moi, je suis quelqu'un de plutôt frontal. Quand je dis frontal, c'est pas que je vais à l'affrontement, hein, mais frontal, je me cache pas. C'est à dire que dès que je vois qu'il y a quelque chose qui se prépare ou qu'il y a une difficulté qui arrive, j'y vais, je me demande pas si mon responsable de service va gérer, c'est son service après tout, il doit gérer, non j'y vais. Et puis parce qu'il faut penser à ces équipes aussi.

LS : Alors ensuite, est-ce que vous considérez votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ?

NLD : Alors culturel oui, parce qu'on est un village thématique. Et notre thématique, c'est l'expérience celtique : on est en Bretagne, on est dans un endroit très marqué par la culture celtique bretonne, maritime, donc on essaie toujours d'avoir des animations qui sont tournées vers ça. On a toujours fait ça à [nom de la ville où est situé le village vacances] et en plus cette année avec la démarche RSE, c'est aussi une demande de nos sièges et nous, pour moi, tout ce qu'on fait, c'est axé sur la Bretagne. Donc, on va aussi bien faire du matelotage pour apprendre à faire des nœuds marins, parce qu'on en bord de mer et d'expliquer aussi en même temps à quoi servaient ces nœuds et comment on peut les détourner pour les utiliser à la maison par exemple. On va faire de l'aquarelle les pieds dans l'eau sur un rocher à la plage pour être dans le décor et non pas avoir le décor sur une carte postale. On va faire des visites touristiques, on va aller à Pont-Aven, à Concarneau, à Quimper, donc on fait visiter des sites de proximité. Et puis l'augmentation de l'essence et tout ça, on a resserré aussi notre zone de déplacement. Puisque maintenant, c'est un vrai coût hein, de prendre sa voiture et on veut pas imputer ça en plus à nos clients. Et aujourd'hui, je parle de clients, il y a quelques années, ça m'aurait fait du mal, j'aurais dit vacanciers. Mais aujourd'hui, c'est des clients et je veux qu'on les traite comme des clients parce qu'ils ont payé et ils méritent au moins ce qu'ils ont payé dans leurs prestations. Donc voilà, nous on fait tout ce qui est visite, découverte, on fait beaucoup de randonnées, on a la chance d'être sur un territoire qui est vraiment à proximité de... On est à 300 mètres de la plage, on est à 150 mètres du GR sur l'Anse de Pouldouhan, on est en pleine campagne, pleine nature, donc on va faire du Land Art. On va aller ramasser ce que la nature nous donne, on fait des structures artistiques avec,

on fait de la peinture sur galet, on fait des jeux de piste, on va découvrir la ville, la citadelle de Concarneau, on va prendre le bateau pour faire la baie de Concarneau. Ben voilà, on essaie au maximum de donner du territoire, pas que du territoire payant d'ailleurs, c'est pour ça qu'on a beaucoup accès sur les ateliers et la rando. Euh, on fait aussi des initiations crêpes, des jeux bretons, des choses comme ça. Oui donc on essaie vraiment de donner du côté culturel. Alors moi, je commence toujours ma réunion d'accueil en parlant en Breton pour une immersion totale. [Rires]

LS : Vous parlez Breton, c'est vrai ?

NLD : Non, une phrase. Toujours la même, mais elle fait de l'effet.

LS : Ah oui, ça met dans l'ambiance direct, toi ?

NLD : C'est ça ! Voilà donc des petits mots. Par exemple, quand ils arrivent, on avait décidé ça il y a quelques années quand on a lancé le thème, c'est de leur offrir un présent. Qu'est-ce qu'on pourrait leur offrir comme cadeau qui nous ruine pas quand même parce qu'on a un peu de monde. Et du coup ben quand ils arrivent, ils ont leur horoscope celtique. Voilà donc on a mis sur des tournants par date, donc chacun va chercher son horoscope, on en parle ensemble. En même temps, ça casse tout de suite aussi le barrage qu'il peut y avoir entre les gens et nous et puis ils me disent : « Oui mais moi je trouve pas, je suis quoi ? Ah j'aime pas le noyé, pourquoi je suis noyé ? », « Ben attendez, je vais chercher votre animal celtique, peut-être qu'il est plus sympathique ! ». Donc voilà, on est plutôt sur quelque chose de ce genre, de décontraction. On essaie vraiment de leur donner de de notre culture, oui, c'est important. Ça a toujours été comme ça sur [nom de la ville où est situé le village vacances] et c'est pour ça que c'est un village où j'ai eu envie de revenir parce que moi je suis une ancienne guide donc forcément moi la culture elle est hyper présente en moi. En plus je suis bretonne, je suis finistérienne, j'habite de l'autre côté de la baie, donc c'est mon territoire, c'est chez moi.

LS : Ok bon bah parfait. Et alors, dernière petite question, vous m'en avez parlé tout à l'heure. Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Donc s'ils contribuent à l'économie locale, à la création de richesse pour les territoires ou même au développement des relations de proximité.

NLD : Alors oui, oui oui. Donc embauche locale. Dans mon staff, je dois avoir un peu plus de 50% des personnes qui sont en local. En plus cette année, il se trouve que la commune de [nom de la ville où est situé le village vacances] a fait, a organisé un salon de l'intérim. Ils m'ont demandé si je voulais venir voir pour rencontrer les acteurs de l'intérim et là j'ai fait un hold up. J'ai dit : « Ouais je viens mais moi je fais un stand et je fais du recrutement ». Donc ils m'ont autorisé de faire le recrutement et en fait, ça a été génial parce que je pense que de 9h du matin jusqu'à 12h30, on n'a pas levé le nez. Bah si on a levé le nez pour dire : « Bonjour, vous allez bien ? - Oui ». On y est allé à trois : un pour représenter la restauration, un pour présenter l'hébergement et moi le côté plus généraliste. Et puis moi je m'occupe, en plus d'être directrice, je suis responsable de la maintenance et de l'animation. Donc chacun avait vraiment toute la panoplie de postes qu'on peut proposer et donc tous les trois on n'a pas arrêté et on a récupéré plein de CV et je pense que 50% du staff que j'ai aujourd'hui je l'ai récupéré à ce salon. Donc ça c'est plutôt bien ouais. Après on a les autres personnes, c'est des personnes qu'on a récupérées soit parce que c'est des gens qui travaillent déjà dans Azureva et qui veulent continuer, qui font mer montagne et puis après bon des gens de l'extérieur qui ont postulé et comme on avait besoin, on les a recrutés. Alors au niveau de tout ce qui va être à l'économie locale. Donc nous par exemple sur le poisson, on travaille avec le port de Concarneau, on travaille avec le port, il est à marieur à Concarneau, on passe pas par les centrales, on prend en direct. Tout ce qui est... les crêpes, tout ça pareil, on travaille avec des petites entreprises locales. Les intervenants, musiciens et autres, je l'ai fait venir, ce sont des gens du coin. Tout ce qui va être relation avec les mairies, je travaille beaucoup avec la mairie, on a un bon relationnel. On se prête du matériel, ils voulaient du terrain, je leur ai filé du terrain en échange, ils m'ont donné des pierres pour mettre dans le parc. Enfin, on agit aussi en forme de troc, en bonne intelligence, on essaie de vraiment de travailler en bonne intelligence. Et en fait, quand je vous parlais de mon développement business, c'est aussi en ce sens, si je veux travailler en business, c'est un business local. C'est pour que les entreprises locales qui ont du mal à trouver des hébergements pour leur staff quand ils viennent en formation, en séminaire ou pas, je puisse

les loger. On est à 6 km de l'entreprise que je vise en fait, hein ? Donc voilà, je suis à 5 km du port, donc je veux vraiment travailler avec le port, c'est vraiment mon axe, il est là pour ça. Voilà, c'est vraiment travailler avec la proximité et en connaissance, qu'ils sachent qui on est et qu'on travaille vraiment main dans la main avec eux. Et on parlait tout à l'heure du développement que je disais : le deuxième développement. C'est vraiment de travailler aussi avec les enfants : je veux refaire des classes de mer, des classes de découverte. Aujourd'hui, j'ai pas l'accueil mineur mais je travaille sur le dossier, donc là je suis en train de le finaliser. Et aussi parce qu'on a des écoles de foot dans le coin qui cherchent des endroits pour venir faire des entraînements et du vert. Et aujourd'hui voilà, je vais leur donner l'opportunité de venir même s'ils sont de Quimper chez nous, en transplanter. Parce que voilà, on est sur 6 hectares, on a plein d'espaces et un terrain de foot à côté, on a déjà failli le négocier avec la mairie pour pouvoir s'en servir, etc. Donc oui, on travaille en local.

LS : Bah parfait. Je pense qu'on a fait le tour. Je ne sais pas si vous avez quelque chose à rajouter, non ?

NLD : Non, je crois qu'on a balayé pas mal de choses. Je voulais savoir, c'est quoi votre master ?

LS : Oui, alors c'est un master économie sociale et solidaire, qui n'est pas forcément axé sur le tourisme mais dans le cadre de mon mémoire j'ai fait ce choix là parce qu'en fait je travaille à la CCAS.

NLD : Ah, d'accord.

LS : Et du coup, je suis amenée à travailler sur trois villages vacances qui souhaitent revoir un peu leur modèle économique puisque la conjoncture n'est pas forcément la bonne et donc en vue aussi d'une labellisation clé verte. Alors du coup voilà, je suis vraiment en lien avec les villages vacances et tout et du coup, c'était une aubaine pour moi de faire mon terrain d'étude là-dessus. Et d'ailleurs, là j'étais deux jours à [ville où est situé un village de vacances interrogé].

NLD : Vous étiez à la [nom d'un village de vacances interrogé] ?

LS : Ouais ouais, deux jours.

NLD : Ouais, c'est super beau. Le cadre est magnifique.

LS : Ouais, c'est trop bien et c'est pour ça que j'ai choisi de travailler sur les villages vacances. Et surtout voilà quoi, un truc qui me plaît.

NLD : C'est en fait, on a plein de richesses. Ce que je dis, c'est que les villages vacances, il y a un moment où on a loupé le tournant c'est à dire qu'on a tout inventé. On a tout inventé parce qu'à la base, ce sont des gens. Azureva, c'est des postiers qui un jour se sont dit : « Et si on se fédérait ? Et si on se faisait notre premier village vacances ? ». C'était à Pornichet toutes leurs vacances, ils faisaient venir du béton, des briques, des trucs. Ils ont créé leur premier village vacances, ils ont créé leur premier modèle. Après, il y a eu la Londe-Les-Maures et on est arrivés comme ça jusqu'à 38 villages vacances. Et en fait, ce qui est intéressant et c'est pour ça qu'il faut pas qu'on oublie ça ... C'est que c'est quand même la solidarité des gens entre eux dans un même métier, dans une même entreprise, qui ont décidé de faire corps ensemble pour se permettre les uns les autres. On était à la sortie de la guerre, hein ? On était, je sais, c'est les 30 glorieuses, mais elles étaient pas que glorieuses au début hein, il a fallu construire, il a fallu réinventer, il a fallu remettre les choses en place. Et ils ont été solidaires, ils ont été, ils se sont accompagnés, ils ont vécu les choses ensemble, ils ont fait les choses, ouais, comme on serait allés en colo mais faut pas oublier ça parce que c'est quand même notre ADN. Et aujourd'hui si on peut garder un petit peu de cet ADN qui fait qu'on a cette fierté de se dire : « Et bah ouais, leur modèle on ne l'a pas cassé, on a remodelisé, on a réanimé certaines choses qu'ils avaient perdu, on a perdu certaines choses parce que notre modèle économique il ne peut pas gérer ça. Aujourd'hui, on a besoin de faire de l'argent et tant qu'on ne gagnera pas de l'argent, on pourra pas être solidaire ». Et moi je fais partie de ces gens qui ont eu du mal à digérer la couleuvre parce que moi, quand je suis rentrée dans le tourisme social, il était hors de question que j'aille dans du tourisme commercial. Quand on a commencé à aller vers un modèle commercial, j'ai dit non et j'ai freiné le truc. J'ai vraiment fait partie des gens

qui freinaient en disant : « Non, non, non, moi je suis désolée, c'est les vacances pour tous, c'est les vacances pour tous » jusqu'au moment où j'ai fait mon RET, où j'ai fait ma formation de direction. Et là on était deux résistants du tourisme social à dire : « Non, nous on cédera pas aux sirènes ». Et quand je suis devenue directrice adjointe, bah là j'ai été vraiment dans le bain, donc j'avais plus mon regard d'animatrice. J'avais mon regard de manager et de gestionnaire et là j'ai commencé à me dire : « Mais oui, mais si à un moment il n'y a pas de sous qui arrivent, comment je fais pour aider les autres ? ». Et en fait c'est juste ça, c'est qu'à un moment faut savoir gagner pour donner et c'est pas une honte de gagner de l'argent et c'est ça que j'ai compris et que je comprends de mieux en mieux. Et aujourd'hui je dis : « Je vais faire du business ». Il y a 4 ans, je ne vous aurais jamais dit ça, j'aurais eu l'impression de dire une insanité. Mais c'est parce qu'on se rend compte que le modèle ayant tellement changé que ouais il faut aujourd'hui trouver des modèles pour que l'argent qu'on va gagner nous permette de réinvestir et de venir en aide à des familles qui ne peuvent pas venir en vacances. Et ça, il faut qu'on le garde dans notre modèle social par contre.

LS : Ouais, ce n'est pas parce qu'on dit tourisme social et familial que forcément, c'est tout gratuit. Non faut quand même qu'il y ait une entrée d'argent, même pour entretenir les bâtiments et tout c'est quand même un coût.

NLD : C'est ça, et Dieu sait que ça fait des problèmes.

LS : Mais malheureusement les gens quand ils entendent tourisme social, ils ont encore l'image de « Ah bah non mais ce n'est pas cher ».

NLD : C'est gratuit, vous nous offrez ça, vous nous offrez ça et c'est eux qui nous font le plus de mal. Parce que malheureusement, euh, ils comprennent pas que nous on peut pas faire tout gratuit ? L'argent, elle vient d'où ? Là, j'ai des gens qui viennent nous dire : « Ouais mais ça, vous pouvez nous l'offrir ? Une crêpe, c'est rien pour vous ». Mais vous savez combien de milliers de personnes ont traité par an ? [Rires]

LS : Bah oui, c'est ça, on ne peut pas faire ça pour tout le monde.

NLD : Mais non, on entend, alors on fait des actions, on fait des moments, on fait des trucs justement pour montrer que on fait des petites choses : « Voilà, on vous offre ça ». Mais aujourd'hui, d'offrir les choses, les gens, ils savent plus l'apprécier, c'est une obligation. Je fais payer 1€, bah du coup l'euro, il va falloir qu'ils le sortent. Moi à l'époque je faisais pas payer les ateliers de travaux manuels. Les ateliers matelotage, c'était une activité comme ça et puis au bout du compte, moi, au bout de l'année, ça me coûtait de la corde, des billes, des attaches, etc. Et c'était un vrai budget et j'ai commencé à faire payer 1€. Je me suis dit : « Au moins, je récupère un petit peu ».

LS : Ouais.

NLD : Et au début, les gens ils grognaient et je leur disais : « Ouais mais quand même, regardez, je vous donne une bille, je vous donne de la corde, je vous donne de mon temps et vous partez avec un souvenir. Si vous l'aviez acheté en ville close, vous n'auriez pas eu la satisfaction de le faire vous-même et surtout vous l'auriez payé 5€. Je vous fais payer 1€ ». Et là ben ouais, les gens disent « Ouais mais c'est normal, non mais vous avez raison » mais il faut expliquer mais il y a encore une génération pour qui c'est compliqué et c'est justement malheureusement beaucoup de ce tourisme aidé. Moi quand je travaillais à Renouveau et là je peux vous dire qu'on était dans du social. Et ben moi je voyais des gens quand ils venaient en vacances non seulement ils payaient rien, mais en plus la CAF leur donnait de l'argent. Et ils respectaient pas, ils respectaient pas les logements, les trucs c'était dans des états incroyables. La nourriture, ils l'a gâchaient, ils l'a gaspillaient. Moi, j'ai vu des gens même ici hein, qui venaient par la CAF, ils se remplissaient des assiettes mais à déborder et ils les mangeaient pas.

LS : Ah ouais ...

NLD : Et au milieu, ils écrasaient un mégot ou ils mettaient un truc sale en disant : « Bah voilà, je l'ai payé, je l'ai pas mangé, je le laisse mais personne d'autre mangera mon assiette ». Et ces mentalités-là, ces celles-là qu'il faut travailler parce que malheureusement ça aussi c'est une réalité.

Et c'est une réalité qui est plus près, plus fréquente qu'on ne croit. Alors qui tend, je pense, à disparaître mais enfin j'espère, parce que je pense que les travailleurs sociaux, ils travaillent beaucoup là-dessus et hommage à eux parce que dans les villes, ils ont du boulot.

LS : Ouais ça ne doit pas être facile.

NLD : Et pour justement ramener à une réalité leur public différent. Alors je dis différents seulement parce que c'est vrai que quand ils arrivent, ils sortent enfin ils emmènent le 9-3 avec eux alors qu'ils devraient laisser le 9-3 derrière et se dire : « Non, nous aujourd'hui on est des clients du village, bah aujourd'hui, j'ai envie d'être une infirmière ». Ils peuvent s'inventer une vie, on s'en fout mais qu'ils sabotent pas leurs vacances en fait, c'est juste ça, mais qu'ils n'emmènent pas leurs passifs avec eux, qu'ils apprennent vraiment la déconnexion de leur quartier. Et c'est ça qui est compliqué, hein ? Ben c'est déjà compliqué pour nous quand on rentre à la maison et qu'on déconnecte pas non plus. [Rires]. Ouais, on a tous des problèmes de déconnexion en fait.

LS : Ouais.

NLD : Mais c'est intéressant votre sujet, c'est pour ça que je voulais vraiment qu'on ait cet échange parce que voilà, il n'y a plus beaucoup de gens qui s'intéressent à ça et surtout dans les jeunes générations comme vous, c'est d'avoir ces flambeaux qui continuent à briller, c'est bon.

LS : Il en faut et faut que ça continue à perdurer hein ? Parce que c'est vrai que ça a tendance à se perdre.

NLD : Non mais votre génération, moi là où elle me donne confiance, c'est que il y a eu ... ben le COVID a fait ça. C'est qu'il y a beaucoup de jeunes d'une trentaine d'années qui, entre 25 et 30 ans, se sont dit : « Ben non, on va arrêter de gaspiller. On revoit notre modèle aussi économique, notre modèle de dépenses. Ben tiens, on va se prendre un bout de terrain, on va aller dans les jardins partagés ou on va prendre une maison avec un petit jardin et puis on va faire nos légumes, on va essayer de ne pas les gâcher. Si j'ai trop de pommes, je vais les donner à mon voisin ». Et je trouve que là il y a toute une mouvance de jeunes qui sont dans ça et sans être des altermondialistes ou des gens qui vivent dans des aides hein. Parce que la ZAD ça veut rien dire pour moi à ce niveau-là c'est pas social pour moi la ZAD, c'est clivant et au contraire c'est qu'ils se mettent dans le partage. Tous ces jeunes qui vont aider les anciens, aller faire leurs courses et je trouve que ça c'est ça, c'est encore discret mais je trouve que ça se voit maintenant et il y a 5 ans en arrière, ça se voyait pas comme ça se voit aujourd'hui. Donc ça c'est rassurant, ça fait confiance à des gens comme moi, qui font partie de ces gens qui ont porté ça, je trouve ça super exaltant.

LS : Oui et vous devez vous dire qu'au moins, le travail que vous avez fait, il n'a pas été fait pour rien puisque ça va perdurer.

NLD : Oui, ça va continuer sur un autre modèle, on en est d'accord, parce que le modèle est étranger, on n'a pas le choix, mais ça sera une autre version. Mais peu importe, c'est que la version se colle juste à votre génération, à notre monde d'aujourd'hui en fait et il faut pas se mettre en marge, il faut juste avancer avec.

LS : C'est ça.

NLD : Et essayer de bouger de modèle de l'Intérieur en fait, par des petites actions et et par un beau mémoire.

LS : Ouais. [Rires] Et bah merci à vous d'avoir pris le temps de répondre à mes petites questions et c'était hyper intéressant ouais.

NLD : Bon ben écoutez si ça peut vous aider avec grand plaisir, voilà bah au plaisir. Puis bah n'hésitez pas à me faire un retour si vous le souhaitez ou si vous avez des compléments d'information, me demander par mail ce sera plus simple pour moi. À très bientôt. Merci à vous, merci au revoir.

LS : Au revoir.

Entretien semi-directif n°6 – CI ORTF

[Mise en contexte]

LS : Pour commencer, je vais vous laisser vous présenter rapidement.

LT : Oui, alors, [nom et prénom de la personne], je suis en fait, on va dire dans l'économie sociale solidaire en particulier pour les vacances mais au début des vacances sportives. Donc j'ai travaillé pour les Glénans. J'ai aussi travaillé un peu pour le Club Med mais qui à l'origine dans économie sociale et solidaire, on le sait pas, hein ? C'était associatif dans le temps puisque vous avez dû faire l'histoire. Je travaillais pour Nouvelles Frontières également, qui dans l'histoire avait gardé des valeurs d'ailleurs d'être rachetée par TUI. Et ensuite j'ai travaillé pour une école de voile à Lorient, j'étais entraîneur et puis moniteur et responsable de base nautique à Larmor Plage.

LS : OK.

LT : Et ensuite, j'ai travaillé pendant près de 25 ans pour l'UCPA sur le développement de l'UCPA au Maroc. Donc j'ai été directeur du centre d'Agadir, j'ai été responsable de la formation des jeunes marocains. On a développé ensuite les centres d'Essaouira, Dim Swan de Surf et puis un village vacances, on appelle ça un centre à Marrakech. Et après, j'étais responsable des actions locales au Maroc qui est responsable du développement territorial. On a monté des projets de développement en utilisant le sport comme outil de développement local. Insertion des jeunes, activités environnementales de ratissage de plage bien avant soft Rider Foundation qui après, on fait ces projets-là, c'était en 98 et j'étais là-bas vers 95. Et j'ai été directeur de l'UCPA Maroc, association de codéveloppement, où on utilisait donc les sports comme outils de développement. On faisait de l'accessibilité aux sports de plein air, on formait la jeunesse marocaine pour qu'ils puissent devenir les encadrants de demain et sur le développement de ce type d'activités. Voilà et ensuite je suis rentré en France et j'étais responsable du développement territorial en PACA, où là j'étais partenaire des collectivités territoriales où j'utilisais aussi les centres UCPA sur des projets d'insertion avec les quartiers de Marseille et de tout le PACA. C'est donc un peu qui ressemblait avec les mêmes objectifs mais avec des partenariats avec la protection judiciaire Jeunesse, avec les centres sociaux, avec la ville de Marseille, le Conseil général. Dans le temps, ça s'appelait Conseil général. Après, c'est le conseil départemental. Des partenariat avec le Conseil régional sur des logiques d'insertion formation. Et ensuite, j'ai fait le même métier à la montagne également et en même temps, j'étais négociateur pour gagner des délégations de service public avec les collectivités territoriale, pour gérer des patinoires, des piscines puisque l'UCPA était entrant sur ce marché-là, innovant pour nous. Voilà et ensuite, passage de la montagne pour faire à peu près les mêmes choses. Et puis de nouveau directeur de centre et l'occasion de revenir en Bretagne. Et j'étais directeur de centre à La Berbrac ? [Pas compris] où là le site où nous accueillons des colonies de vacances, des classes de mer et puis des stages UCPA et des formations BAFA. Et on faisait aussi des projets handicaps, d'insertion sociale toujours en utilisant le centre comme outil de, on va dire, production avec ce type de public et beaucoup de partenariat avec la municipalité. Voilà, après j'ai dirigé un centre UCPA à Hyères, presque île de Giens dans le sud de la France. Et puis comme je voulais rester en Bretagne, j'ai quitté l'UCPA pour revenir en Bretagne et diriger le village vacances du comité interentreprises de l'ORTF, Radio France Télévision on va dire. Et maintenant, je suis ici.

LT : Voilà sur un centre qui est un comité interentreprises, donc on accueille des familles en vacances comme ça ressemble un peu certainement à la CCAS. On a des classes de mer, des colonies de vacances. C'est dans une logique de développement durable, d'accessibilité et de découverte de la Bretagne. Le sport devient juste un outil de plaisir et de découverte avec un peu de pédagogie quand même et on fait des randonnées, on fait du vélo, on fait tout ça dans une logique de vacances dynamique pour les familles. Mais là, ça va de très jeune à très ancien. Voilà donc on croise les générations et en local, on commence à développer des partenariats avec les SNSM. La semaine dernière, ils sont venus, les jeunes sont venus se former ici pour partir sur les plages l'été. Et voilà. Et on accueille aussi des associations locales qui peuvent venir faire des séminaires ou faire des regroupements.

LS : Ok.

LT : Voilà, c'est un centre qui est ouvert d'avril à novembre. Voilà, on a un petit hôtel avec 14 lits et 14 chambres, un hébergement, colonie de vacances qu'a 147 lits et puis une centaine de places dans 22 gîtes. Voilà.

LS : Ok et en termes de permanents et de saisonniers, au niveau du personnel ?

LT : On va dire qu'on aura une dizaine de ... on a 3 permanents en CDI. Après on a une dizaine de personnes qui sont en contrat de 8 mois, 8 à 9 mois et puis après on a des saisonniers qui viennent ponctuellement et qui l'été on peut monter à 35 salariés sans compter les colonies de vacances, on peut monter à 50 personnes, des salariés plus des animateurs.

LS : D'accord. Ok ben vous avez un peu anticipé mes questions suivantes parce que j'allais demander un peu comment était composée votre clientèle annuelle ? Donc ça vous avez un peu répondu. Et est-ce qu'il y a un peu toutes les catégories socioprofessionnelles de représenter ou il y a des catégories qui ressortent plus ?

LT : Ouais, on va dire qu'on a une catégorie qui ressort beaucoup euh ... qui sont les retraités puisque on s'occupe aussi de nos retraités, c'est à dire qu'ils continuent de bénéficier des avantages des villages vacances, même à la retraite. On va dire qu'on a des cadres, on a pas mal de cadres moyens, peu de cadres sup parce que l'image du tourisme social est ainsi faite, c'est que il préfère aller dans le Club Med, ça fait mieux que d'aller en vacances dans des villages vacances pas chères. Même si maintenant, ils ont un peu tendance à revenir vers nous alors qu'on a une vraie qualité de prestation qui est ouais... Alors que le tourisme social peut souffrir au niveau des investissements, de l'entretien, on a les moyens de faire une vraie qualité voire une restauration ou la prime alimentaire dans le tourisme social tourne entre 4 et 5, nous, on est à 10. Voilà à 5€ par repas donc euh [Rires].

LS : Oui...

LT : Voilà. Et euh, on peut avoir des CSP plus mais à la retraite. En fait, on a des producteurs, on a des journalistes, on a des chefs de production, on a des scénaristes, voilà, mais on touche toutes les classes sociales puisque tout le monde peut bénéficier des séjours ici, des séjours aidés d'ailleurs hein.

LS : Ouais, d'ailleurs je demandais aussi... C'est quoi un peu le pourcentage de clients à être aidé soit à venir via la CAF soit de leur CSE ? Est-ce que vous avez un peu des chiffres là-dessus ou un ordre d'idées ?

LT : Ouais, alors on va dire que nous, notre public aidé, il doit être à 60-70%. À tel point que moi, je ne sais même pas ce qu'ils payent et quand je vois ce qu'ils payent, c'est vraiment pas cher. Donc tout le public est aidé puisque c'est des ... ils cotisent. Donc les séjours sont très très accessibles voire si j'en reste un chiffre d'affaires, j'ai du mal à calculer la rentabilité tellement c'est peu cher. Donc il y a une grosse partie de subventionnés parce que comme ils cotisent tout le temps, toute l'année. Ce qu'ils dépensent par rapport à ce qu'ils cotisent, ils dépensent jamais tout quoi, voilà.

LS : Ouais. Et au niveau des taux de fidélisation ? Je ne sais pas si c'est un peu un objectif pour votre structure ou ... Est-ce que vous avez une petite idée aussi ?

LT : La fidélisation est un objectif pour beaucoup de structures puisque c'est le premier, on va dire bénéficiaire pour pas dire client à recapter mais je dirais qu'il doit être à 80%, c'est à dire qu'on connaît 80% des personnes. Ils reviennent tous les ans voire plusieurs fois dans l'année.

LS : Ah oui, donc c'est un fort taux de fidélisation quand même, c'est bien.

LT : Ouais, ouais, ouais, c'est bien, ça veut dire qu'ils aiment bien.

LS : C'est bon signe, oui. Ok. Et là je vais aborder 4 thématiques. Donc tout d'abord, est-ce que votre village vacances, j'imagine que oui, il favorise la mixité et le lien social ? Si oui, selon quelles modalités et quelles sont les actions menées en faveur ?

LT : Alors, quand vous dites mixité, c'est intergénérationnel, homme, femme ?

LS : Ouais brassage. Ben c'est un peu tout en fait, c'est toute génération, tous milieu sociaux.

LT : Ah oui, oui, oui, bien sûr, on favorise cette mixité. Alors déjà sur le public puisque il y a tous les âges, il y a différents types de classes sociales. Donc ils sont tous à la même enseigne, ils ont la même offre on va dire, voire beaucoup beaucoup de gratuité puisqu'on utilise la subvention pour leur proposer de la gratuité, en plus des tarifs accessibles. On a des publics scolaires comme des publics colonies de vacances. Et puis dans les familles, on a les petits enfants avec avec les grands-parents. Dans l'ouverture, comme on est ... on a des vacanciers captifs puisqu'ils sont déjà chez nous, on n'a pas besoin de faire de la publicité, d'ailleurs on n'en fait pas, c'est le bouche à oreille.

LT : On a aussi des partenariats dans l'économie sociale et solidaire où on ne vend pas des individuels, mais on vend à des groupes qui sont, qui émanent d'associations. On fait des partenariats avec Ternélia par exemple, qui nous envoie des groupes. Ternélia qui est basée en Haute-Savoie. Et on a également des classes de mer. On a, comme je l'ai dit la SNSM qui vient se former, on a des clubs locaux de vélo. On ouvre à la population locale nos locaux qui, pendant des années se demandaient, on est des illustres inconnus, on sait qu'on existe, on sait pas ce qu'il y a dedans. Donc moi j'ouvre à la population locale pour être dans un esprit de partenariat, d'économie sociale et solidaire, la définition de l'économie sociale et solidaire sur le volet partenariat. Je vais avancer beaucoup dans ce sens, voilà.

LS : Et comment vous parvenez un peu à attirer tous les publics ? Vous m'avez dit qu'il n'y avait pas forcément de CSP plus plus. Mais comment vous faites pour avoir par exemple des cadres qui ont les moyens s'offrir une prestation de haute qualité et des personnes aidées ? Surtout que c'est un environnement ultra-concurrentiel et que le tourisme social, il pâtit un peu de son image.

LT : Ouais alors là, attirer tous les publics, déjà on a quand même une prestation qui est d'une qualité un peu plus plus. Après le tourisme social, il y a des organismes qui sont dans le tourisme social mais qui ont des gros moyens et on se pose la question, ils sont dans le tourisme social mais sont-ils privés ou pas ? Ça doit apparaître dans vos études, ça crée un peu des conflits dans le tourisme social cette concurrence déloyale. Nous, on touche tout type de public parce que de toute manière tous ces publics, étant salariés de Radio France, ont accès à nos catalogues, donc s'ils le décident ils peuvent venir quand ils le souhaitent, donc on cible pas des publics particuliers. On a une prestation, alors comme je disais, de haute qualité par rapport au tourisme social en restant humble mais on fait du service à table, on commande des produits locaux, des produits bio. Il y a une approche où les personnes qui sont habituées au standing peuvent venir chez nous et s'y retrouver, donc ce qui permet à toutes les classes sociales de venir. Nous faisons de la voile, il y a une offre aussi, il y en a qui font de la thalasso donc ceux qui sont plus riches peuvent payer plus et aller se payer une prestation thalasso. Il y a des golfeurs retraités, il y a des associations sportives de Radio France Télévision : où sont les retraités, où sont les personnes ? Donc il y a des AS voile, AS golf, AS randonnée qui viennent sur nos sites, qui touchent en fait tous les publics. Et puis on va dire que, ce qui peut pousser la mixité sociale, c'est que venir à [nom du village de vacances], ça fait bien. Parce que c'est un lieu très très prisé et considéré comme haut de gamme. Donc dire que je suis venu en vacances à [nom de la ville où est situé le village de vacances], c'est la classe. Mais on est quand même accessible. Donc ce qui permet à un moment de toucher tout type de public, parce que même les personnes qui ont les moyens, je parlerai de cadres sup. Bah les cadres sup qui ont 3-4 enfants et qui habitent à Paris, on peut penser que le salaire est élevé mais à un moment, on commence à faire attention aussi sur le coût des vacances. Donc ceux qui n'étaient jamais venus, ils disent : « Mais j'ai décidé, j'ai choisi de venir » mais je pense aussi qu'ils choisissent de venir pour une question de coût des voyages. Et là on le ressent fortement quand on analyse que dès qu'à l'étranger les billets d'avion commencent à monter, nous on est plein tout de suite. Donc voilà.

LS : Ok. Alors ensuite, vous en parliez tout à l'heure quand vous vous présentiez. Donc votre village vacances, est-ce qu'il agit en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ?

Donc je pense aux personnes en situation de handicap par exemple, ou à très faible revenu. Est-ce qu'il y a vraiment des actions qui sont mises en place pour cette inclusion ?

LT : Ouais, alors nous sur les colonies de vacances, le CI ORTF est en partenariat avec le Secours populaire par exemple. Donc il y a des enfants qui bénéficient de nos colonies de vacances. Il y a des partenariats qui sont montés dans ce sens, on est on ...là je suis en relation ... Vous voyez, j'ai une enveloppe là, ça c'est le secours catholique, voilà, où on verra des séjours en été de dernière minute. Donc c'est à dire que moi je garde les coordonnées de ces personnes, je sais même pas d'où ils viennent, ils viennent d'un pays qui est en guerre, je sais même pas d'où ils viennent, mais ben dès que j'aurai une place, je leur proposerai un séjour à un tarif dérisoire pour payer les charges d'énergie mais on les accueillera. Il y a un IME avec qui je rentre en partenariat, donc il y a une jeune fille autiste qui va venir en cuisine avec nous pendant 15 jours et derrière, on enclenchera des partenariats sur des séjours. C'est des séjours pour des personnes porteuses de handicap. On a l'idée de proposer aussi des moments de décompression ou des séjours à thèmes pour les enfants, dysphasiques, dyspraxiques pour les enfants et peut-être aussi pour les mamans. Euh, dans les visions cibles, je suis en relation avec le comité départemental Handisport parce qu'on est des infrastructures disponibles encore et on pourrait accueillir ce type de public puisque le centre est accessible maintenant depuis l'année dernière. Voilà alors il y a pas que des gens chaises hein, il peut y avoir des autistes ou des personnes qui ont un handicap psychologique. Voilà donc moi je vais, ça ne se faisait pas tant que ça jusqu'à maintenant, puisque je ne suis pas du tout obligé de faire ça mais je pense qu'il y a du sens d'avoir une nouvelle offre avec ces objectifs-là. Et en plus moi plus remplir le centre va me permettre de salarier plus longtemps mes équipes.

LS : Ok, oui. Bah c'est beau ! Parce que tout le monde ne le fait pas ça.

LT : Ouais mais ça vient de mon histoire, de ma carrière. En fait, j'ai toujours été baigné dedans donc ... bah tout le monde ne le fait pas. Je sais pas, pour moi ça me semble une évidence. Mais c'est vrai que quand j'ai travaillé à l'UCPA, dans mes missions, je devais réformer les directeurs pour expliquer comment agir au plan local, ce que je peux rapidement très vite ne rien faire. Et on me reprochera pas de ne rien faire puisque je fais le principal, j'accueille les vacanciers qui émanent de Radio France Télévision mais je pense que ça fait partie du projet. Et puis, on dit toujours l'économie sociale mais l'économique est hyper important dans l'économie sociale, donc je trouve que c'est souvent un gros mot en disant : « Mais on parle pas d'économie quand on est non marchand ». Mais je pense que dans l'économie sociale, c'est encore pire puisqu'on a des taux de marge qui sont tellement faibles qu'il faut absolument tout remplir parce que sinon on ferme et c'est ce qui se passe malheureusement aujourd'hui dans l'économie sociale. Et puis voilà donc, il faut ... alors nous, on a les moyens je trouve. Mais l'économie sociale peine beaucoup sur les mises aux normes : les bâtiments coûtent de plus en plus chers, les charges sont de plus en plus élevées et puis nos prix n'augmentent pas. Et les personnes qui bénéficient de l'économie sociale ont de moins en moins les moyens pour pouvoir venir, je trouve. C'est compliqué pour l'économie sociale fin je dirai pour les villages vacances de l'économie sociale issus de l'éducation populaire. Je trouve que le modèle va peut-être disparaître, il faudra trouver d'autres solutions dans l'avenir quoi. C'est compliqué aujourd'hui.

LS : Hum, oui j'imagine. Les bâtiments coûtent cher aussi donc pour faut des rentrées d'argent forcément c'est ça, ça tire un peu de tous les côtés et c'est compliqué. Ouais OK.

LT : C'est compliqué. On parle peu des centres qui disparaissent, mais il y en a beaucoup qui disparaissent.

LS : Oui ouais bah ça, c'est une des problématiques à la CCAS notamment. Ils sont vraiment sur une réflexion là, s'il faut vendre parce que ça coûte trop cher et des fois les villages vacances ne sont pas assez occupés. Donc ça, ça doit poser un peu un problème à pas mal de villages vacances.

LT : Ouais j'ai changé il y a pas longtemps, je sais pas si c'est à la CCAS mais L'Île Tudy, ça appartient à une collectivité qui a un village vacances à L'Île Tudy mais je pense qu'il y a des solutions. Mais si on est mono-cible, on va dire, il faut diversifier, il faut retravailler de nouveau avec les collectivités territoriales. Les collectivités territoriales ont plus les moyens, donc il faut

qu'ils trouvent des prestataires. Ils ont encore des financements, à mon avis je pense, mais où les dépenser ? Comment les dépenser ? Et je pense qu'en faisant du développement local, il y a moyen de ressortir de tout ça, mais il faut avoir cette démarche de développement local, d'agir au plan local, de pas faire ce qu'on a fait au CI ORTF que je dirige maintenant, c'est la troisième saison. Ici, alors là c'est un problème de riche, ils ont pas d'inquiétude financière pour l'instant mais on sent que ça va arriver, mais ils sont en décalage par rapport aux autres. Il faut trouver les solutions avant de disparaître. Si les directeurs sont pas formés dans ce sens du développement local et ben on a nos vacanciers de la CCAS qui viennent et puis quand il y a plus les vacanciers de la CCAS et ben on doit fermer parce qu'on a plus les moyens. Mais on a les moyens quand même de ... sur les ailes de saison, de développer des partenariats tels que ceux que je que je citais et si on se concentre par exemple à faire un dédié, une période sur du handicap. Bon, on peut trouver des financements, on peut même trouver des partenaires privés, du mécénat, du sponsoring, développer des partenariats parce qu'il y en a qui ont besoin d'agir dans ce sens. Je pense que c'est une des solutions d'avenir à mon avis.

LS : Oui.

LT : Et l'argent est toujours là, mais il se déplace, on ne sait plus où il est, mais il est encore là : il y a des moyens, il y a des possibilités quoi. Voilà.

LS : Ok. Et vous, votre village vacances, j'imagine qu'il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Enfin, vous êtes vraiment un acteur du développement local ?

LT : Pas du tout, aujourd'hui on est un acteur local parce qu'on consomme local, c'est sûr mais on n'est pas aujourd'hui ... Je suis en train ... bon moi j'arrive en tant que directeur en période COVID, il fallait d'abord que je gère mais je suis en train de voir pour faire justement ... Être un acteur local, c'est être reconnu comme acteur local et aujourd'hui, on n'est pas encore reconnu comme un acteur local. Les commerçants le diront mais si on ne communique pas, on ne rencontre pas les élus, on leur explique ce que l'on fait, qui l'on est, qu'on dépense par an 200 000€ en alimentation, qu'on dépense par an 40 000€ d'entretien et qu'on sous-traite et qu'on prend des prestataires locaux ... Les élus n'ont pas du tout cette vision et pour eux, on a déjà de la chance d'être là parce qu'ils sont sur un bel endroit. Et puis être un acteur local et social sur une ville comme [nom de la ville où est situé le village de vacances] qui est tout dans l'économie et dans la richesse, ils ont du mal à voir ce prisme d'insertion sociale. Voilà donc il faut bien veiller, trouver les bons acteurs et devenir un acteur local, c'est être connu localement je pense. Et puis mener ces actions que je vous cite quand je vous les cite, c'est pas assez. On a énormément de places et on doit continuer à remplir, à se faire connaître pour être un acteur local. C'est comme l'événementiel, si vous faites un événementiel mais qu'il n'y a pas de communication, l'événementiel n'existe pas, on ne peut pas dire que c'est un événement. Donc il faut vraiment communiquer pour être acteur local, c'est pour ça que je dis pour moi on n'est pas un acteur local. On l'est mais ça ne se sait pas.

LS : Oui et du coup, comment vous contribuez à cette économie locale ? Parce que vous êtes quand même sur le territoire donc forcément vous devez y contribuer.

Je vous ai donné les montants économiques hein ? Je veux dire, quand on dépense 200 000€ dans l'alimentation, qu'on commande des produits locaux, quand on salarie du personnel pour pratiquement à 300 000€ et c'est que des salariés du coin, quand on a des prestataires pour l'entretien pour 20- 30 000€... C'est économiquement, c'est le premier message à faire passer d'un maire de gauche ou d'un maire de droite, surtout un maire de droite, faut lui parler argent, il comprend. Une maire de gauche, bah l'employabilité, l'insertion, la formation des personnes, c'est important. Et puis après chaque maire a une mission de service public et on peut parler à n'importe qui, quel que soit le parti politique sauf le Front national peut être [Rires] mais on va pas faire de politique. Mais c'est être un acteur local, c'est être connu en tant que tel. C'est pour ça que je dis : « Je pense que nous sommes pas encore un acteur de l'économie sociale », parce que je trouve qu'il y a peu d'économie sociale en local, même s'il y a des migrants qui sont là, il y a des personnes qui viennent de l'Ukraine qu'on embauche, etc. Il y a des actions qui sont menées et puis on

développe des partenariats avec des associations locales. Voilà, on devient un acteur local mais ça ne se sait pas encore assez.

LS : OK, ouais donc il y a un problème de communication. Faudrait communiquer davantage là-dessus pour être reconnu comme tel.

LT : Mais ce qui est difficile, c'est que nous, on n'a pas besoin de communiquer, voilà, nos vacanciers sont captifs.

LS : Et est-ce que vous mettez en relation vos touristes avec la population locale ?

LT : Oui complètement puisque de toute manière, nos touristes, il y a une partie de nos objectifs qui est la découverte de la Bretagne. Donc on organise des excursions où on va vers les lieux mythiques du coin, on utilise le GR 34 pour se promener et découvrir les lieux. On commande le cidre Menez Brug qui est à 500 mètres du centre et les touristes vont acheter ces produits. Là. On a des équipes qui sont bretonnes pratiquement à 95% et qui avec des responsables d'animation et des animateurs qui culturellement apportent beaucoup. Je dis, quand on arrive dans un centre normalement du tourisme social, on repart obligatoirement différent que quand on est arrivé parce qu'on a appris sur les lieux et on est en relation avec la population au maximum, même si le centre est privé et fermé, où la population se mélange pas. Mais on fait venir des groupes bretons, on apprend la danse bretonne, on apprend des mots en Breton, on mange des crêpes, on explique, on va sur les Glénans. Voilà, ils habitent le territoire, voilà.

LS : Ouais, donc on peut en déduire un peu que votre village vacances c'est un lieu culturel et éducatif.

LT : Oui, d'ailleurs, quand on parle de notre projet de développement durable, je dirais que le développement durable, il y a pour moi quatre sphères. Il y a l'environnement, l'économique, le social, faut en rajouter. Vous avez peut-être déjà vu ça dans les livres. La quatrième, c'est le culturel, je pense que c'est important. La richesse ! J'avais vu le dessin comme ça, c'était un trèfle qui amenait cette richesse globale. Voilà un trèfle à quatre feuilles.

LS : Ok, donc il y a vraiment des actions menées vraiment pour faire visiter, pour partager la culture. Tout ça, c'est vraiment ancré dans votre village vacances ? Ouais.

LT : Ouais c'est c'est ancré. Oui ça fait partie des premières phases du projet.

LS : Ok, d'accord. Bon bah je pense qu'on a fait le tour.

LT : Bon ben j'espère avoir répondu à vos attentes. Mais c'est important, ça fait partie de l'économie sociale d'échanger avec vous. Vous êtes les acteurs de demain, les étudiants d'aujourd'hui.

LS : Oui c'est important, merci à vous. Au revoir.

Entretien semi-directif n°7 – Villages clubs du soleil

[Mise en contexte]

LS : Je vais peut-être vous laisser vous présenter dans un premier temps.

AG : Oui, bien sûr. Bah moi je m'appelle [nom et prénom de la personne], donc j'ai 36 ans, j'ai commencé à travailler dans les villages vacances à 16 ans en passant mon BAFA et donc en validant la partie terrain dans du tourisme social, dans l'association Renouveau Vacances à l'époque. Et puis ensuite, en parallèle de mes études, j'ai fait les saisons comme job étudiant, principalement sur du club enfant. Et puis le côté village vacances m'a bien plu donc j'ai fait en sorte après mes études, d'y être de façon permanente, d'abord sur le secteur des enfants comme animatrice, puis comme responsable des clubs enfants. Sachant que c'est un métier qui est pas proposé toute l'année et que je voulais en vivre sur les à-côtés des moments où les clubs enfants n'étaient pas ouverts, ça m'a permis de tester d'autres métiers comme la réception, le service en salle, la plonge, le ménage. Voilà un petit peu tous les postes qu'on retrouve dans les villages vacances. Et puis j'ai fait mon petit bonhomme de chemin, principalement à l'animation, donc l'animation adulte et comme responsable d'animation ensuite en France et à l'étranger pendant longtemps d'ailleurs, chez Touristra vacances. Et puis j'ai voulu bah prendre part de façon encore plus importante dans mes choix et dans mon investissement donc j'ai stoppé mes saisons en 2012, en fait même d'ailleurs pour faire une formation de direction qui m'a pris un an avec des stages, qui m'ont permis aussi de découvrir d'autres employeurs. Alors toujours dans le tourisme social, dû au hasard et puis je pense aussi à ma personnalité, on fait que je suis partie beaucoup dans ce type de structure. Donc j'ai travaillé chez ULVF et puis j'ai intégré à la fin de ma formation, village club du soleil donc en 2013 comme directrice adjointe d'abord puis comme directrice. Ce groupe qui fait également partie donc du tourisme social, j'ai été directrice adjointe pendant un an et demi à la montagne et sur la côte dans le Var du côté de Saint Tropez. Et depuis 8 ans maintenant je dirige le village de [nom du village vacances] en Bretagne voilà.

LS : Ok. Un bon petit parcours, c'est bien au moins vous avez vu un peu tous les postes un peu qu'on peut trouver dans les villages de vacances. Donc c'est plus facile de se mettre à la place aussi du personnel je pense.

AG : Oui, et puis de trouver des situations aussi rapides à toutes les problématiques qui peuvent se poser à nous parce que c'est comme une petite ville et il faut faire fonctionner tous les services avec leur législation, avec leurs difficultés dans un temps donné et puis avec des équipes conformes en permanence. Parce que contrairement à une entreprise, on va dire classique où on a une équipe en CDI et puis il y a un nouveau qui va arriver, qu'on va former dans l'optique qui soit aussi en CDI. Là, on travaille vraiment avec du public saisonnier, qui peut d'ailleurs faire ce métier à l'année mais sous un contrat saisonnier susceptible aussi de changer de structure. Et donc un de nos enjeux, c'est de former rapidement des équipes pour qu'elles soient le plus vite possible opérationnel dès les premiers vacanciers.

LS : Oui. Ok. Vous avez commencé un peu à en parler du coup mais est-ce que vous pouvez faire une petite présentation de votre village vacances rapidement ? Un peu la capacité, tout ça.

AG : Alors le sur le site de [nom du village vacances], on est sur un village où il y a 150 hébergements, ce qui représente 550 lits. Donc on va dire quand on est en capacité max, c'est 450 vacanciers puisque bien évidemment tous les lits ne sont pas toujours occupés, même si tous les hébergements le sont très souvent. Pour faire fonctionner ces 550 lits, il y a une équipe qui monte jusqu'à 80 salariés sur l'été sur juillet/août et donc le site de [nom du village vacances], il a la particularité donc d'être ouvert au public de mai à septembre, donc dans notre vocation en tout cas de villages vacances. Avec une période mai, juin et septembre, principalement articulée autour de l'accueil, la réception de groupe avec des programmes : excursions, randonnée, vélo etc. Et puis sur juillet/août, on est vraiment sur l'accueil de familles, d'individuels avec tout un programme d'animation où chacun vient, fin participe s'il en a envie ou non quoi. Le site après, il peut être amené à avoir d'autres vocations : on fait de la location de salle, on accueille des

séminaires. Cet hiver, on a privatisé le site aussi pour recevoir un centre de formation euh pendant l'hiver. Et puis enfin voilà donc on peut avoir aussi d'autres occupations sur le reste de l'année.

LS : Oui, l'activité est plutôt diversifiée, surtout au niveau des clientèles du coup, ouais.

AG : Après, c'est un site qui est particulier parce qu'il a été construit... fin il a une architecture vraiment atypique. Alors déjà son emplacement pour nous c'est un emplacement de rêve, hein ? On est à 400 mètres de la plage, en plein cœur des marais de [?], qui sont une zone protégée par Natura 2000, donc en termes d'attractivité touristique, c'est très fort. Il y a le GR 34, le chemin de rando qui fait tout le tour de la Bretagne, qui passe au pied au pied du village vacances. On est à 25 minutes de Bénodet, de Concarneau, de Quimper, donc des lieux très attractifs, très touristiques, juste en face de l'archipel des Glénans, donc la destination fait déjà aussi beaucoup.

LS : Ouais et ça, c'est un avantage aussi parce que je pense surtout aux randonneurs avec le GR. Je pense que ça doit être une bonne partie de votre clientèle aussi.

AG : Ça en fait partie. Disons qu'en tout cas dans l'offre qu'on va pouvoir intégrer dans les vacances puisque nous nos vacances, c'est pas simplement proposer de l'hébergement, on fait des vacances en tout compris avec village club du soleil. Donc quand les gens arrivent, ils ont bien sûr leur hébergement, la pension complète et puis des activités qui sont déjà incluses. Alors ça peut être des activités de soirée, ça peut être des activités de journée avec des balades avec pied, des partenariats avec... j'avance un peu du coup peut-être sur vos prochaines questions, ... mais en partenariat avec des prestataires locales. Donc on fait découvrir gratuitement des activités comme la marche aquatique, comme le paddle.

LS : Ok.

AG : Ça complète bien l'offre.

LS : C'est ça qui est intéressant aussi, d'avoir différents publics. Et au niveau des personnes ... je ne sais pas si vous avez des chiffres en termes de pourcentage, des personnes qui viennent via des aides ou de leur CSE ?

AG : Alors j'aurais pas forcément de chiffres à vous donner là, il faudrait se rapprocher plutôt du service, du siège. Par contre c'est vrai qu'on essaie en fait de ... on a plusieurs offres. Donc on a un partenariat déjà avec l'ANCV qui propose notamment sur la basse saison, des séjours avec des prix aidés. Oui, alors ça revient à peu près entre 150 et 250€ la semaine pour que les seniors puissent venir faire leur séjour en fonction des activités hein, des excursions qui sont dans le séjour. Donc ça c'est déjà un premier partenariat. On a des partenariats aussi avec des comités d'entreprise qui participent à hauteur ... selon les comités d'entreprise en tout cas, un pourcentage du prix du séjour que les participants n'ont pas à régler. Et puis on a aussi d'autres partenariats avec des associations comme le resto du cœur comme ... ou alors avec des mairies qui permettent de faire venir des séjours aidés à moindre coût. Alors on essaie de le faire de façon... je ne vais pas dire minime, mais l'idée c'est pas que la moitié du village soit en séjour aidé, c'est vraiment de pouvoir faire de la mixité sociale. Donc comme ça à vue de nez, mais mon chiffre n'est pas précis, je dirais que sur juillet/août, là où on est vraiment sur un public individuel, ça touche à peu près 10% des personnes en séjour.

LS : Ok.

AG : Voilà, et l'idée est bien là, c'est de pouvoir faire de la mixité sociale.

LS : Ben voilà, vous anticipez mes questions suivantes. Juste une dernière chose sur la clientèle, est-ce que vous avez ... peut-être qu'au niveau des chiffres ça va être compliqué aussi ... une idée un peu aussi du taux de fidélisation de votre clientèle. Si ce sont des clients réguliers qui reviennent tous les ans ou ...

AG : Nous, ça on arrive quand même à le retrouver. Alors quand je vais parler de clients fidèles, c'est pas forcément des personnes qui sont déjà venues sur notre site, c'est des personnes qui sont déjà parties avec village club du soleil. Donc on a 17 villages vacances en France et on monte entre 60 et 65% de clients fidèles en moyenne sur l'année.

LS : Qui restent dans le groupe ?

AG : Voilà.

LS : Ouais c'est ça en fait, il reste dans le groupe, ils voient différents villages vacances mais il reste dans le groupe. C'est ça le côté fidélisation.

AG : Ça peut être des gens qui viennent tous les ans sur le site de [nom du village vacances], ça peut être des gens qui vont aller l'hiver à la montagne chez village Club du soleil, l'été en bord de mer chez village Club du soleil ou des personnes qui sont déjà venues à un moment donné dans leur parcours de vacances au moins une fois chez village Club du soleil.

LS : Ok, d'accord. Bon, ensuite, je vais aborder la mixité, le lien social. Du coup, je voulais savoir si votre village vacances, il menait des actions en faveur de la mixité et du lien social.

AG : Tout à fait. Alors déjà je dirais qu'on le fait à 3 niveaux. Le premier niveau, c'est aussi dans nos embauches avec les saisonniers et dans la façon dont on construit l'équipe, où on a des équipes multiculturelles, c'est à dire qu'on a de tous les âges, de tout horizon et qui viennent un petit peu partout, de France ou de l'étranger. Et donc ça, on pense nous aussi que ça favorise la mixité aussi sur le lieu des vacances. Et puis vis-à-vis de de nos vacanciers. Alors on choisit pas qui vient en vacances chez nous, mais effectivement c'est ce qu'on voit par les actions qu'on met en place sur les séjours aidés, on va avoir des catégories socioprofessionnelles tout à fait différentes, des gens qui ont de très faibles moyens comme des gens qui en ont de très haut, qui vont se côtoyer tout au long de la saison sur le site. Et puis ensuite, une fois qu'ils sont là, ce qu'il faut, c'est que qu'on arrive à ... que cette mixité fonctionne, donc là au travers des animations qu'on va proposer, de la façon où on va installer les gens aussi aux tables du restaurant. On essaie de faire en sorte que dans la semaine, il y ait plusieurs moments de réunion, fin de réunion ... j'entends en tout cas où les gens vont se rencontrer.

LS : Ok et comment vous parvenez à un peu attirer tous les publics, sachant que du coup j'imagine que les CSP +, ils ont vraiment les moyens de se payer une prestation de haute qualité tout ça. Fin, comment vous parvenez un peu à attirer ces publics-là ?

AG : Bah d'abord nous nos séjours, ils sont en catalogue ouvert, donc ça veut dire que tout le monde peut s'acheter un séjour chez village Club du soleil en allant sur notre site internet par exemple ou en appelant notre centrale de réservation. Donc c'est là où on va proposer nous notre prestation et où on met en avant la qualité de notre prestation dans le choix du tarif qui est appliqué. Ça, ça fait partie aussi des fondements du tourisme social. On fait en sorte que le rapport qualité prix reste intéressant pour tous, c'est à dire peu importe la catégorie socioprofessionnelle ou la personne qui va acheter son séjour. Et puis ensuite, au travers des partenariats donc soit des plateformes aussi de de revente, hein ? On a des séjours qui sont mis en vente sur Veepee par exemple ou sur Booking. On va pouvoir ramener quand les villages sont un petit peu moins complets, à faire des promotions et donc à attirer des gens qui ont aussi, ou moins d'argent ou envie d'en dépenser moins. Donc ça, ça peut arriver aussi. Et puis au travers du coup-là de nos partenariats, les comités d'entreprise, les œuvres sociales, les mairies, on va réserver des ... c'est ce qu'on appelle des allotements, c'est à dire que même si je prends l'exemple d'un comité d'entreprise, on sait que sur telle semaine, on peut potentiellement avoir jusqu'à trois logements occupés par des ressortissants du comité d'entreprise qui forcément, du coup, auront payé moins cher leur séjour vu que le CE prend une partie en charge.

LS : Ok.

AG : Donc en fait, c'est en mélangeant tous les canaux de vente peut-être pour résumer, c'est en additionnant tous les canaux de vente aussi que la mixité se fait.

LS : D'accord, Ok oui. Alors ensuite, est ce que votre village vacances vous considérez qu'il agit en faveur d'une inclusion sociale des publics vulnérables ? Style personnes en situation de handicap, personnes à très faible revenu ou personnes âgées. Est-ce qu'il y a des actions qui sont mises en place pour ça ?

AG : Bah complètement. Déjà, alors dans le choix des infrastructures aussi. Dès qu'on part sur de la rénovation ou de l'achat de nouveaux villages vacances, on fait attention à respecter la législation et à pouvoir accueillir des personnes ... un public handicapé par exemple en gardant un nombre de chambres PMR suffisamment important et en tout cas pas du tout fermer les ventes à ce niveau-là, que ça ne soit pas bloquant. Donc ça c'est le premier point. La question, c'était ? Comment est-ce qu'on favorise la ... ?

LS : ... l'inclusion sociale un peu de ces publics.

AG : La question que vous m'avez posée exactement parce que je me suis perdue.

LS : Ouais, est-ce que vous considérez que votre village vacances, il agit en faveur d'une inclusion sociale des publics vulnérables ? Et si oui, est-ce que c'est vraiment des actions qui sont vraiment mis en place que pour ça ?

AG : Je réfléchis parce que la question est quand même pas facile.

LS : Oui.

AG : Je dirais qu'en fait on fait en sorte d'accueillir tout public de la même manière. Et c'est ça ... alors il y a quand même des moments, le fait aussi d'avoir partagé notre saison, de garder les ailes de saison par exemple pour tous les publics seniors retraités, on adapte complètement la proposition, la proposition de programme à ce qui est attendu par exemple par les seniors. Et ça nous permet aussi de tirer les prix hein puisque comme ils viennent en groupe, forcément ça coûte aussi moins cher pour eux. Donc quelque part oui, dans la programmation de nos vacances, c'est certain qu'on a fait des choix qui favorisent l'inclusion.

LS : Ok, alors ensuite au niveau de la culture et l'éducation. Est-ce que vous considérez que votre village vacances est un lieu culturel et éducatif ? C'est à dire qu'on revient des vacances, on a appris plein de choses... fin voilà.

AG : Alors oui, à partir du moment où les gens participent aux activités, aux animations qu'on propose, ça l'est. Donc on a entre autres aussi une crèche, des clubs enfants sur place pour lesquels il y a un programme pédagogique qui est mis en œuvre, c'est à dire qu'on réfléchit au programme qu'on va proposer et à la façon dont on va le proposer. L'idée, c'est pas simplement de garder des enfants, c'est qu'ils aient du contenu pendant leurs vacances et que le fait qu'ils soient pas avec les parents, c'est pas une fin en soi. Donc nos animateurs, dans le programme d'animation qui proposent déjà pour les clubs enfants, on va faire en sorte qu'ils ne restent pas à l'intérieur du club, qu'ils sortent, qu'ils aillent découvrir la mer qui est à côté, qu'ils aillent dans les marais, qu'on soit pas simplement sur une balade mais qu'ils puissent découvrir les plantes, les animaux. Donc on... ou les activités qu'on leur fait faire, quand on leur fait faire de la cuisine, on leur fait cuisiner les produits bretons. Voilà qu'ils ont aussi appris quelque chose et qu'ils découvrent l'environnement sur lequel ... fin du lieu des vacances quoi. On le fait pour les enfants, alors là c'est encore plus pertinent parce qu'on l'écrit au travers d'un programme pédagogique. Et puis on le fait aussi pour les adultes parce que là encore, notre objectif, c'est pas de les garder enfermés sur le village vacances, pour nous, ça n'a pas d'intérêt. Par contre dans le programme d'animation qu'on va proposer, on fait en sorte qu'ils sortent, qu'ils découvrent des prestataires locaux, qu'ils aillent se balader avec des explications. Donc on a un programme d'excursion par exemple avec un guide qui va leur expliquer. Alors ils peuvent ... je donne un exemple... mais par exemple, ils peuvent décider d'aller tout seul à Concarneau, visiter Concarneau et puis sinon, ils peuvent décider de le faire en groupe avec nous, donc en rencontrant déjà d'autres vacanciers et puis sur cette visite qui va être accompagnée, on leur délivre un petit peu de savoir. Voilà le côté culturel des vacances et où on n'est pas simplement dans de la consommation mais au contraire, vraiment dans la découverte.

LS : Donc c'est quand même un lieu où il y a pas mal d'actions mises en place pour favoriser la culture et l'éducation, c'est important, c'est bien, surtout pour les enfants.

AG : Ben je dirais pour les deux hein, ça plaît aux adultes aussi. Et puis ce qui est sympa, c'est de le faire de façon ludique, donc on n'est pas là pour ... [Rires] ... imposer un programme. Mais

par contre, à chaque fois qu'on va faire une action, on va le faire pour s'amuser mais aussi pour apprendre quoi et pour la découverte du local.

LS : Ok ben là, on y arrive au local. Dernière petite thématique. Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Donc c'est vraiment s'il contribue à l'économie locale, au développement de relations de proximité, voilà tout ça. Tout ce qui tourne un peu autour du développement local finalement.

AG : Complètement, complètement. Alors déjà, est sur du partenariat avec nos prestataires justement sur tout ce qui est activité et on sait qu'on a un poids là-dedans, puisque comme on inclut une grosse partie de nos activités dans notre tout compris, ça veut dire que pour le vacancier, c'est gratuit au moment où il arrive, donc plus facile à consommer. Et le fait par exemple de découvrir l'activité marche aquatique ou paddle, la personne qui vient en séjour, elle l'a déjà dans son séjour peu importe combien elle a payé, peu importe le biais par lequel elle est arrivée. Donc il n'y a plus besoin à ce moment-là de sortir de l'argent. Et comme nous, on préachète en fait ces sorties, ça veut dire qu'on le fait en gros. Donc là nous, quand on va aller voir notre prestataire, lui il va pouvoir commencer avec de la trésorerie son année et il sait déjà qu'on va lui acheter tant de sorties paddle. Vous voyez par exemple, donc lui ça lui permet de vivre, ça lui fait connaître aussi bah de de futurs clients pourquoi pas parce qu'ils peuvent prendre des prestations en plus. Donc là, ça, ça fonctionne très très bien, ça a été mis en place par village club du soleil. Au départ, ils étaient très implantés à la montagne et le principe, c'était d'avoir les forfaits de ski déjà inclus dans le séjour donc c'est gagnant-gagnant. C'est gagnant pour les remontées mécaniques qui savent déjà à l'avance qu'elles vont vendre un gros volume de forfait. C'est gagnant pour nos vacanciers qui, quoi qu'il arrive en fait, le coût est moindre parce que même si c'est reporté forcément dans le prix d'achat ou en partie, bah le fait d'acheter en gros, on l'achète pas au prix fort et puis surtout ben ça fait que tout le monde l'a, tout le monde à ce forfait ou tout le monde a cette activité. Donc ça, c'est la première façon, on va vraiment avoir un impact en local. Et puis la deuxième, bah c'est aussi sur nos choix d'achats alimentaires ou bar où on va essayer d'acheter ... alors pas tout hein ? C'est pas 100% parce qu'il faut quand même rester économiquement rentable.

LS : Dans le budget.

AG : Mais par contre, on va privilégier aussi quelques achats en local, voire très local. Par exemple le cidre qu'on propose au bar, on le prend pas chez France boisson sur une grosse enseigne, nous on s'est rapproché du petit producteur de Fouesnant. Donc voilà.

LS : Ça c'est important et je pensais aussi à votre personnel ? Est ce qu'il vient du coin ?

AG : Alors il y a les deux, en fait, il y a les deux. Comme je vous disais, on est vraiment sur des saisonniers donc ça peut être des gens qui arrivent partout de France et même des fois de l'étranger. On loge une grosse partie de notre personnel et puis on a des gens aussi du coin qui viennent travailler. Donc quoi qu'il arrive, ça crée de l'emploi donc c'est intéressant aussi pour la dynamique locale, hein, et ça a forcément une résonance.

LS : Ouais. Je me souviens plus, vous m'avez dit qu'il y avait combien de permanents à l'année parce que je sais que ça monte beaucoup l'été ?

AG : Je vous l'ai pas dit, c'est peut-être pour ça en fait. On est trois permanents nous sur le site, à l'année. Après, on monte jusqu'à 80 donc sur juillet/août. Et puis sur 5 mois, on est une quarantaine, mais c'est du travail aussi qui peut être pérennisé. On a une grosse partie de nos équipes qui sont là l'été et qui vont travailler l'hiver sur d'autres sites du village Club du soleil. Et puis le par exemple, j'ai des femmes de ménage, elles qui sont, qui habitent vraiment juste à côté du village vacances, c'est elles qui ont les contrats les plus longs. Donc voilà, sur l'emploi, ça a forcément une résonance, mais pas que locale.

LS : Mais il y a quand même une grosse activité. Vous êtes un des gros employeurs du coin quand même, je pense, parce que l'été j'ai vu que ça monte à 80...

AG : Ouais et puis nos saisonniers, ils sont aussi du coup consommateurs de tout ce qui se passe en local. De toute façon la collectivité, on l'a fait vivre au travers aussi de la taxe de séjour, au

travers bah des vacanciers qui viennent, qui découvrent le coin, qui vont être consommateur mais nos équipes aussi hein.

LS : Ok bon ben je pense qu'on a fait le tour des questions. Je ne sais pas si vous avez quelque chose à rajouter ?

AG : Non, non, je pense qu'on a fait le tour. Après, si juste une petite chose parce que c'est vrai qu'on est quand même dans une période où on met beaucoup en avant tous ces points quand on est dans le développement durable, quand on met en place voilà des suivis sur l'énergie. Et c'est vrai que le tourisme social et solidaire, c'est moins connu ou c'est souvent très réducteur, c'est à dire que voilà, ça veut dire quoi ? Ça veut dire que c'est pas cher, ça va au-delà de ça. Même dans les choix, c'est à dire que même dans les choix des produits ménagers par exemple qu'on fait, on achètera peut-être pas tout en local, mais par contre on achètera pas un produit qui est fait en Chine, qui a été... Voilà donc c'est une vraie démarche qui vit au quotidien, qui se répercute dans tous nos actes en fait. C'est pas juste pour faire beau.

LS : OK, mais c'est vrai que de l'extérieur, les personnes en entendant tourisme social, elles pensent que c'est les vacances pas chères et tout mais pas du tout en fait. Déjà pour aller en village vacances faut quand même avoir les moyens et tout, même s'il y a des publics aidés. Mais c'est vrai que je pense que le tourisme social, il faut qu'il lutte un peu aussi contre ces préjugés-là.

AG : C'est ça.

LS : C'est un peu compliqué.

AG : Et nous, notre objectif, c'est vraiment de rappeler à qu'on est sur un vrai bon rapport qualité prix parce que l'idée c'est pas non plus de faire des vacances à bas couts pour des gens qui ont pas les moyens. Non non, c'est de faire des vacances qui détendent tout le monde, où on apprend des choses, où on rit, où on fait des rencontres mais des vacances de qualité. Et c'est pas parce qu'on est moins cher que le Club Med qu'on passe des moins bonnes vacances. Et c'est pas parce qu'on accueille un public qui a pas les moyens qu'il faut pas mettre les petits plats dans les grands aussi pour accomplir notre mission.

LS : Ouais, je suis d'accord. Va falloir effectuer un travail de communication là-dessus un peu pour ... voilà pour changer un peu les mentalités. En tout cas c'est hyper intéressant. Bah merci d'avoir pris le temps de de répondre à mes petites questions.

AG : Bon courage pour mettre sur papier.

LS : Merci beaucoup, bon courage à vous aussi. Et puis peut être à bientôt.

Entretien semi-directif n°8 – ULFV

[Mise en contexte]

LS : Je vais peut-être vous laisser vous présenter dans un premier temps.

CA : Donc je suis directeur de [nom du village vacances] depuis 2019. Donc auparavant, j'étais directeur dans d'autres sites. J'ai fait des campings privés, tout comme des villages du tourisme social comme des villages privés. J'ai fait des marques plus connues, donc VVF en l'occurrence, CAF Vacances qui est aujourd'hui Mileade, des campings privés, etc., etc. Et je fais ce métier depuis ... ben directeur depuis 2007 et je suis dans le village vacances depuis 1998, voilà. Donc ici à [nom du village vacances], c'est un village de 90 hébergements avec une prestation, on va dire toutes saisons d'avril à octobre donc d'avril à juin, c'est notre principale activité, ce sont les groupes en pension complète. L'été, ce sont les familles en locatif et rebelote en septembre, octobre, groupe en pension complète, on travaille sur ces trois marchés là. Nous avons aussi à [nom du village vacances], on avait une clientèle conséquente, elle était avec justement la CCAS, c'est à dire que sur 90 hébergements l'été, la CCAS m'en prend presque 70 je crois. Et voilà.

LS : Ok.

CA : Vous voulez d'autres infos ou c'est bon ?

LS : Vous avez un petit peu anticipé mes questions suivantes. Est-ce que vous avez un peu toutes les catégories socioprofessionnelles de représentées dans votre clientèle ?

CA : Dans un cadre d'accueil virtuel, on va dire sur le papier, oui, en réalité, la destination fait que finalement en CSP, je vais être beaucoup sur les cadres moyens, notamment chez EDF où les ouvriers hautement qualifiés, les choses fin les catégories là. J'ai pas de ... je reçois très très peu de familles nécessitant un soutien social, soit en catégorie défavorisée, c'est à dire que je n'ai jamais de personne ..., ce qu'on appelle AVS, c'est à dire le schéma vacances de la CAF, j'en ai jamais. Après, si les gens ont des aides CAF, on n'en parle pas. Il y a des gens des CSP supérieurs qu'on les ? [pas compris] donc c'est pas significatif. Donc sur mon caryotype de clients ici ça va être l'ouvrier hautement qualifié, le cadre moyen véritablement. Mais sur le papier, on accueille tout le monde, alors j'accueille tout le monde. C'est vrai sur les groupes, c'est très varié. On peut avoir des groupes, par exemple des Restos du cœur par exemple, ou du Secours catholique plutôt, qui donc sa clientèle va être une clientèle de personnes défavorisées jusqu'à tout le monde, en fait tout le monde. Les prix permettent de. Mais ma destination intéresse surtout les cadres moyens, c'est à dire qu'on est sur une destination patrimoniale, découverte, nature, tout ça. Et mon cœur de cible de fait ne sera pas des gens défavorisés, qui souvent n'étant pas motorisés, souvent n'ayant pas, ne sachant pas véritablement ce qu'est la Bretagne s'ils viennent de loin, ils préfèrent aller dans le sud ou dans les endroits où il y a les toboggans tout ça puisqu'ils vont être des factos enfermés sur le village puisque problème de motorisation. Et mon village n'offre, c'est pas un club, il a pas la prétention de garder les gens H24 : toboggans, snack, snack, toboggan, boîte de nuit, etc. Voilà voilà le caryotype de ma clientèle, donc on est vraiment sur le cadre moyen.

LS : Ok et du coup j'ai bien compris qu'il n'y avait pas beaucoup de personnes qui viennent via la CAF, par exemple les organismes sociaux. Mais du coup j'imagine qu'il y en a pas mal à venir de leur CSE. Est-ce que vous avez un peu les chiffres ?

CA : Ouais alors sur la CAF évidemment via les bons CAF ordinaires parce qu'on appelait les bons CAF, c'est à dire le AVF, c'est à dire on a une aide en fonction de ... ça oui oui beaucoup. Mais l'AVS c'est assez socialisé, avec un accompagnement ... non ici j'en n'ai jamais eu à ma connaissance je n'en ai jamais eu ce genre de choses, non. Concernant donc les statistiques des CE donc évidemment j'ai la CCAS c'est vraiment de loin, de loin, de loin mon premier client. Pour vous donner un ordre d'idée, malgré qu'il y ait une convention, on va dire qu'ils ont 20% ... en moyenne 20% de réduction sur le séjour. Sur 1 200 000 de chiffre d'affaires, je fais 400 000 avec la CCAS.

LS : Ok.

CA : Donc ça donne une idée de 50% de la CCAS. Ensuite j'ai mon deuxième, ça va être l'Agospap c'est à dire la ville de Paris, mais loin derrière, très loin derrière, donc là, c'est à peine significatif : on est sur du 3%, 4%. Et puis ensuite, on a un allotement particulier avec la Carsat, c'est à dire les employés de la caisse de retraite de Lyon, avec qui donc... comme ils ont deux mobil-homes qui leur appartient et comme j'en ai 90, on est à 3%. Voilà.

LS : Ok, d'accord.

CA : Après j'ai un peu d'Air France un peu de ceci, un peu de cela, mais on est vraiment dans quelque chose d'anecdotique par rapport à la masse du CCAS EDF.

LS : D'accord. Ok ben c'est bon à savoir parce que je n'étais pas au courant, je travaille à la CCAS mais je ne savais pas.

CA : Alors pour vous donner un exemple, bien que je ne sois pas un village CCAS, je bénéficie néanmoins de la bibliothèque, de la tournée culturelle l'été et j'ai mon Bruno RATHOUIT, mon charmant camarade de ... président de la CMCAS Finistère Morbihan qui est là tous les quatre matins, on fait plein de choses ensemble en réunion d'accueil. Je bénéficie l'été des avions, des bateaux. L'été en juillet août, je fonctionne quasiment comme un village CCAS tellement, tellement ils sont là, ouais.

LS : Ok et en termes de fidélisation, est-ce que vous avez un peu les chiffres, un ordre d'idées ?

CA : Un ordre d'idées plutôt. Non, on n'a pas de chiffre véritable. Un ordre d'idée donc sur la partie familiale uniquement la partie groupe, c'est complètement différent. Sur la partie familiale, on a, disons sur 90 logements en saison donc en juillet août, on va être simplement sur cinq maximum de gens qui sont des habitués, donc on n'a pas un taux monstrueux mais quand même. Et sur tous ces gens-là qui sont déjà venus, donc c'est peut-être 5, 10 ans auparavant, là on va avoir une dizaine, donc c'est pas c'est pas gigantesque non, c'est pas gigantesque.

LS : D'accord. Ok, d'accord, ensuite, je vais aborder mes petites thématiques, j'en ai quatre. Donc tout d'abord, est-ce que votre village vacances, vous considérez qu'il favorise la mixité et le lien social. Et si oui, bah quelles sont les actions menées ?

CA : Alors en termes de mixité sociale, comme on accueille tout le monde et que les prix permettent de le faire, j'ai envie de dire oui. À tel point que finalement, je ne peux pas vous dire la CSP de chacun. Parce que nous avons une seule typologie, fin on a deux typologies d'hébergement, deux c'est relativement peu. Donc il n'y a pas de gamme super luxe, vue mer avec room service et de l'autre côté le tonneau, le tonneau percé avec huit personnes dedans. Donc en termes de mixité sociale, nos tarifs permettent de le faire, nos tarifs sont sur le marché global. Je vous donne un exemple brut. Sur une semaine, on était sur un gîte de 60 m², je vais être à 1 200€ quand ma collègue de VVF en face sur un gîte de 35 m² à peu près, c'est 35 m², ils vont être à 1 800€ la semaine. Donc ici c'est moins grand et elle a pas de service, pas d'animation, pas de piscine, un tout petit club enfant je dis elle parce que c'est l'ancienne directrice du VVF et aujourd'hui, elle travaille pour moi-même. Et donc voilà, on est, on va dire à 50% alors hein, 50% moins cher que le marché. Donc à partir de là, on peut, si on est moins cher que le marché, on peut dire qu'on accueille plus facilement toutes les origines sociales. Donc voilà pour le cadre de la mixité. Au-delà de ça, j'ai pas d'action spécifique ici, on n'est pas dans l'éducatif, on n'est pas dans le social au sens accompagnement social, non, non il n'y a rien de tout ça et on n'a pas besoin en vérité. Maintenant en termes de ... la deuxième question, c'était.. le lien social ? Non, je sais pas...

LS : Oui, le lien social.

CA : Oui, alors le lien social, il se caractérise chez nous par les moments, les moments, donc ce qu'on va appeler l'animation, on fait de moins en moins d'animations. « Allez danse du village, tous à poil, tout ça », on fait pas ça, on fait plus ça. On va faire des soirées sur la plage où tout le monde vient juste à se vautrer, à glander entre famille pour se rencontrer. On fait des repas à l'ancienne, c'est à dire les grandes tablées, les grandes tablées de repas festifs où chacun amène sa vaisselle, etc., voilà. Et on fait les choses comme ça, on fait les choses comme ça, cela suffit en tout cas pour le village que nous avons. Mais il n'y a pas d'opération spécifiquement, puisqu'on

n'a pas de clientèle en difficulté, on n'a pas de demande particulière et ça se passe très très bien du coup.

LS : D'accord et comment vous faites pour un peu attirer tous les publics ? Fin d'un côté, voilà des personnes qui ont plus les moyens et d'autres qui sont venues vraiment grâce à des aides.

CA : Ben vraiment on est sur le front tarifaire. La dimension sociale, ici elle est pas, c'est pas des cracks hein, c'est vraiment pas un discours marketing que je vais vous faire, elle est pas sur l'offre, l'offre qui est tout à fait à niveau. Donc elle va se faire sur un autre critère, c'est la tarification. On a une tarification vraiment ... bah par rapport à la destination, on est vraiment, vraiment, vraiment pas cher. On est vraiment pas cher donc c'est ce qui fait que on va pouvoir être accessible à chacun mais sur l'offre on ne s'en rend pas compte. L'offre hôtelière et largement largement largement au niveau de ce qui se fait puisqu'on a de très beaux gîtes. L'offre, l'offre de service est ordinaire, au niveau quoi. Voilà donc on a pas d'offre particulière qui fait que on attire. Après sur site, on n'a rien de payant hormis les consommations par exemple mais on ne va pas faire payer le club enfant, la piscine. Alors évidemment dans le tourisme social, c'est une norme mais si on va dans des campings privés, faut payer pour avoir accès à la piscine, faut un bracelet pour aller dans le club enfant, parfois c'est ... pas toujours, faut lâcher un bifton, ici en fait, tout est comme ça. Maintenant les prix des consommés, les repas, le bar, tout ça, on est légèrement en dessous du marché, voilà.

LS : Ok.

CA : Mais il n'y a pas d'offre socialisante, euh pardon, de produits socialisants spécifiques sur le village.

LS : Alors tout à l'heure, vous disiez que vous étiez pas du tout axés sur l'éducation et la culture, tout ça...

CA : La culture si.

LS : Oui donc éducation non, parce que ma question suivante, c'était : est-ce que vous considérez votre village vacances comme un lieu culturel et éducatif ?

CA : Éducatif ? Non, sincèrement non. Et culturel carrément par contre. Bah pour vous donner un exemple, hier soir c'était, on aurait pu faire une animation loto, on aurait pu, j'ai fait venir une troupe de théâtre d'auteurs, donc je vais pas dire que c'est un théâtre exigeant mais pas loin. Ensuite, on a la tournée CCAS. Et notre ... vraiment notre idée nous, c'est une projection sur le territoire avec des visites culturelles tout autour, c'est à dire qu'on a quotidiennement des sorties vers du patrimoine, vers la découverte de la nature, vers... voilà. C'est vraiment axé sur la découverte de la région mais si, on a une grosse zone de points info. Le village [nom du village vacances], c'est un site où les gens viennent bivouaquer entre guillemets pour découvrir le Morbihan, donc l'offre culturelle est à la fois instituée avec une offre spectacle et à la fois l'extérieur, avec un encouragement pour que les gens, plus qu'un encouragement vu qu'on les accompagne, pour qu'ils aillent découvrir le terroir, le territoire. Et éducatif, je dirais moins, déjà parce que c'est un métier et euh ... que nous non, c'est pas trop notre truc.

LS : Ok, euh ensuite, est-ce que vous considérez que votre village vacances, il agit en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ? Donc personnes en situation de handicap, personnes âgées qui peuvent être isolées, un peu tous ces publics.

CA : Ouais tout à fait. Alors dans le cadre de l'accueil des groupes, on fait du troisième âge mais aussi du quatrième âge et on est facilitant. C'est à dire que bah là ce matin, je vous ai demandé quelques minutes, j'étais en train de traiter un cas médical lourd. Donc on accueille tous les publics, je dis comme du quatrième âge, des personnes fragilisées, tout ça. On a des protocoles, c'est un grand mot, on a des process pour qu'ils soient au bord du restaurant, etc. Enfin bref, s'il faut faire venir des bouteilles d'oxygène, on fait venir des bouteilles d'oxygène, on a des lits médicalisés, etc., on se charge aussi des infirmières, des médecins, tout ça. Bon ça, c'est pour que les hommes, les gens viennent là. Sur les handicaps, on a deux façons de faire. D'abord sur la partie matérielle, on n'a que cinq logements équipés PMR en tout cas et puis après de par notre accessibilité, de par

notre disponibilité qui est peut-être un petit peu différente des autres villages. En tout cas, c'est ce qu'on fait et c'est ce que les clients disent en permanence. Si on a un handicap, on va s'en occuper, le traiter entre guillemets et prendre en considération tous ces besoins. On va adapter, acheter le matériel, faire des dîners servis en chambre, etc., etc. On n'est pas labellisés Tourisme Handicap parce que j'en ai jamais fait la démarche pour tout vous dire. Mais oui, on est pas mal à ce niveau-là, on est pas mal. Donc c'est vrai que par tradition, c'est nous qui nous occupons des infirmières, les bouquets de machin. On s'occupe même des frais médicaux, 90% des allers-retours aux urgences, on en fait à peu près un par semaine, bah le SAMU il se déplace pas ici, on est dans une presqu'île, il y a pas de médecin. Donc 90% des urgences, c'est nous qui les traitons donc je suis pas médecin, je suis pas non plus encore moins médecin urgentiste mais c'est nous qui traitons. On passe la nuit avec les gens, c'est moi qui discute avec le médecin, pour les groupes hein. Donc d'une certaine façon, les gens s'infantilisent en venant ici et nous confient leur santé et que ce soit pour le handicap, c'est la même chose. On a besoin d'un fauteuil roulant ici, on a, on a ce qu'il faut pour. Voilà donc ce qu'on peut faire en plus, ouais, ouais.

LS : Ok mais il n'y a pas vraiment de programme d'actions pour les inclure par exemple via des ateliers ...

CA : Ah non, non, non, on n'a pas de projet là-dessus. On n'a pas de projet, il y a aucune demande pour tout vous dire. On est vraiment un lieu de vacances, donc non il y a aucune demande.

LS : D'accord. C'est vraiment plus accompagnement, aménagement des locaux, tout ça pour les accueillir.

CA : Ouais puis en fait, l'handicap c'est vaste, on parle bien sûr du PMR qui est le plus évident. Mais sur les handicaps cognitifs, que ce soit les anciens ou même des enfants qui ont des problèmes, autisme etc., tout simplement, on est dans une chose qui a pas mal disparu que les gens ici hallucinent, c'est qu'on s'occupe de ces gens. C'est à dire qu'un gamin qui a des problèmes, on en a quelques-uns, on va s'intéresser à lui, s'intéresser aux parents, le reconduire chez lui s'il est paumé, l'accueillir chez nous. C'est ce côté bienveillance qu'il y a par ailleurs totalement disparu. Par ailleurs, c'est-à-dire que maintenant on va médicaliser ou on va médicaliser chaque acte, alors que bien souvent, il suffit d'humaniser chaque prestation et tout se passe bien. Et c'est valable pour les non-voyants, pour tout ce que vous voulez et c'est quelque chose qui a complètement disparu. Alors par contre ça demande, ça demande et c'est pourquoi ça a disparu, c'est que ça demande une implication énorme, c'est à dire qu'il m'arrive souvent de passer de 22h00 à 06h00 du mat' aux urgences, bon à 07h00 le petit déj. Un employé lambda de nos jours, jamais de la vie il le fera ! C'est à dire qu'on va envoyer le SAMU, point, prise en charge ou pas. Nous, on va jusqu'au bout des choses. Par exemple, je donne un exemple, j'ai un petit gamin la semaine dernière qui avait des problèmes, il a eu un grave accident au crâne, il était bébé donc il a eu quelques troubles comportementaux, il a mangé chez moi pendant la semaine avec mes enfants. C'est con ! Évidemment que c'est pas breveté, que c'est pas des travaux mais l'accueil, qu'est-ce qu'on peut faire comme aménagement pour ce petit ici qui passe des vacances sereines ? Rien dans le cadre de son handicap. Euh, mais cet accueil humain qui a mais totalement disparu par ailleurs, ici on le poursuit et c'est vraiment une particularité. Donc si vous voulez l'inclusion des gens se fait par une partie matériel, certes, par une partie de formation des personnels, certes, mais l'écrasante majorité de l'accueil se fera juste par une considération que les gens ne sont pas uniquement des clients, encore moins des bénéficiaires ou encore moins des usagers. Ici on accueille les gens comme si c'était, c'est un grand discours, mais je vous assure qu'on le fait. On accueille les gens ici comme s'ils étaient mes parents ou mes grands-parents. Le Monsieur ce matin qui a fait un malaise, c'était mon père. Voilà.

LS : Ok. Mais c'est ça aussi qui recherchent les gens, c'est avoir un bon accueil, être bien pris en charge, tout ça, c'est important.

CA : Être considéré, ouais, parce que c'est devenu extrêmement rare. On va pas médicaliser, surmédicaliser pour recevoir une infirmière, remplir des papiers de sécu et finalement créer un stress. Alors que juste un peu de considération, un peu de faire la place à. On gère avec ça l'écrasante majorité des cas. Si on a une bordure par exemple, qui est pénible, on a une bordure qui est pénible pour les fauteuils, aux gaillards, je suis pas le seul ! Et ben le fauteuil pour passer

la bordure, voilà, on va pas appeler un engin de levage ou quoi ou je sais pas quoi, on va juste lui faire faire le tour, voilà.

LS : Alors, dernière petite thématique. Est-ce que votre village vacances il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Alors je m'explique, c'est-à-dire contribuer à l'économie locale, à la création de richesse pour les territoires ou bien au développement des relations de proximité ?

CA : À fond, à fond. À fond, c'est à dire euh ... on travaille bien sûr, quand c'est possible, fin quand c'est possible, ça vient pas de nous, ça vient des. On travaille évidemment les artisans locaux, on travaille évidemment avec les fournisseurs locaux. Mais depuis quelque temps, les fournisseurs locaux sont plutôt en retrait parce que, comme beaucoup de monde, ils ont manqué de main d'œuvre. Pour un exemple simple, j'arrive pas à trouver un seul boulanger qui va pouvoir nous livrer du pain, ça n'existe plus, ils ont plus de boulangers, ils ont plus de personnel, donc là on a... Là sur ma boutique, je vais avoir sel de Guérande à gogo, les bières bretonnes, tout ça, c'est des choses qu'on va chercher, on travaille directement avec les fournisseurs locaux. Là je vois avec le paludier, là je vois cidrier, là non c'est made in China. On va de par nos visites, toutes les semaines, on a des visites de biscuiterie locale, fin le Kouign Amann et toutes les choses très light comme ça, des cidreries, etc. On a des guides pays, c'est à dire des gens qui sont vraiment du pays, qui font certaines animations type algues, etc. Comme je disais tout à l'heure, on est sur un village de projection sur le territoire, donc à partir de là on fait énormément travailler le territoire. Oui, donc ça, on est à fond là-dessus ... par obligation, par intérêt, par appétence. Ouais bon on fait ouais, à fond, à fond.

LS : Ok et je pensais aussi à votre personnel, peut-être que aussi ... D'ailleurs je ne vous ai pas demandé combien vous aviez de permanents et de saisonniers à l'année.

CA : 2 permanents et 12 saisonniers.

LS : Ok d'accord et du coup, j'imagine que la plupart sont du coin ? Non ? Peut-être pas.

CA : Non, non, non, du coin, j'en ai trois. Comme tout à chacun, ces dernières années, on a eu énormément de mal à recruter, donc j'ai créé des lieux de logement du personnel. Donc pour recruter, il fallait avoir travaillé sur plusieurs axes. Et là, ça devrait vous intéresser sur la dimension sociale. Donc plusieurs axes, on va travailler au maximum sur la partie masse salariale au maximum, c'est à dire que j'ai eu la latitude d'augmenter les salaires. Par mon biais d'augmenter les salaires au niveau de l'entreprise par ce qu'on appelle l'indice, le point si vous préférez, donc ce qui fait que des factos, on a plus déjà à courir après le SMIC, c'est pas évident le SMIC a pas mal... et un par un beaucoup beaucoup ont été augmentés. Seconde chose pour avoir du personnel et aussi pour qu'ils soient bien tout simplement : je l'éloge, c'est à dire qu'ils sont logés gratuitement quand je dis gratuitement, c'est gratuitement, je reprends aussi la partie Urssaf et dans des logements convenables, ils ont un mobil-home par personne, par individu, sauf j'ai eu une exception. Voilà et ensuite ils sont nourris gratuitement, il n'y a pas les 3,27€ par jour ou je ne sais même plus combien c'est, ou 1,04€ par repas. Ils sont nourris gratuitement. Et voilà donc ça m'a permis moi, de pas mal me couvrir au niveau des pénuries de staff, cette année, je n'en ai pas et donc par contre localement, si vous voulez le chômage... Vous êtes bretonne ?

LS : Oui !

CA : Ouais donc il n'y a jamais eu de chômage en Bretagne, en Morbihan : 3%, 4%, c'est dans les sites, donc il n'y a pas de main d'œuvre, il y a peu de main d'œuvre capable de rentrer dans la partie saisonnière ou alors des gens en très très grande difficulté, des camés, des poivrots pour tout vous dire. C'est ce que j'ai dans le village, des mecs qui sont loin de l'emploi, ça marche. Donc, finalement faire venir des gens de loin, il faut leur proposer, après ils acceptent ou pas, pause longue donc on parle de 8 mois et puis les recevoir convenablement c'est-à-dire un logement, ce que je vous ai dit tout à l'heure. Donc voilà pour la démarche sociale du personnel.

LS : Ok bon ben on a fait le tour de de mes petites questions. Je vous remercie d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

CA : Avec plaisir.

Entretien semi-directif n°9 – CCAS

[Mise en contexte]

LS : Je vais te laisser te présenter en quelques mots rapidement.

MH : D'accord. Très bien. Je m'appelle [nom et prénom de la personne], j'ai 43 ans, parcours un peu atypique hôtelier. J'ai fait un BTS action commerciale et en 2007, j'ai fait une formation pour devenir réceptionniste hôtellerie. J'ai fait pratiquement toute ma carrière dans l'hôtellerie, j'ai fait du village vacances : Pierre et vacances, Maeva, Cap vacances. Et j'ai fait de l'hôtellerie classique, hein, de la chaîne hôtelière chez Accor, chez Novotel et également en 2015, je suis passé chez les indépendants. Donc j'ai gravi les échelons, j'ai terminé directeur adjoint d'un hôtel 3 étoiles. J'ai fait un petit peu d'EHPAD aussi, j'ai managé une équipe de 25 personnes comprenant la cuisine, la salle, la plonge, euh, l'entretien, le bionettoyage et la lingerie. Euh ... et j'ai intégré dernièrement une structure, un organisme de formation qui est l'AFPA en tant que formateur en hôtellerie. Voilà et je suis originaire de Metz, hein, j'ai oublié de le dire. Et là, je suis venu en Bretagne pour relever un nouveau challenge. Je ne connaissais pas du tout la région ni la CCAS. Et depuis le 10 avril, je suis embauché par la CCAS.

LS : Ouais, et du coup tu arrives aussi dans un nouveau tourisme parce que comme tu disais, tu étais un peu dans le tourisme lucratif et là, tu arrives plus dans le tourisme social...

MH : Tout à fait. Alors, c'est pour ça que j'ai déposé ma casquette de financier gestionnaire pour embrasser un petit peu l'éthique, CCAS et activités sociales.

LS : En recherche d'un peu plus de sens, peut-être.

MH : Oui oui mais c'est vrai que je connaissais pas du tout hein. Et c'est vrai que quand on enlève ce gros rapport à l'argent, recherche de bénéfices, c'est vrai qu'on a plus de temps à se consacrer, bah peut-être aux bénéficiaires, aux collègues, aux fournisseurs, voilà.

LS : Ok. Est-ce que tu peux faire une petite présentation aussi du village vacances ?

MH : Oui.

LS : Sa capacité, tout ça, ouais.

MH : D'accord. Alors le village vacances de [nom de la ville où est situé le village vacances], à la base était un hôtel : l'hôtel de la plage, édifié en 1895, qui a été racheté en 1974 par la CCAS. Le bâtiment principal, qui a été construit en 1895, comprend 78 chambres au total. En 1978, il était décidé par la CCAS de construire une annexe comprenant alors là ... Ah pardon, le bâtiment principal, non, non. La capacité totale pardon était 78 chambres. Le bâtiment principal comprend alors ... il faut que je fasse le calcul je ne sais plus, je suis désolé. Je vais faire le calcul, euh 78-36, attends ... euh 42 chambres il me semble, c'est ça. 42 chambres pour le bâtiment principal et 36 chambres pour le bâtiment de 1978. On appelle ça le bâtiment 78 parce qu'il a été inauguré en 1978 après des années de construction. Voilà, c'est deux bâtiments assez distincts au niveau ... bah au niveau des chambres. Dans le bâtiment principal, il y a des chambres avec vue sur mer. Par contre, le bâtiment 78 est un peu plus neuf et rénové. Voilà donc, on a le choix. Les bénéficiaires peuvent opter pour des chambres un peu plus... comment dire... avec la décoration à refaire hein, on va dire mais avec une très belle vue sur mer. Ou sinon s'ils veulent plus de confort avec un balcon, il vaut mieux se diriger vers le bâtiment arrière, qui est le plus au calme aussi.

LS : Et au niveau des ...

MH : Des services ?

LS : Oui !

MH : Alors des services... Donc on a un service animation, avec un animateur 3D, euh, qui est là en tant que saisonnier, qui est titularisé. Nous avons le service accueil hébergement qui comprend également des conventionnés et des saisonniers, une équipe de ménage, de nettoyage et une équipe d'accueil. Nous avons également l'équipe restauration qui comprend deux parties : la partie service en salle et la partie cuisine. Je pense que j'ai fait le tour, oui.

LS : Ouais. Au niveau de l'effectif du personnel, c'est combien à peu près de permanents et de saisonniers ?

MH : Alors on a trois conventionnés sur le site à l'année. Et tout le reste, c'est alors soit du CMD pour le RP, soit du bénévole, ça c'est des gens inactifs. Ils sont bénévoles, ils ont été agents IEG et qui viennent nous prêter main forte, hein, pendant 5 semaines, pendant 3, 4, 5 semaines pour nous aider justement dans nos tâches quotidiennes. Nous avons également des repas en formation. Donc ça, c'est des gens actifs ou inactifs qui sont voués à manager, prendre en main un futur village vacances de catégorie 5, 4, 3 voire 2. Je ne sais pas si tu connais les catégories de village vacances ? Nous, on est sur la catégorie 1, c'est à dire qu'on a beaucoup de services et on a à peu près alors ... 20 personnes jusqu'à 25, on peut aller en pleine saison.

LS : Ok.

MH : Voilà et le plus gros, hein, je crois c'est 85%. On est sur du contrat saisonnier.

LS : D'accord, Ok. Et on en termes de clientèle, comment elle est un peu composée votre clientèle annuelle ? Ce sont plus des individuels, des groupes, ça dépend de la saison ?

MH : Alors c'est très classique, hein, que ce soit du village vacances à but lucratif ou non comme celui-ci, ça reste toujours assez standard, c'est à dire qu'on a plus du senior hors vacances scolaires. Et par contre pour les vacances scolaires, bien sûr, nous avons les familles. Donc on a démarré en avril. la période c'est d'avril jusqu'à fin septembre, hein, pour [nom du village vacances] pour la période d'ouverture. Et donc on voit quand même les grandes tendances, c'est à dire qu'on a démarré avec les vacances d'avril, on a eu beaucoup de familles parce que justement, c'est les vacances pendant les trois premières semaines. Et après, est apparu effectivement les seniors, beaucoup de seniors, un peu de groupes et également les parents sans enfants, fin les couples sans enfants, voilà qui ne sont pas soumis justement à la scolarisation. Voilà, et juillet/août va être notre grand challenge comme tous les ans, parce que l'établissement va être très, très rempli par les seniors mais également complété par les familles et les couples sans enfants. Donc là, il y aura tout le panel.

LS : Y a de tout, ouais. Et en termes de fidélisation, est-ce que ce sont des habitués qui reviennent tous les ans ? Fin, est-ce que vous avez un peu de chiffres sur la fidélisation de votre clientèle ?

MH : Alors je ne sais pas si nous outils permettent de trouver des statistiques, ça, il faudrait que je me renseigne ultérieurement. Euh, en discutant, alors je discute beaucoup avec tous les clients hein. Deux fois par semaine, je fais mon tour de table, hein, je vais dans le restaurant et je discute un peu avec eux et un de mes premières questions, c'est : est ce qu'ils sont déjà venus ici ? Donc on peut avoir très bien... Là actuellement, nous avons deux amis et ils viennent depuis 10 ans ensemble et une des deux vient là depuis 30 ans, donc on a une très grande fidèle, voilà qui vient tous les ans. On a aussi des gens qui viennent plusieurs fois par an parce qu'ils ont de la famille sur la Bretagne et pour eux financièrement, la CCAS c'est beaucoup plus, c'est beaucoup plus financièrement, c'est beaucoup plus intéressant que d'aller dans un hôtel. Voilà donc ils viennent en formule juste chambre ou chambre petit déjeuner. Mais toute la journée, ils sont en famille. Nous avons également des gens qui découvrent soit la Bretagne, soit la CCAS alors qu'ils sont gazières, mais il arrive pas mal de fois qu'il y a des gens : « Ben écoutez, c'est la première fois qu'on part avec la CCAS, on n'a jamais pensé à le faire ». Alors ça fait 10 ans, 20 ans qu'ils sont agents et du coup, qui partent pour la première fois et puis ça tombe, ça tombe chez nous et ils sont très satisfaits de leur séjour qui nous disent : « Ben écoutez, on reviendra cette année, on reviendra l'année prochaine ».

LS : C'est bien, c'est bon signe, c'est que ça leur a plu.

MH : Tout à fait tout à fait.

LS : Ok. Après je vais aborder quatre petites thématiques sur le tourisme social et solidaire. Alors tout d'abord, est-ce que tu considères que ton village vacances il favorise la mixité et le lien social ? Du coup j'imagine que oui, puisque tout à l'heure tu m'as dit que par exemple certaines périodes, vous aviez vraiment tous les publics. Donc est ce qu'il y a vraiment des actions qui sont menées pour la mixité, le lien social ?

MH : Alors à plusieurs niveaux. Alors je rappelle juste que les villages chez CCAS sont faits pour que les gens de toutes catégories sociales, hein, avec des faibles ou des gros revenus, peuvent se retrouver ensemble. Donc quand on arrive sur un village vacances, personne n'est censé savoir combien gagne le bénéficiaire d'à côté. Mais voilà, le tarif hein que les agents payent, varient en fonction de leur quotient, voilà donc ça faut le savoir et que à la base et ben la CCAS a été ouvert justement pour que tout le monde, même les plus faibles revenus, puissent partir en vacances. Voilà. Ça, je pense que c'est partout dans les villages de vacances. Quand ils arrivent sur place, les bénéficiaires, grâce notamment au point de rencontre, les gens discutent entre eux, les gens sont plutôt avenants et nous, on mène des actions par rapport à ça, c'est à dire que via l'animation également. On propose des animations de groupe, voilà, on propose des balades et c'est vraiment lors des balades des fois, qu'en fait certaines familles se rapprochent parce que ils ont des enfants du même âge et que les enfants s'entendent bien et ben du coup les parents en fait, ils commencent à discuter : « Tu viens d'où ? Moi je viens de là, c'est la première fois. Voilà. Donc au niveau des balades et au niveau aussi du point rencontre comme je l'ai dit. Voilà, il faut savoir qu'on a des jeux ici qui sont très intéressants : le Billard, le ping-pong, on a le babyfoot, on a des activités manuelles pour les enfants. Donc en faisant que les enfants se rapprochent, bah du coup fatalement, les parents vont se rapprocher aussi ben des enfants, des amis des enfants. Donc ça c'est très important pour nous. Euh voilà. Alors, ils peuvent venir vraiment du Nord et du Sud et se rencontrer. Alors ils se rencontrent sur le village vacances alors que dans la vie quotidienne, ils n'auraient jamais pu se rencontrer et donc on trouve ça très intéressant et on fait tout pour, hein ? On a également des groupes, par exemple, on a des motards, on a des vététistes, on a des randonneurs. Alors, ces trois groupes-là sont totalement différents et dans la vie quotidienne ne pourrait jamais se familiariser entre eux et échanger et ben la CCAS permet ce genre de tissu social.

LS : Ouais c'est vraiment super ! Il permet de créer le lien entre des groupes qui ouais seraient jamais amenés à se rencontrer autrement. Ouais c'est important. Parfait. Ensuite, est-ce que votre village vacances, il agit en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables ? Quand je parle de publics vulnérables, je pense aux personnes en situation de handicap par exemple, parce que tu m'as parlé des personnes âgées et à faible revenu, du coup, ça oui. Est-ce qu'il y a vraiment des actions mises en place pour inclure socialement ces personnes ?

MH : Alors là aussi il y a plusieurs niveaux. Alors moi j'ai commencé à CCAS le 10 avril, mais j'ai su que par exemple l'année dernière, pendant les 2 semaines on va dire vacances de fête hein, c'est à dire que pour Noël et Nouvel An. On a ouvert et on a accueilli des personnes avec un faible taux de social parce que c'est des personnes qui étaient seules, qui la famille était éloignée ou qui n'avait plus de famille malheureusement et donc ils se sont retrouvés. Alors, donc il y a eu à peu près une soixantaine de personnes qui se sont retrouvées et pendant une ou 2 semaines et ben on fêtait Noël et Nouvel An ensemble. C'est des personnes généralement qui ne se connaissaient pas et qui ont appris à se connaître et je pense qu'ils ont gardé un lien entre eux. Voilà, j'espère pour toute l'année et qui se retrouveront peut-être l'année prochaine, cette année hein 2023 pour les fêtes. Voilà ça, c'est un premier point. Le deuxième point, on accueille des séjours pluriels. Alors, au cas où, séjours pluriels pour développer. Ce sont des personnes ayant-droit ou ouvrant-droit qui sont malheureusement dans l'incapacité de voyager et de venir prendre des vacances seules, en autonomie. Parce que soit ils ont des pathologies physiques moteur, soit des pathologies psychiques, c'est à dire ... bah on peut partir sur la schizophrénie, sur la désorientation, et donc ils sont pas en capacité totale d'être autonomes sur un village vacances. Et donc ils sont accompagnés par des assistantes sociales hein, on les appelle les AS, pour favoriser et faciliter en fait leur séjour si jamais ils sont désorientés, si jamais ils ont besoin de quelque chose, voilà alors ces AS les accompagnent tout au long du séjour euh ... et sont en en lien avec nous hein, donc on fait une réunion avant que tout ce personnel pluriel arrive et on voit, on étudie chaque cas, euh chaque personne pour anticiper un petit peu une demande qui pourrait être faite. Et la troisième chose, c'est que quand les séjours pluriels arrivent, c'est qu'ils vont faire partie intégrante de l'activité et des activités, c'est à dire l'activité sociale, donc ils vont prendre le repas avec nous dans la salle de restaurant, ils vont prendre le petit déjeuner dans la salle petit déjeuner et se mélanger justement aux autres bénéficiaires. Également au niveau des activités animations donc

ils participent hein ? Je sais que beaucoup de gens aiment le karaoké, ils aiment bien la musique, hein, surtout ceux qui sont malheureusement en fauteuil, hein. Ils frappent des mains, voilà, ils sont très très... Ils montrent de l'appétence hein pour les animations. Donc on les fait participer dans la mesure du possible, je prends par exemple hein quelqu'un qui veut faire de l'escalade mais qui est en fauteuil roulant, ça va être compliqué. Dans ce cas-là, on propose, voilà, on oriente sur une autre activité. L'AS peut proposer une autre activité, une balade, un restaurant, voilà.

LS : Vous adaptez vraiment vos activités à la condition des personnes. C'est ça, ouais.

MH : Voilà tout à fait. Alors justement, quand on a, on sait qu'on a des randonneurs, quand on a des bikers, des vélos et tout ça, on peut prévoir des activités manuelles ou des choses un peu plus physiques, un peu plus sportive. Mais quand on sait qu'on aura des séjours pluriels et ben justement, dans le souci de pouvoir les faire participer et de ne pas les exclure, on prévoit des activités adaptées et pour tout le monde, pour les enfants, on fait pareil pour les enfants. Aux mois de juillet/août, ben on prévoit des activités manuelles pour les enfants qui ne sont pas très compliquées, qu'ils ont généralement réservé ou pas.

LS : Ok, du coup ça rejoint un peu ma question suivante. Du coup, votre village vacances il est, c'est un lieu culturel et éducatif j'imagine ?

MH : Tout à fait alors.

LS : Au vu des animations, des activités.

MH : Tout à fait. Donc j'ai parlé des activités à l'intérieur du centre, mais je n'ai pas parlé des activités à l'extérieur. Le fait est que qu'on soit au bord d'océan, il y a beaucoup d'activités, alors des activités classiques, hein : le kayak, le paddle, la randonnée mais également des nouvelles activités qui n'existaient pas il y a quelques années, comme le Longe-Côte. Donc c'est une marche, pour ceux qui connaissent pas, c'est une marche dans la mer sportive et ça se développe de plus en plus. Et ce qui est bien, c'est que c'est adapté à tout public. Donc on peut y aller quand on est enfant, à partir je pense de 6-7 ans jusqu'à 80-90 ans, hein ? Et du coup, c'est une très belle activité familiale et les gens sont ravis parce qu'ils ne connaissaient pas et du coup ben ils se retrouvent à être ... à faire cette activité qu'ils découvrent.

LS : Ok et le volet culture aussi, ça se fait peut-être à l'intérieur avec tout l'espace bibliothèque, tout ça. Peut-être que vous faites connaître un peu la culture bretonne aussi ?

MH : Tout à fait. Alors, au niveau culture, nous avons notre animateur qui est originaire d'ici et qui répond volontiers aux questions des bénéficiaires, hein ? Ce qu'il y a à visiter, donc on a un panneau d'affichage, mais je trouve que le contact aussi avec une personne en face à face favorise les échanges et on a un peu des informations qu'on peut pas voir sur les affichages par exemple. « Ah oui, si vous allez visiter ce coin-là, passez à la crêperie, passez dans ce bar, c'est atypique, passez dans ce magasin », voilà, c'est des choses qu'on peut pas voir sur l'Office du tourisme, hein, souvent il y a que l'expérience qui le permet. Euh ... tu parlais de livres donc effectivement dans tous les CCAS s'est porté sur la lecture. Nous, volontairement dans les chambres, nous n'avons pas de télé, c'est justement pour inciter au regroupement social et familial. On sait que le gros problème d'aujourd'hui, ce sont les écrans. Il y a une fracture, hein, entre les parents et les enfants. Souvent les enfants, ils sont avec leur portable, ils sont tous dans leur chambre, coincés sur les ordinateurs, sur les tablettes, sur les smartphones et du coup nous en fait l'intérêt c'est justement en supprimant cet écran...des jeux, on mise sur les jeux de société en famille. On a beaucoup de jeux de société, on a beaucoup de livres. On a une très belle bibliothèque et séparée pour les juniors pour les tout-petits, pour les seniors et divisée en plusieurs catégories, les romans, les BD. Voilà, on a vraiment un très très grand éventail. On est aussi très euh ... très présent sur les échecs. Voilà, on a des jeux d'échec et souvent on a quelqu'un, un intervenant l'été qui justement propose des initiations aux échecs. Voilà.

LS : Ok, c'est bien complet. Au moins la personne qui vient dans le centre, elle repart, elle sait faire plein de choses. Elle a pris plein de choses, c'est tout ce qu'on aime.

MH : Exactement.

LS : Ok. Alors, dernière petite thématique en lien du coup avec le territoire local. Donc est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? C'est à dire qu'il contribue à l'économie locale, à la création de richesse pour les territoires ou même au développement de relations de proximité ?

MH : D'accord. Alors faut savoir que la CCAS c'est une énorme machine, donc pour faire changer un petit peu les choses ça prend du temps, malheureusement. Là, nous avons des contrats nationaux et nous avons des contrats territoriaux et locaux, donc on a plusieurs échelles : à l'échelle nationale, c'est à dire sur toute la France, sur toutes les villages vacances CCAS, on a des contrats par exemple peut être pour la nourriture. Par exemple, on peut prendre pour les boissons au bar si on veut un whisky, il y a qu'un seul fournisseur de référencé et tous les villages vacances CCAS doivent se fournir auprès de ce fournisseur-là, d'accord ? Au niveau du territoire, donc là le territoire c'est le territoire de Bretagne, où là on a avec d'autres centres de vacances un accord, hein. Nous prenons le même fournisseur, par exemple le produit Coca Cola, il faut savoir qu'en Bretagne, on a par exemple le Breizh Cola. Et donc on peut pas avoir du Breizh Cola dans le sud de la France ou dans l'Est ou dans le nord, voilà et donc ça c'est un marché aussi, on appelle ça territorial. D'accord parce qu'il y a que sur le territoire qu'on peut acheter ce genre de choses, donc on fait référencer le fournisseur et après on peut commander. Et on a aussi du local, l'exemple typique, c'est la boulangerie. Voilà on peut pas avoir un fournisseur de boulangerie qui vient du Sud ou voilà, donc on prend la boulangerie, alors peut-être pas la plus proche mais un excellent rapport qualité prix. Voilà donc on a ces trois niveaux et on a des difficultés maintenant parce que c'est dur de ... Alors c'est déjà compliqué de faire référencer à un fournisseur au niveau administratif. Bah parce qu'en face, souvent vu le poids administratif qu'on demande aux fournisseurs euh une fois sur 10 : « Bah non, c'est trop compliqué, cherchez quelqu'un d'autre parce que... ». Voilà, malheureusement, c'est ça, on va pas rentrer dans les détails non plus, hein, du pourquoi, du comment, les procédures sont les procédures, mais il faut savoir que nous, surtout en Bretagne fin j'ai remarqué qu'ils sont très très chauvins, ils aiment bien local et les gens qui viennent ici ben ils viennent pas manger une choucroute, ils viennent pas manger un cassoulet hein, ils viennent manger un Kouign Amann, ils viennent manger des crêpes bretonnes, ils viennent de boire du cidre. Voilà donc on est obligé aussi de prendre local, donc le maximum, on essaie de prendre local, mais il faut y aller fournisseur par fournisseur, et ça c'est très très très loin d'être facile, voilà.

LS : Ok, et je pensais aussi à votre personnel. Est-ce qu'ils viennent du coin ?

MH : Alors oui, alors on a des chambres qui sont occupées par le personnel également, hein, parce que bah c'est 45 minutes 1h00 vu qu'ils habitent pratiquement tous dans le Finistère, hein. Bon, c'est vrai que moi je suis plutôt étranger, hein, je viens plutôt de loin. Mais sinon oui, au niveau du du bassin de l'emploi, on essaie de travailler justement avec le local. Malheureusement, la conjoncture fait que hein, on sait qu'après le COVID, les métiers de de la restauration, de l'hôtellerie ne sont plus en odeur de sainteté et du coup, on a du mal à recruter. Heureusement, on a de la fidélisation au niveau des des employés et des emplois saisonniers qui reviennent régulièrement. Là par exemple, hein, sur 20 ... on va dire sur 22 employés on a que 4 personnes nouvelles, le reste c'est ou des titularisés ou des fidélisés ?

LS : D'accord.

MH : Donc c'est plutôt bon signe pour nous, ça veut dire que c'est un bel établissement avec des bonnes conditions de travail, hein. C'est la déduction que je pense qu'il faut en faire.

LS : Ok. Et ce que vous considérez que vous jouez un petit peu, un rôle d'intermédiaire dans la relation touriste-habitant ? Est-ce que vous mettez vraiment les bénéficiaires en lien avec la population locale ? Je pense notamment aux producteurs locaux.

MH : Alors euh ...c'est un peu compliqué vu que c'est pas ouvert à tout public, c'est réservé.

LS : Oui aux bénéficiaires.

MH : Voilà aux bénéficiaires. On peut pas accueillir même pour boire un verre la population locale, donc on est un peu enfermés. Voilà, on a un peu enfermé sur nous-mêmes mais on tend à s'ouvrir. Alors comment on pourrait le faire ? On est en train de travailler dessus via le le bassin local.

C'est ce que je suis en train de faire, hein, avec mes adjoints, on essaye de visiter un petit peu ... comment dire ? Bah par exemple, les boutiques, les restaurants à côté pour essayer de trouver des partenariats. Voilà en disant par exemple, hein, le Centre nautique, on a un partenariat avec eux en disant qu'eux, ils nous envoient du monde un petit peu, même s'ils sont pas de la CCAS, en concluant un partenariat avec eux. Eux, ils ont le droit de nous envoyer du monde pour se restaurer ou boire un verre ou pour dormir chez nous. En contrepartie, ils nous offrent une tarification préférentielle pour les bénéficiaires de la CCAS. Voilà ça aussi je te cache pas que ça met du temps, parce que en fait ça me prend énormément de temps, de rendez-vous, de discuter, de négocier, de savoir ce qu'on peut faire et après il faut faire remonter le contrat et après il faut que ce soit validé par le territoire ou par le DO (directeur opérationnel). Et du coup voilà, comme je te disais, c'est une grosse machine, donc il y a beaucoup de papiers et du coup par exemple, si demain je décide de faire un partenariat, ce sera pas avant deux semaines que ce sera actif parce que les documents doivent transiter par pas mal de gens. Et voilà, après les règles sont les règles.

LS : Ok. Bon bah je pense qu'on a fait le tour des des questions je ne sais pas si t'as autre chose à rajouter ?

MH : Oh non, non non, on a parlé vraiment un très bel éventail du [nom du village vacances].

LS : Oui c'est vrai. Bon bah je te remercie d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

MH : Merci beaucoup Laurène, à très bientôt au revoir. Bonne journée.

LS : Merci, merci à toi. A bientôt.

Entretien semi-directif n°10 – VVF Villages

[**Mise en contexte**]

LS : Je vais vous laisser vous présenter rapidement.

JT : Alors ouais, ok parfait. Donc du coup moi je me présente, je suis [nom et prénom de la personne], je suis directeur du village vacances [ville où est situé le village vacances].

LS : Ok.

JT : Du coup chez VVF je sais pas si je l'ai précisé. Ça fait du coup depuis 2010 que je suis chez VVF. J'ai commencé en tant que responsable d'animation, ensuite j'ai fait responsable d'hébergement, directeur adjoint et ensuite directeur sur l'Armor Baden déjà dans un premier temps dans le Morbihan. Et ensuite du coup sur [ville où est situé le village vacances] depuis l'année dernière.

LS : D'accord.

JT : Voilà tout fraîchement arrivé sur le poste de direction.

LS : Tranquillement.

JT : Voilà.

LS : Euh ok. Est-ce que vous pouvez faire aussi une petite présentation de votre village vacances rapidement, hein ? La capacité, tout ça, le personnel.

JT : Alors du coup en fait, au niveau du village vacances, nous on a 60 logements. Bougez pas, je vais juste aller chercher un plan, je vais vous le montrer par la même occasion, comme ça on fait ça.

LS : Ok merci.

JT : Alors, ce que vous voyez correctement. [Me montre le plan du village vacances]

LS : Ouais.

JT : Du coup en fait sur ce plan-là, vous avez le petit « A » alors le petit « A » qui est juste ici là c'est l'accueil, du coup c'est là où tous les gens arrivent, du coup ils prennent les ... où on fait les formalités d'arrivée avec eux. Après, vous avez des enfin ... des typologies de logements différentes, vous en avez trois, c'est les trois couleurs différentes donc je sais pas si vous voyez correctement là sur le plan ...

LS : Si si, je vois très bien ouais.

JT : On a du bleu, on a du bleu, du violet et du rouge. Donc tous les logements en bleu, ce sont des mobil-homes eux 4 pièces, 6 personnes.

LS : D'accord.

JT : Donc j'en ai 10, d'accord ? Ensuite, les logements violets, ce sera des petites maisons de plain-pied. Ces petites maisons de plain-pied, on en a ...

LS : Ouais, c'est des gîtes ?

JT : Exactement ouais c'est ça. On en a 20 et du coup on en a 20 de 5 personnes.

LS : D'accord.

JT : Et après, du coup en rouge, on a 30 mobil-homes pour 4 personnes.

LS : D'accord, ok.

JT : Après, sur le village, on a une piscine, donc la piscine est au milieu du village, juste ici [Me montre l'emplacement de la piscine sur le plan], d'accord ? Elle est couverte et chauffée. Du coup, on la chauffe avec une pompe à chaleur. Et après, on a un terrain multisport, on a une salle d'animation, on a un mini-golf aussi sur le village qui est plus par-là du coup ici [Me montre l'emplacement sur le plan]. Et après, on fait le tri sélectif aussi sur le village. Quoi d'autre ? On a

un terrain de tennis. Et puis après on fait de l'éco pâturage aussi puisqu'on a des, on a des chèvres et des moutons.

LS : Ah sympa !

JT : Voilà, on a des petits enclos, du coup, différents petits enclos. Et puis après du coup on met, on met les chèvres sur certains enclos et voilà. Donc on a 5 petites chèvres naines et 2 chèvres naines adultes du coup. Et après, on a 2 moutons. Voilà en gros.

LS : Ok et en termes de de personnel, comment ça se passe ? Je veux dire au niveau des permanents et des saisonniers ?

JT : Alors en termes de permanents, on est deux permanents du coup, donc la direction plus le responsable de l'entretien. D'accord ? On est là toute l'année entre guillemets, moi après je peux être amené à bouger sur un autre village vacances sur l'hiver parce que nous en fait, on est ouvert du coup à partir de mars pour préparer la saison jusqu'à mi-octobre pour vraiment finir la saison. Mais nos périodes d'ouverture à nous, pour les clients, c'est du 8 avril au 24 septembre.

LS : D'accord, ok.

JT : D'accord ? Donc, après le 24 septembre, généralement, on a 2-3 semaines pour remettre les logements au propre et faire un gros coup de ... un gros coup de ménage. Et pareil après sur l'avant saison, il faut qu'on mette en place tout le village, donc avec la tonte puisque la tonte n'aura pas été faite depuis fin septembre ou début octobre. Euh il y a tous les mobil-homes en fait, qui ont pris, comment dire ... un peu l'extérieur, enfin un peu de la pluie ou voilà et du coup ils ont un peu de verdure sur les mobil-homes donc on est obligé de passer tout le karcher sur les mobil-homes. Et puis après, il y a toutes les petites réparations, les remises en eau des mobil-homes, etc. Donc voilà, ça prend un peu de temps et c'est pour ça que les hommes à l'entretien commencent du coup au mois de mars, début mars, pour qu'on soit prêt début avril. Donc au niveau du personnel, j'ai bah donc le directeur moi-même, j'ai une réceptionniste, j'ai une femme de ménage qui s'occupe de 60 logements et après j'ai deux gars à l'entretien, donc le responsable d'entretien et un homme d'entretien qui s'occupe vraiment des espaces verts et puis des petites interventions quand il y a besoin. Voilà, on tourne vraiment sur cette période-là sur toute la saison et après se rajoute des animateurs enfants, parce qu'on a des animations qui sont prévues que pendant les vacances scolaires, donc on a deux animateurs enfant, un club 6-10 et un club 11-14. Et là, cette année, on est passé sur une gamme nature, donc on est passé sur une gamme un peu plus haute et je récupère un animateur nature, du coup qui fait de l'animation nature et de l'animation adulte. Voilà.

LS : D'accord et par contre du coup, il n'y a pas de restauration sur le site ?

JT : J'ai pas de restauration non. Mais après du coup alors j'ai plusieurs petites astuces puisque du coup on met ... on a deux food-truck qui viennent sur le village. Donc là on va avoir un food-truck sur l'été donc pour les crêpes, qui va venir faire des crêpes le mardi. On a aussi un food-truck normalement, enfin plus nourriture asiatique, qui va venir le jeudi. On va préparer aussi ... comment dire ? On a des menus en fait qu'on travaille avec le traiteur, un traiteur d'en bas où il propose un menu fraîcheur pour le lundi, donc il propose... Il propose donc taboulé, tartare de bœuf ou de saumon et après en dessert, salade de fruits. Et puis après, on fait ... donc là cet été, on va proposer un barbecue où c'est par contre les gens qui vont ramener leur nourriture. Et puis du coup, on va faire un gros banquet. Voilà. En gros pour les activités, voilà.

LS : Ok, bien complet. Et en termes de clientèle, comment elle est composée ? C'est plus des individus, des groupes, fin ça doit sûrement dépend des saisons ?

JT : Alors en fait, pendant tout ce qui est période de vacances scolaires déjà, ça va être des familles. Des familles ou alors des petits retraités sur les vacances d'avril. Ça va être des couples, des familles avec des enfants, mais pas de groupe. Généralement, on prend pas de groupe sur les vacances scolaires. Voilà comme ça après, ils peuvent profiter des animations et voilà. Hors période de vacances scolaires par contre, on prend des groupes, là on en a eu quelques-uns sur le village. Après on peut pas vraiment avoir beaucoup de groupes vu qu'on n'a pas de restauration, c'est compliqué. Donc voilà. Après là je sais que j'ai un groupe qui vient du 21 au 22 juin, ils

prennent des petits déjeuners, on arrive à faire la formule petit déjeuner, je m'adapte mais c'est vraiment sur une nuit quoi. Après sur 7 jours, leur faire à manger 7 jours c'est compliqué. Voilà.

LS : Ouais donc pour les publics séniors, ça doit être un petit peu plus compliqué vu qu'ils prennent souvent en pension complète tout ça.

JT : Ça dépend, il y en a franchement, ils partent à la journée, ils aiment bien prendre le pique-nique et tout partir avec. Donc du coup, non pas spécialement, ça dépend, mais ils savent bien, fin après c'est bien précisé dans le catalogue ou sur le site Internet que moi j'ai pas de restauration.

LS : Il n'y a pas de surprise, ouais.

JT : Après, il y en a qui ont des surprises quand même parce qu'ils regardent pas vraiment où ils réservent. Mais voilà, ça, c'est comme d'habitude, c'est comme d'habitude mais à part ça, non ça va, on s'en sort pas trop mal.

LS : OK bah parfait. Est-ce que vous, enfin ... en termes de clientèle, est-ce qu'il y en a à bénéficier peut-être de la CAF pour partir en vacances ou qui partent grâce à leur CSE ? Est-ce que vous avez un peu des chiffres là-dessus ?

JT : Alors des chiffres, non.

LS : Un ordre d'idée peut-être ?

JT : Après, ça dépend en fait, c'est variable. Sur par exemple, je sais pas, sur les périodes de vacances d'été de l'année dernière, on avait déjà ... on travaille avec plusieurs associations, nous. Donc on travaille avec Evasion Handicap sur mon village, on travaille avec Vacances et Familles, on a la VACAF du coup les allocations et puis après on a tous les CGOS. Il y a quoi d'autre ? On travaille avec eux ouais, CGOS, l'EPAF aussi, je sais pas si vous connaissez ? C'est le ministère de la fonction publique.

LS : Ok.

JT : Du coup, voilà. Après on travaille avec Leclerc voyage, on travaille beaucoup avec Booking, Expedia aussi et là, ils nous ont mis sur Airbnb.

LS : D'accord, ah oui !

JT : Donc du coup, ça fait vraiment un gros panel ... un gros panel de clients potentiels et c'est vraiment de la mixité au niveau du public. Et après sur VACAF, là j'en ai pas eu énormément sur les vacances d'avril, je pense que j'ai dû avoir peut-être 25%. Voilà, après c'est pas énorme mais voilà.

LS : C'est déjà, c'est déjà ça.

JT : Ouais après c'est pas des chiffres exacts, hein, c'est vraiment un peu au feeling, je pense que voilà.

LS : Non mais je n'ai pas besoin des chiffres exacts, c'est juste pour me faire une idée un petit peu voilà. Et en termes de fidélisation, pareil, est-ce que vous avez un peu un ordre d'idées ?

JT : Alors, après fidélisation fin ça dépend ce que vous appelez fidélisation. Parce que moi fidélisation, c'est quand ils viennent sur le même village pendant des années.

LS : Bah en fait je pense un peu aux deux puisque là vous êtes dans le groupe VVF donc j'imagine qu'il y a peut-être la fidélisation sur le village vacances mais aussi la fidélisation dans le groupe. C'est-à-dire que ce sont des gens qui vont venir dans plusieurs villages vacances du groupe.

JT : Là-dessus, on est d'accord. Voilà, c'était les deux solutions. Donc du coup en fait là, sur le village vacances en lui-même, les gens n'y en a pas beaucoup qui reviennent d'une année sur l'autre. On en a quelques-uns, il y a peut-être je sais pas sur l'année, il y a peut-être 2 ou 3%. Donc voilà. Mais après par contre, qui passent de VVF en VVF, il y en a beaucoup, il y en a pas mal, ouais. Une fois qu'ils ont goûté à la structure VVF, généralement ils restent vraiment dans les mêmes bases, si ça leur a plus. Après, il y a toujours des gens qui vont être insatisfaits d'un village

par exemple chez VVF euh, parce que du coup, le logement leur a pas plu. Ils vont peut-être avoir un mauvais, un mauvais retour sur VVF mais au final ils vont repartir par exemple dans un village et être peut-être plus satisfait.

LS : Ouais.

JT : Après tous les villages sont différents, donc ça dépend aussi du point de vue de chacun. Moi, j'ai fait des villages qui étaient magnifiques en termes de logements qui étaient propres, etc. Mais j'en ai fait 18 chez VVF donc voilà il y en a quelques-uns qui sont bien et d'autres qui sont un peu moins bien en termes de confort mais après voilà, vous êtes vraiment en vacances pour dormir ? Et après, c'est visiter vraiment la région, donc on essaie de compenser peut-être ce manque de confort au niveau du logement avec toutes les animations, avec vraiment de la convivialité aussi qui fait un peu la priorité, fin qui est la priorité de VVF en fait.

LS : Ouais, c'est ça.

JT : On sait qu'on n'a pas vraiment des logements des fois qui sont qui sont convenables, fin convenables entre guillemets hein, ont qui sont peut-être un peu vétustes. Mais voilà, il faut compenser ce genre de prestation avec de l'animation ou de la restauration sur les villages qu'ont de la restauration pour vraiment combler ce manque. Voilà.

LS : Oui et puis de toute façon, les personnes qui viennent dans ce village, c'est plus pour l'esprit, convivialité et tout. Je pense pas que c'est forcément pour le confort, sinon ils iraient autre part, ouais.

JT : Oui aussi. Après, il y en a qui cherchent tout voilà en même temps, donc voilà.

LS : Faut s'adapter.

JT : Ouais c'est ça, on s'adapte. Et après chaque client est différent, il y a des gens qui sont là pour passer un bon moment et d'autres qui sont là par défaut. Et après, c'est à nous vraiment de les convaincre parce que après du coup, par exemple, les associations comme l'EPAF, ils avaient eu des sites à eux et qu'ils ont perdu du coup puisque les parcs, ils n'arrivaient pas à les entretenir, donc ils se sont éparpillés un petit peu sur plusieurs groupes de villages vacances. Et après bon voilà, nous on a un site assez grand et assez calme, assez espacé au niveau de la verdure, les espaces verts : on a 5 hectares d'espaces verts. Donc on est vraiment au calme, les logements sont un peu espacés mais vous allez sur un autre village, peut être comme dans le sud où ... ils ont Saint-Cyr. Par exemple à Saint-Cyr, les bâtiments sont des appartements, ils sont les uns au-dessus des autres donc peut être que ça peut, ça peut jouer aussi au niveau de leur satisfaction à la fin.

LS : Ouais, ok. Alors tout à l'heure vous me parliez de mixité et du coup vous avez un petit peu anticipé ma question. Là du coup moi je voulais savoir si du coup, je pense que oui, votre village vacances favorise la mixité, le lien social ? Et si oui, quelles sont les actions menées pour ?

JT : Ah, c'est une bonne question. Alors au niveau de la mixité, oui, parce que du coup on a différents types de public, etc. Euh après, VVF aide beaucoup les personnes pour les départs en vacances, les personnes qui ont des difficultés à partir en vacances donc ils ont mis, sur un ancien village où j'étais, en place un programme Easy qui permettait du coup aux gens... Je ne sais pas si vous en avez entendu parler ?

LS : Oui, si un petit peu.

JT : Voilà, avec l'aide de l'état, du coup en fait on aidait les personnes qui ne pouvaient pas partir en vacances, issues généralement fin des quartiers, à venir séjourner dans un village vacances à coût réduit. Ils avaient un éducateur du coup, qui leur faisaient des activités spécialement pour eux, donc c'était vraiment tous ensemble. À ce moment-là, ils avaient des activités privilégiées pour eux, sur des après-midi bien définies et après, ils pouvaient quand même participer à nos activités et on les incluait aussi dans le programme. Après le but du jeu, c'est d'inclure tout le monde dans le programme. C'est pas parce que cette personne a payé 1500€ la semaine et qu'elle a payé de sa poche et que les autres ont payé 800 et qu'ils ont eu des aides de la CAF, qu'ils ne doivent pas avoir la même prestation. Voilà, il y a pas de différence quand les gens viennent, c'est voilà. Moi je leur demande pas, je regarde le dossier, je sais par rapport au dossier, mais il y a pas

de différence à avoir, on les accueille comme tout le monde. Et voilà, ils doivent avoir la même prestation que les autres, même si vous venez gratuitement, ce qui est possible, hein, vous pouvez venir gratuitement chez nous parce que vous avez un séjour offert ou quoi que ce soit, c'est pas pour autant que vous venez chez moi, du coup je vous accueille comme un autre client et voilà, vous avez participé à toutes les activités et voilà. Après du coup, je sais qu'on travaille beaucoup avec Vacances et Familles, Evasion Handicap. Donc par contre, Vacances et Famille et Evasion Handicap généralement c'est plus ... fin Evasion Handicap pardon, c'est plus un autisme, on travaille sur le handicap de l'autisme nous ici. Donc généralement la famille vient avec l'enfant et ils ont un animateur ou deux animateurs qui sont là vraiment pour que l'enfant passe un bon séjour, donc on essaie de le mettre à l'aise aussi et de voir s'il peut arriver au club enfant. Et que ce soit les animateurs du coup extérieurs qui le gèrent en faisant les activités avec nous et après... Bah l'année dernière, ça a pas trop bien marché ça puisque du coup les enfants se sentaient plus exclus. Du coup ben, c'est pas qu'il se sentait différent parce que c'est pas le cas puisque du coup, l'animateur et l'animatrice ont tout mis en œuvre pour vraiment l'intégrer. Les enfants aussi, on leur a expliqué qu'ils allaient avoir quelqu'un donc d'un peu différent et qu'il fallait vraiment que tout le monde soit là et voilà. Parce que après on sait que quand on est petit, alors c'est peut-être ... fin quand on est petit, ouais c'est peut-être méchant ce que je vais dire mais c'est pas le but du coup ... mais quand on est petit on réfléchit pas forcément. Et quand on voit quelqu'un qui est a un handicap ou qui pour nous est différent, et ben on a tendance à plus se moquer de lui. Voilà donc nous, on avait bien ... comment dire ? On avait bien mis en avant ce fait là, qu'il fallait... c'est un enfant comme un autre, qu'il allait avoir des éducateurs avec lui. Voilà qu'il avait peut-être plus de difficultés sur certains, sur certains domaines, mais qu'il était comme les autres et qu'il allait assister du coup au club enfant et qu'il allait faire des activités avec eux.

LS : Ouais.

JT : Mais après, c'est lui-même, à un moment donné, il s'est dit : « Bah voilà en fait, ils sont gentils, etc., c'est pas le problème. Mais moi je vais avoir les animateurs pour moi et je veux vraiment faire les activités qu'on me propose et les faire mes activités à moi ». Il voulait pas avoir d'activité imposée quoi. Donc on verra, le programme est reconduit cette année, donc on verra comment ça se passe. En gros, on essaie vraiment de les intégrer au maximum pour que eux ne se sentent pas rejetés, que la famille soit contente aussi, qu'elle puisse avoir du temps aussi pour souffler un petit peu puisque c'est pas évident d'avoir à la maison tous les jours et de l'avoir 24 h sur 24, c'est épuisant. C'est quand même lourd en émotions et psychologiquement ça doit pas être évident. Donc voilà, on essaie aussi que la maman soit soulagée, prenne un peu du temps pour elle et qu'elle puisse aussi participer à nos animations et qu'elle puisse se détendre. Voilà, c'est le but, voilà.

LS : Oui, donc il y a vraiment un axe prioritaire pour l'inclusion sociale un peu des publics vulnérables comme ça, fin situation d'handicap. Et du coup c'est vraiment avec Evasion Handicap que vous faites ça.

JT : Alors nous, on travaille vraiment avec Evasion Handicap sur mon village en tout cas. Après pardon, il y a Vacances et Familles aussi qui est, qui rentre en jeu donc c'est des personnes qui sont de milieux un petit peu défavorisés et du coup qui vont venir chez nous pour passer des vacances et du coup découvrir un petit peu des activités qu'ils ne connaissent pas spécialement. Voilà parce que la plupart du temps, ils viennent de banlieues de grandes villes, donc nous après on a une mini ferme sur le village avec les chèvres ou quoi que ce soit. Donc ils ont jamais, ils ont presque jamais vu de chèvre en fait, la plupart ont pas vu de chèvre de leur vie ou de mouton, donc le voir déjà pour eux c'est une joie. Et puis après, voilà on les accueille comme il faut et on met tout en œuvre pour qu'ils passent un bon séjour. Le but du jeu, c'est qu'ils repartent avec le sourire et qu'ils repartent avec des bons souvenirs. Voilà, on essaie de mettre en œuvre ceci, après, c'est pas évident toutes les semaines.

LS : Oui j'imagine.

JT : Parce que le public après sont différents aussi, il y en a qui râlent ou voilà. On fait du mieux qu'on peut.

LS : Ok, et comment vous parvenez à un peu attirer tous les publics justement ? Je pense vraiment aux CSP +, je suis un peu dans les cas extrêmes, mais du coup les CSP + qui ont largement les moyens de se payer une prestation de haute qualité et d'autres du coup qui viennent avec des aides ou voilà qui sont un peu défavorisés. Comment vous faites un peu pour attirer tous ces publics en même temps ?

JT : Alors sur le village ? Au niveau des réservations ?

LS : Oui.

JT : Bah après en fait, nous on passe par une centrale de réservation. Donc, après les gens, fin après si vous êtes vraiment de milieux aisés et que vous êtes vraiment riches, vous venez pas chez VVF dans un premier temps.

LS : Ouais donc il n'y a pas forcément non plus de CSP ++, ce sont plus des personnes...

JT : Non. Après nous, on est vraiment sur une prestation pour les classes moyennes entre guillemets. Après, de là à dire que ... il y en a peut-être qui viennent de milieux aisés, hein ? Il y en a qui aiment bien partir en VVF, parce que c'est peut-être l'esprit famille, c'est peut-être ce qu'ils recherchent vraiment. Il y a les clubs enfants aussi qui peuvent aider. Ils mettent les enfants au club enfant et eux ils peuvent profiter un petit peu aussi, c'est peut-être la formule qui leur convient. Mais vous pouvez la trouver au Club Med aussi dans ce cas-là, si vous êtes un peu plus aisé. Mais voilà, après je sais que ... après je regarde pas ... fin nous, on n'a pas vraiment accès sur leur milieu. Voilà, on sait par exemple VACAF, on voit sur le dossier que c'est marqué VACAF. Mais après les gens voilà, ils arrivent sur VVF, ils vont se dire : « Bah voilà, nous, on est peut-être un peu plus aisés, etc. » mais il n'y aura pas de différence, ils vont être traités à la même enseigne et c'est pas parce que Monsieur vient de Paris et qu'il a une Porsche ou quoi que ce soit qu'on va le mettre sur un piédestal. Pas du tout. Ils ont un programme en fait qui est bien défini sur l'été ou sur les... fin sur toutes les vacances scolaires où on organise des visites, on organise des activités sur site et après, c'est vraiment ouvert à tout le monde. Il n'y a aucune différence, voilà. Et puis après, ça permet aussi de mélanger des différents milieux et c'est là qu'on vient, on revient vraiment à la mixité et c'est vraiment ça qui est intéressant. Parce qu'après, quand vous faites des soirées barbeuc, quand vous faites des soirées barbecues par exemple, là c'est une soirée repas ou même une soirée repas que l'on fait nous sur site. En fait vous voyez pas la différence de milieux entre les personnes, ils sont là, on s'installe, on rigole, on discute avec tout le monde et le but du jeu, c'est de passer un moment convivial.

LS : Ouais, et vous, vous êtes là un peu aussi pour mélanger les publics, faire en sorte qu'ils se rencontrent.

JT : Ouais, c'est ça, exactement.

LS : Ouais, ça passe un peu par l'animation aussi ?

JT : Oui, voilà, c'est ça. C'est pour ça que le repas est animé et puis après on essaie de mettre tout en œuvre pour vraiment qu'ils passent un bon moment. C'est ça ma priorité, c'est ça, qu'ils repartent avec le sourire et qu'ils repartent avec de bons souvenirs surtout.

LS : Ok. Alors ensuite, autre thématique. Est-ce que vous considérez que votre village de vacances, c'est un lieu culturel et éducatif ? Et si oui, quelles sont les actions menées ? Enfin, je pense surtout à par exemple faire découvrir la région, être beaucoup ouvert sur l'extérieur. Tout ça, je pense vraiment à ça.

JT : Alors, après notre village vacances, il est bien situé pour certains mais il est peut-être mal situé pour d'autres. Fin, il faut venir absolument en voiture chez nous, sinon, vous pouvez pas vous déplacer. D'accord ? Donc en fait, [nom de la ville où est situé le village vacances] est au milieu de tout puisque vous êtes à 15 km de Crozon, qui est la petite ville à côté, vous êtes à 5 km de la plage, donc si vous avez pas de voiture, c'est compliqué. Après, en termes de ... quand les clients arrivent, on leur explique vraiment tout ce qu'il y a à faire sur le village vacances mais on leur donne aussi un petit guide sur tout ce qu'il a à faire dans la région. D'accord et on leur donne une carte touristique et puis après on prend vraiment le temps quand il y a pas beaucoup d'arrivées,

on prend vraiment le temps de leur montrer vraiment sur la carte du Finistère et de la presqu'île de Crozon, les endroits qu'il a à visiter et les incontournables de la région. Donc, après...

LS : OK et au sein du village vacances, est ce que vous faites vraiment en sorte qu'ils apprennent euh à faire des choses, à connaître un peu la culture régionale ? Est-ce que c'est vraiment des actions qui sont menées pour, je pense à des ateliers, fin des trucs tout bêtes, des immersions...

JT : Alors du coup, on fait des animations sur la Bretagne mais sur les animations de soirée. Par exemple, on va faire une soirée spéciale Bretagne où on fait des quiz, où on fait des petits jeux là-dessus. Mais après, découvrir la culture bretonne, on le fait pas spécialement. Voilà, on travaille avec un partenaire qui est en bas sur [ville où est situé le village vacances], du coup c'est le musée vivant des vieux métiers où, du coup en fait, ils vous expliquent vraiment les métiers d'antan, ben qui se faisaient en Bretagne et c'est vraiment la seule chose qu'on fait au niveau visite culturelle sur vraiment la Bretagne.

LS : Ok.

JT : Puis là, il y a un nouveau musée qui va ouvrir, je crois au mois de juin sur Landévennec, du coup à 5 km de chez nous et c'est vraiment le musée de la Bretagne. Donc après il faudra déjà aller les voir pour faire un partenariat avec eux et... Mais vraiment, c'est le musée de l'histoire de la Bretagne. Donc du coup moi ce sera bien.

LS : Oh bah c'est hyper intéressant, que ça soit en plus juste à côté de chez vous, c'est une aubaine !

JT : Ouais c'est ça, ce sera pas mal.

LS : Ok bon bah dernière petite thématique. Est-ce que votre village vacances, il agit en faveur d'une transition économique et sociale du territoire ? Bon je m'explique, ça veut dire qu'il contribue à l'économie locale, à la création de richesses pour les territoires ou au développement même de relations de proximité.

JT : Alors au niveau du développement de proximité, oui, puisqu'on travaille avec les partenaires locaux. Donc on fait tourner vraiment les ... bah du coup on a deux restaurants au niveau du village vacances [ville où est situé le village vacances], on envoie les clients chez eux puisque vu qu'on a pas de restauration, on a mis en place des partenariats avec eux. Donc en fait, quand ils montrent leurs clés par exemple du village vacances, ils ont un apéritif gratuit. Après pareil, on a sur toutes les visites culturelles, on a un partenariat avec certains prestataires. Pareil, ils montrent la clé du village et du coup ils ont un pourcentage de réduction mais ça leur permet aussi d'avoir des entrées et puis, ça leur permet d'avoir aussi du monde au niveau des prestataires. Voilà après en termes de lien social ? Je sais plus c'était quoi la question.

LS : C'était la contribution à l'économie locale.

JT : Après nous, alors on est, on n'est pas propriétaire du village, le village vacances en lui-même appartient à la Communauté de communes de Crozon. Et nous, on est vraiment juste les gestionnaires, donc on paye un loyer. Et du coup, on fait déjà partie de l'économie locale avec ça parce que le loyer est assez important. Mais non, après on a des partenaires du coup sur char à voile et puis on essaye vraiment de travailler avec les mairies pour fin ... Là par exemple, on a, on avait un groupe de motards qui cherchait un lieu pour résider sur un week-end. Donc il sait vraiment qu'on est le premier hébergeur du coin et que l'on a vraiment une capacité de 280 lits. Donc après on peut mettre vraiment du monde dans le village. Donc quand il y a des groupes comme ça, on se voit en amont et on travaille beaucoup avec la mairie aussi pour vraiment satisfaire un petit peu tout le monde. Après je sais pas si c'est vraiment ça la réponse que vous attendiez.

LS : Si, si, si c'est bien. Je pensais aussi ... est-ce que vous travaillez un peu par exemple, je ne sais pas c'est un exemple mais avec les assos par exemple, est-ce que vous accueillez des AG, des assemblées générales, j'en sais rien, je dis des trucs comme ça parce que...

JT : Alors, ça peut se faire puisque du coup, on m'a déjà demandé mais après on me demande toujours de la restauration. Donc ils veulent bien faire l'AG mais ils veulent manger le midi par

exemple chez nous. Et vu que la salle, j'ai qu'une salle et en fait cette salle-là fait 160 m² mais du coup c'est vraiment qu'une salle de réunion, c'est compliqué sur le fait qu'ils veulent manger dans la salle et reprendre la réunion derrière. Donc il faut débarrasser, nettoyer les tables et après leur remettre du coup à disposition la salle, c'est compliqué au niveau gain de temps, fin gestion de temps et tout, c'est pas évident.

LS : Oui, du coup, c'est un peu une problématique aussi de pas avoir de restauration. Est-ce que c'est un choix de votre part ?

JT : Alors après c'est un choix de VVF, c'est un choix de VVF parce que eux du coup ils veulent vraiment un village vacances, ils veulent vraiment des villages vacances avec restauration et des villages vacances où vraiment vous avez que de la location.

LS : Ok.

JT : Donc après nous, enfin j'essaye de mettre en place avec la gamme nature, on nous a demandé de mettre une petite prestation restauration. C'est pour ça qu'on travaille avec les food-trucks et qu'on essaie de mettre des menus fraîcheur en place. C'est pour ça que ...

LS : Pour compenser un peu ?

JT : Ouais, c'est ça voilà et puis faire un peu de chiffre d'affaires puisque du coup maintenant, c'est beaucoup de chiffre d'affaires. C'est voilà, c'est plus là-dessus qu'on nous demande de travailler au niveau de la restauration, au niveau du bar puisque du coup il y avait pas de bar ici. L'ancienne directrice était là depuis 25 ans donc dans sa salle d'animation, elle mettait pas de ... il y avait pas beaucoup de vie en termes d'animation, donc on a repris l'animation de 0. Il y avait pas beaucoup de matériel ni rien et on avait un espace soit disant en cuisine, frigo, etc., qui était derrière mais qui n'était pas utilisé donc on a mis à disposition un minibar, fin un minibar, un bar qui permet aussi d'avoir lors des soirées, on peut proposer vins, bières, cidres, voilà. Avec une licence 3, bien entendu et qui nous permet de faire un peu de complément de chiffre d'affaires et que les gens n'aient pas à ramener non plus à droite à gauche, à chaque fois leur boisson. Voilà.

LS : Ok.

JT : Mais après je sais pas si vous avez d'autres questions ?

LS : Bah pour rester encore sur le territoire, je pensais aussi à votre personnel, s'il était du coin ?

JT : Alors tous ceux qui travaillent l'année de ... fin du coup, de mars à octobre sont du coin. Il y en a un qui est sur Landévennec, un qui est sur Crozon, un sur Argol et une sur [pas compris]. C'est les petits villages juste à côté, ils ont peut-être quoi ? 15 km à faire au maximum, voilà, ils ont dix minutes de voiture.

LS : Ouais donc vous êtes le gros employeur un peu du coin donc c'est pas négligeable.

JT : Le gros employeur non parce qu'en fait sur [Nom de la ville où est situé le village de vacances] ou dans le coin, vous avez quand même fin sur la presqu'Ile, on est vraiment au début de la presqu'Ile, vous avez quand même Pierre et vacances, vous avez Belambra qui sont là. Vous avez le CCAS aussi donc ouais quand tu rentres...

LS : Vous avez donc pas mal de concurrence ?

JT : Concurrence ? Oui et non parce que chacun y trouvé son pain en fait, chacun a son public bien défini et voilà il n'y a pas de concurrence pour moi, chacun a du boulot. Voilà.

LS : Ok bah je pense qu'on a fait le tour des questions. Merci d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

JT : Avec plaisir. Et ben écoutez, Laurène, bonne continuation à vous. Et puis après du coup si vous avez un petit retour sur votre mémoire, n'hésitez pas à me le transmettre aussi, ça peut être positif.

LS : Ok bah je n'hésiterai pas à vous faire un petit retour. Merci à vous, bonne journée.

JT : Allez, bonne fin de journée en tout cas, merci au revoir.

Annexe H : Tableau de synthèse des entretiens semi-directifs

Nom	Personne interrogée	Structure du village de vacances	Composition clientèle
ESD1	<ul style="list-style-type: none"> - Formations : DUT animation, DEUG AES, BAC+5 en management hôtellerie (ESTHUA d'Angers) - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : serveur, plongeur, animateur enfant, animateur adulte, responsable d'accueil chez Renouveau Vacances et Azureva 	<ul style="list-style-type: none"> - Association VTF créée en 1956 - Village de vacances créé en 1995 - 300 lits - Entre 33-35 salariés 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles pendant les vacances scolaires et retraités hors vacances scolaires), classes découverte, groupes adultes (randonneurs, cyclistes, etc.) - 15 % de vacanciers aidés par le Secours Catholique, les Restos du Cœur, la CAF ; 30-40 % par CE - Fidélisation importante du personnel - Fidélisation des vacanciers sur l'association VTF Vacances mais pas sur le village de vacances (pas le but premier)
ESD2	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur : 13 ans - Formations : UFR Staps de Caen, maîtrise de gestion et d'administration des activités sociales et socioculturelles - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : professeur d'EPS, chargé de prévention de la délinquance, coordonnateur des activités de l'OMS et directeur des services des sports, responsable pays pour la Tunisie et la Sicile (UCPA), directeur de Centre nautique 	<ul style="list-style-type: none"> - Propriété de la MSA depuis 60 ans, ce qui permet de dégager des moyens financiers pour entretenir les bâtiments - 7 permanents, 52 saisonniers l'été - 2 millions de chiffre d'affaires, 22 000 nuitées - Constitué de trois parties : <ul style="list-style-type: none"> *Partie hôtelière : 100 places, chambres doubles, accueil individuels * Partie collective : 100 places, chambres collectives 2 restaurants accueil colos, classes découverte et de mer *Centre nautique : école de voile, accueil enfants de la communauté de communes - Action en faveur de la transition écologique et énergétique : aménagements (pompe à chaleur) - Site naturel préservé à proximité du GR 34, donc impossibilité d'agrandir les murs ou d'augmenter le volume, petites chambres, nombre de places limité au restaurant 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles pendant les vacances scolaires), groupes enfants et adultes (colonies de vacances, classes de mer de 2 jours, retraités avec Seniors en Vacances, randonneurs hors vacances scolaires) - Randonneurs : 80 % des voyageurs, séjours courts (multiplication des coûts car plus de rotation), réduction de 5 % sur les forfaits s'ils sont adhérents à la FFRP - Moins de 10 % de vacanciers aidés par la CAF - 30 % de familles fidélisées (grâce à la force de communication et du programme de fidélisation avec les chèques fidélité de Cap France) - Vieillesse de la clientèle fidélisée en raison des coûts qui augmentent (pouvoir d'achat plus élevé chez les seniors), remplacement du couple avec 2 enfants par les grands-parents avec les petits-enfants

ESD3	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directrice : 1 an - Formation : BTS comptabilité - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : Agefiph, foyer pour SDF, comptable, directrice de village de vacances et responsable du secteur hôtellerie chez Touristra, professeur de yoga 	<ul style="list-style-type: none"> - Association créée en 1985, pour le droit et la défense des vacances et des loisirs pour tous - Réseau de 19 associations - Objectif : promouvoir les villages de vacances du TSS ainsi que l'accès aux vacances, aux loisirs, à la culture, au sport, de qualité pour tous - Missions : proposer des voyages, des circuits, de la location et de la billetterie pour les groupes et les individuels 	/
ESD4	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur adjoint : 5 ans - Formation : Master 2 effectué à Suite and Co, formation de directeur de village vacances, niveau licence en histoire - Autres métiers exercés : directeur de plusieurs villages de vacances 	<ul style="list-style-type: none"> - Village vacances créé en 1976 par la CASS (comité d'entreprise du Centre d'Énergie Atomique - CEA) - 30 permanents, une dizaine de contrats de 10 mois, 70-75 saisonniers l'été - Capacité d'accueil : 350-400 personnes - Constitué de trois parties : Gîtes, Camping (chalets en bois, mobil-homes, 80 emplacements nus), 11 salles de séminaire - Force : licence tourisme, capacité d'accueil, de couchages, d'organisation, de repas et de festivité 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (salariés du CEA, familles pendant les vacances scolaires), groupes (retraités hors vacances scolaires), séminaires, congrès (syndicats, banques, grandes surfaces : Carrefour, Lidl) - 15 % de vacanciers aidés grâce au comité d'entreprise de la CASS (système d'aide au départ avec un quotient familial) - Fidélisation : 10-15 % d'individuels, 70 % de groupes et de séminaires
ESD5	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directrice : 10 ans - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : responsable d'animation, guide touristique et directrice de village de vacances chez Renouveau Vacances 	<ul style="list-style-type: none"> - Village de vacances créé en 1957 et reconstruit entre 1993 et 1997 - 5 permanents - Constitué de deux parties : <ul style="list-style-type: none"> *146 logements modulables avec une capacité d'accueil de 300 personnes *17 logements de type locatif, qui font l'objet d'un projet de développement business (les transformer en logements supérieurs type appart hôtel) pour héberger les salariés qui travaillent sur le port de Concarneau (diversification de l'offre et complément de revenu) 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : vacanciers issus de La Poste et de France Telecom (45%), associations locales, individuels, clients Azureva, groupes (seniors, cyclistes, randonneurs) - Méthodes adoptées pour attirer la clientèle : campagnes de publicité, bouche à oreille, prospection de commerciaux sur les salons - 50 % de vacanciers aidés par le biais de la CAF, du CGOS, des mairies, des associations (liées au handicap par exemple) - 35 % de vacanciers fidélisés (malgré une baisse de la part des postiers)

ESD6	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur : 2 ans - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : Les Glénans, Club Med (à l'origine associatif), Nouvelles Frontières (racheté par TUI), école de voile ; entraîneur, moniteur et responsable de base nautique ; responsable de la formation des jeunes marocains, responsable du développement territorial, négociateur pour gagner des délégations de service public et directeur de centre chez UCPA ; directeur de village vacances chez CI ORTF 	<ul style="list-style-type: none"> - Comité interentreprises - Démarche de développement durable, d'accessibilité et de découverte de la Bretagne - 3 permanents, une dizaine de contrats de 8 à 9 mois, 20-35 saisonniers l'été - Constitué de 3 parties : 14 chambres d'hôtel, logements collectifs (147 lits), 22 gîtes 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles, retraités), groupes (colonies de vacances, classes de mer : partenariat avec Ternélia), associations locales (séminaires) - 60-70 % de vacanciers aidés - 80 % de vacanciers fidélisés
ESD7	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directrice : 10 ans - Formation de directeur de villages de vacances - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : animatrice et responsable club enfant, réception, service en salle, plongée, ménage chez Renouveau Vacances, responsable d'animation chez Touristra Vacances, ULVF, directrice adjointe et directrice chez Villages clubs du soleil 	<ul style="list-style-type: none"> - 3 permanents, 40 salariés sur 6 mois et 80 salariés l'été - 150 hébergements pour 550 lits - Location de salles pour des séminaires ou des centres de formation - Force : emplacement géographique (GR 34, site Natura 2000, à 400 mètres de la plage) 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles pendant les vacances scolaires), groupes (hors vacances scolaires), séminaires - 10 % d'individuels aidés - 60-65 % de vacanciers fidélisés sur les groupes
ESD8	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur : 4 ans - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : directeur de villages de vacances chez VVF, CAF Vacances (Mileade aujourd'hui) et directeur de campings privés 	<ul style="list-style-type: none"> - 90 hébergements - 2 permanents et 12 saisonniers 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : familles en locatif (vacances scolaires), groupes en pension complète (hors vacances scolaires) - 50 % de vacanciers aidés par la CCAS, 3-4% de vacances aidés par l'Agospap - 5,6 % de vacanciers fidélisés (5 logements sur 90)

ESD9	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur : 2 mois - Formation : BTS action commerciale et formation pour devenir réceptionniste hôtellerie - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : <ul style="list-style-type: none"> *Des villages de vacances : Pierre et vacances, Maeva, Cap vacances *Des hôtels : Accor, Novotel, indépendants ; différents métiers dont directeur adjoint * Des EHPADS : manager *Un organisme de formation : AFPA en tant que formateur en hôtellerie 	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtel édifié en 1895, racheté en 1974 par la CCAS et construction d'un bâtiment annexe en 1978 - 3 permanents et 25 saisonniers l'été - Constitué de deux parties (78 chambres au total) : <ul style="list-style-type: none"> *Bâtiment principal : 42 chambres *Bâtiment annexe : 36 chambres 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles pendant les vacances scolaires), groupes (seniors, couples sans enfant hors vacances scolaires) - Exclusivement des salariés de la CCAS (agents des Industries Électriques et Gaziers)
ESD10	<ul style="list-style-type: none"> - Ancienneté directeur : 2 ans - Autres métiers exercés ou structures fréquentées : responsable d'animation, d'hébergement, directeur adjoint, directeur d'autres villages de vacances VVF Village 	<ul style="list-style-type: none"> - 5 permanents et 2 saisonniers - Constitué de 2 parties (60 logements au total) : 40 mobil-homes, 20 gîtes - Tri sélectif et éco pâturage pratiqués sur le site 	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèles : individuels (familles, couples avec enfants, retraités pendant les vacances scolaires) ; groupes (hors vacances scolaires) mais difficulté car absence de restauration sur place - 25 % de vacanciers aidés par la VACAF - 2-3 % de vacanciers fidélisés sur le village de vacances ; fidélisation beaucoup plus forte sur le groupe

Nom	Mixité et lien social	Soutien des publics vulnérables
ESD1	<ul style="list-style-type: none"> - Clientèle qui arrive via différents réseaux - Mixité sociale générée par le fait qu'il n'y ait aucune différence de traitement entre les vacanciers (pas de préjugés), d'où une instauration d'un vivre ensemble - Peu de dirigeants d'entreprise qui ont des revenus extrêmement élevés - Distinction de la concurrence : réputation sur internet (avis), bouche à oreille, en interne, services commerciaux, identité propre 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas vraiment d'action spécifique mise en œuvre pour inclure socialement les publics vulnérables - Chambres adaptées PMR

ESD2	<ul style="list-style-type: none"> - Présence de créateurs d'ambiance qui vont créer du lien lors des animations - Plan de table qui vise à mixer les populations : difficulté car beaucoup de familles souhaitent manger ensemble - Pas de communication spécifique pour attirer les catégories sociales les plus défavorisées : envoyées par la MSA, les travailleurs sociaux et la CAF 	<ul style="list-style-type: none"> - Participation à l'opération « seniors en vacances » (ANCV) - Développement d'activités sociales à la MSA (sous l'association AVMA) qui représentent près de 20 % du chiffre d'affaires : <ul style="list-style-type: none"> *Séjours Partage qui associent des jeunes en formation d'aide à la personne (partenariat avec une MFR) avec des aînés en EHPAD, qui sont écartés des vacances et qui bénéficient de l'aide NCV. *Colonies de vacances financées en partie par la MSA en fonction des quotients familiaux des familles *Vraies Vacances qui aident (soulagent) les familles qui ont un enfant handicapé. L'enfant ira au club enfant et sera accompagné par un éducateur spécialisé en fonction de son handicap. *Partir pour rebondir qui permettent aux personnes issues du monde agricole, repérées par des travailleurs sociaux comme étant en grande difficulté, de partir en vacances. La MSA va les accompagner pour les remplacer s'ils sont dans une ferme et surtout les aider à partir en vacances.
ESD3	<ul style="list-style-type: none"> - Lieu où des personnes de CSP et d'âge différents vont se rencontrer et apprendre à se connaître - Présence de créateurs de liens pour mixer et rapprocher les publics - Pourquoi choisir un village vacances du champ du TSS ? Pour son identité, ses valeurs, son brassage social, sa convivialité, son aspect de découverte et d'aller vers l'extérieur, le tout inclus (peu de services payants), des choix politiques (« envie de nourrir cette idée d'une société pluriculturelle, d'une société où on est tous différents mais où on peut vivre ensemble, si on apprend justement à se connaître »), la question d'appartenance (« c'est nos villages vacances ») 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas vraiment d'action spécifique mise en œuvre pour inclure socialement les publics vulnérables, si ce n'est leur prise en charge et leur accompagnement
ESD4	<ul style="list-style-type: none"> - Politique d'accueil de tout type d'organismes et de publics car vacances accessibles financièrement - Mixité dans les vacanciers : niveaux sociaux (cadres, ouvriers ; CSP+ : bikers), âges, régions différents mais attire majoritairement les classes moyennes et inférieures - Mixité dans le personnel : genres, âges, ethnies différents - Pas d'action volontaire car la clientèle est déjà mixée socialement 	<ul style="list-style-type: none"> - Travail en cours sur la mise en place d'animations adultes et du club enfant par des jeunes en situation d'handicap - Intégration de personnes dans des situations compliquées (mi-temps thérapeutiques) dans le personnel et donc au milieu du public - Pas d'action spécifique menée à l'échelle du village vacances mais plutôt au niveau de la CASS

ESD5	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité de fait car accueil de tous les publics (personnes en situation de handicap, personnes des maisons de retraite locales), qui viennent de différents canaux de distribution comme les médias (télévision, radio), les plateformes de réservation (Booking, Ventes Privées) - Mixité dans les vacanciers : différentes CSP (CSP+ : bikers) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas d'action spécifique mise en œuvre pour inclure socialement les publics vulnérables : inclusion de fait, aménagement de l'espace de vie, communication/information de la condition auprès des autres vacanciers
ESD6	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité dans les vacanciers : *Touche toutes les classes sociales : personnes à faible revenu (partenariat avec le Secours Catholique pour les colonies de vacances et les séjours de dernière minute), cadres (majoritairement des cadres moyens), CSP + (souvent à la retraite : producteurs, journalistes, chefs de production, scénaristes) *Touche tous les âges : enfants (colonies de vacances), adultes, seniors - Une même prestation accessible à tous les vacanciers, avec la possibilité d'avoir des prestations supplémentaires haut de gamme (thalasso, voile, golf) → captation de tous les publics même les plus aisés 	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariat avec un IME : offre de séjours adaptés pour des personnes handicapées et recrutement de jeunes autistes pour des missions de courte durée - Propose des moments de décompression, des séjours à thèmes pour les enfants, dysphasiques, dyspraxiques et pour leurs mamans - Partenariat potentiel : comité départemental Handisport
ESD7	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité dans le personnel : tout âge, tout horizon, différentes régions de France ou à l'étranger - Mixité dans les vacanciers : niveaux sociaux différents (personnes à très faibles revenus grâce aux séjours aidés et personnes à très haut revenu). Partenariat avec l'ANCV et les mairies qui proposent des séjours avec des prix aidés (notamment sur la basse saison) ; avec des comités d'entreprise qui participent au financement des séjours ; et avec des associations comme Les Restos du Cœur - Actions mises en place pour favoriser cette mixité : choix des animations proposées, du plan de table au restaurant - Captation de tous les publics car : séjours en catalogue vert, qualité de la prestation dans le choix du tarif appliqué (conserver un rapport qualité-prix accessible pour tous), partenariat avec des plateformes (Booking, Veepee), des comités d'entreprise, des œuvres sociales, des mairies. C'est en passant par différents canaux de vente que la mixité se fait - Accueil des publics de la même manière mais il est tout de même possible d'adapter la proposition en fonction des attentes des clientèles 	<ul style="list-style-type: none"> - Choix des infrastructures et aménagement des locaux pour l'accueil des publics fragilisés (personnes âgées et en situation d'handicap) : respect de la législation pour l'accueil de ces publics (disposer d'un nombre de chambres PMR suffisamment important) - Pas d'action spécifique mise en œuvre pour inclure socialement les publics vulnérables

ESD8	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité dans les vacanciers : niveaux sociaux différents (personnes défavorisées venues par le biais du Secours Populaire, des Restos du Cœur ; personnes du troisième et du quatrième âge ; principalement des ouvriers hautement qualifiés et des cadres moyens) grâce à une tarification accessible (rapport qualité-prix intéressant pour tous) - Pas d'action spécifique menée pour avoir de la mixité sociale, elle se fait naturellement - Favorise le lien social, les rencontres entre les vacanciers via l'animation et les repas festifs 	<ul style="list-style-type: none"> - Aménagement des locaux pour l'accueil des publics fragilisés : chambres PMR - Accompagnement et prise en charge des personnes, disponibilité et formation du personnel, mise à disposition d'infirmières et de médecins au besoin, prise en charge des frais médicaux et des déplacements d'urgence - Pas d'action spécifique mise en œuvre pour inclure socialement ces publics
ESD9	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité dans les vacanciers : toutes catégories sociales (personnes avec des faibles ou des gros revenus) grâce à des tarifs accessibles pour tous (quotient familial) ; en provenance de différentes régions de France ; présence de différents groupes (motards, randonneurs, cyclistes) - Actions mises en place pour favoriser le lien social et les rencontres : point rencontre (bar, jeux de société), animations (balades), absence de télévision dans les logements pour favoriser les échanges 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil et regroupement de personnes à faible taux de social pendant les vacances de Noël pour les rapprocher - Accueil de séjours pluriels (personnes en situation d'handicap non autonomes) et accompagnement de ces publics par des assistantes sociales (formation du personnel pour répondre à leurs demandes) - Intégration des séjours pluriels dans la vie du village de vacances : prise de repas avec le personnel, participation aux activités - Adaptation des activités en fonction de la condition des vacanciers
ESD10	<ul style="list-style-type: none"> - Mixité due aux nombreux canaux de distribution par lesquels les vacanciers peuvent partir en vacances : partenariats avec Evasion Handicap, Vacances et Familles, VACAF, CGOS, EPAF, Leclerc voyage, Booking, Expedia, Airbnb - Mixité dans les vacanciers : CSP différentes (personnes défavorisées, classes moyennes) - Actions mises en place pour favoriser la mixité et le lien social : animations (balades, soirées), pas de différence de traitement 	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariats divers : <ul style="list-style-type: none"> *Evasion Handicap : aide (soulage) les familles qui ont un enfant handicapé. L'enfant ira au club enfant et sera accompagné par un éducateur spécialisé en fonction de son handicap (similaire au dispositif Vraies Vacances mené par Cap France) *Vacances et Familles : accueil de personnes issues des milieux défavorisés et découverte d'activités qu'ils ne connaissent pas (ferme)

Nom	Culture et éducation	Transition éco et sociale du territoire	Hypothèses validées
ESD1	<ul style="list-style-type: none"> - Découverte et culture à tous les niveaux de l'offre : restauration, animation (visite, soirée, jeux, spectacles, programme enfant et adulte, visite guidée des villes aux alentours, randonnée), bibliothèque (en lien avec le patrimoine, les milieux marins, les contes et légendes et la Bretagne). 	<ul style="list-style-type: none"> - 29 salariés sur 30 habitent dans un rayon de 15 km autour du VV (embauche locale) - La grande partie des FRS sont locaux : *Alimentation (pain, miel, crustacés, fruits et légumes, poisson) = restauration régionale *Fournitures d'entretien (peinture, réparation et entretien véhicule, produits d'entretiens, matériel : tronçonneuses, débroussailleuses, tondeuses) *Fleurs et plantation - Communication à l'accueil sur ce qu'il y a à faire dans le coin : fête locale, marchés, sites et villes touristiques - Volonté d'être ouvert sur l'extérieur : « Moi j'ai envie d'avoir un village désert en milieu d'après-midi et qui reprend de la vie quand ils rentrent en fin d'après-midi » 	1, 3 et 4
ESD2	<ul style="list-style-type: none"> - Activité éducative : présence d'éducateurs voile kayak pour les groupes - Activité culturelle : présence d'intervenants (humoristes, musiciens), programmation de concerts pour les individuels et les groupes 	<ul style="list-style-type: none"> - Crée de l'emploi et fidélise le personnel au niveau local (embauche en local) - Se fournit auprès des producteurs locaux pour l'alimentation (huîtres, légumes, etc.), favorise les circuits courts - Ouverture sur le territoire : pousse les voyageurs à découvrir la région - En contact permanent avec les élus locaux, même s'il manque un arbitrage au niveau de la communauté de communes 	1, 2, 3 et 4
ESD3	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer des activités de l'ordre de l'éducation, de la culture, de la découverte grâce à des intervenants (ateliers théâtre, musique, yoga, Qi Gong, sophrologie, peinture, origami, etc.) - Exemple de TousiTra : cours de natation pour les enfants, tournées CCAS 	<ul style="list-style-type: none"> - Crée de l'emploi et fidélise le personnel au niveau local (animateurs, responsable et agents d'accueil) - Met en relation des touristes avec les producteurs et artisans locaux via les activités, interventions - Balades découverte et partage avec un animateur pour faire connaître le coin et promouvoir les produits des producteurs locaux 	1, 3 et 4
ESD4	<ul style="list-style-type: none"> - Activités éducatives : *Présence d'intervenants : cours de natation, de plongée *Apprendre à jouer au poker (ligue de poker) - Activités culturelles : *Présence d'intervenants : ateliers spécifiques (sophrologie), 	<ul style="list-style-type: none"> - Crée de l'emploi au niveau local (embauche locale) - Met en relation les touristes avec les producteurs et artisans locaux via les activités, interventions - Se fournit auprès des producteurs locaux pour l'alimentation (pain, fruits de mer), favorise les circuits courts 	1, 2, 3 et 4

	groupes de musiques locaux, producteurs locaux (dégustation et explication de l'ostréiculture), *Randonnées commentées *Montage de spectacles avec des artistes résidents dans le village vacances	- Ouverture sur le territoire : accueil des acteurs locaux au sein du village vacances (ostréiculteur, maîtres-nageurs, foodtruck, exposants, assemblées générales d'associations, clubs du « troisième âge »), pousse les voyageurs à se tourner vers les acteurs locaux (loueur de vélo, marchés) - Balades découverte et rencontre pour faire connaître la région	
ESD5	- Village vacances thématique sur l'expérience celtique bretonne - Activités éducatives : apprendre à faire des nœuds marins - Activités culturelles : *Animations (ateliers) en lien avec la nature, la Bretagne, la mer et la culture celtique : Land Art, peinture sur galets, initiation crêpes, jeux bretons *Visite, découverte, randonnées autour des sites touristiques de proximité	- Crée de l'emploi au niveau local (embauche locale) - Se fournit auprès des producteurs locaux pour l'alimentation (poisson, crêpes) - Accueille des intervenants locaux (musiciens) - En partenariat avec la mairie et les entreprises locales (écoles de foot, associations) : prêt de matériel, mise à disposition de terrains et de salles de réunion - Propose des hébergements pour les salariés des entreprises locales	1, 3 et 4
ESD6	- Activités éducatives : apprendre le breton et les danses bretonnes via des intervenants - Activités culturelles : organisation de balades, d'excursions vers les lieux mythiques de la région, animations en lien avec la culture bretonne	- Ne se considère pas comme un acteur local car n'est pas encore reconnu comme tel par les élus - Partenariat avec les associations locales - Crée de l'emploi au niveau local (embauche en local) - Se fournit auprès des acteurs locaux pour l'alimentation, l'entretien - Balades et excursions pour faire découvrir la région et promouvoir les produits des producteurs locaux	1, 2, 3 et 4
ESD7	- Programme pédagogique à destination des enfants du club : découverte de l'environnement qui les entoure, apprendre à cuisiner les produits bretons - Activités culturelles : excursions, randonnée, vélo pour connaître la région et les acteurs du territoire ; découverte d'activités comme la marche aquatique et le paddle	- Crée de l'emploi au niveau local (embauche locale) - Se fournit auprès des acteurs locaux pour quelques achats (cidre) - Partenariat avec des prestataires locaux pour les activités - Ouverture sur le territoire : balades et excursions pour faire découvrir la région et entrer en contact avec les acteurs locaux	1, 3 et 4
ESD8	- Activités culturelles : intervenants (troupes de théâtre) ; bibliothèque et tournées de la CCAS ; visites et excursions pour découvrir le patrimoine, la nature et donc la région → offre culturelle constituée d'une offre spectacle et d'une offre découverte du territoire - Pas d'activité éducative	- Se fournit auprès des acteurs locaux pour l'alimentation (cidre, sel de Guérande, bière bretonnes, biscuits bretons comme le Kouign Amann) et promeut leurs produits dans sa boutique - Balades et excursions pour faire découvrir la région - Accueille des intervenants locaux (troupes de théâtre)	1, 3 et 4

ESD9	<ul style="list-style-type: none"> - Activités éducatives : initiation aux échecs grâce à des intervenants - Activités culturelles : organisation d'activités comme la randonnée, le kayak, le paddle et le Longe-Côte ; bibliothèque, tournées CCAS et jeux de société 	<ul style="list-style-type: none"> - Crée de l'emploi au niveau local (embauche locale) - Se fournit auprès des acteurs locaux pour quelques achats (Breizh Cola, pain) - Communication et information sur ce qu'il y a à voir dans la région (via un animateur) - Partenariat avec des prestataires locaux pour certaines activités (échecs) - Potentiels partenariats avec les acteurs locaux (centre nautique, boutiques, restaurants) pour avoir des tarifs préférentiels 	1, 2, 3 et 4
ESD10	<ul style="list-style-type: none"> - Activités culturelles : animations en lien avec la Bretagne (soirée spéciale Bretagne avec des quiz et des jeux) ; partenariat avec des acteurs locaux pour les animations (Musée Vivant des vieux métiers) 	<ul style="list-style-type: none"> - Crée de l'emploi au niveau local (embauche locale) - Partenariat avec des prestataires locaux : <ul style="list-style-type: none"> *Pour la restauration : incite les vacanciers à se rendre dans les deux restaurants à proximité (apéritif gratuit) ; fait venir des Foodtruck ; confectionne un menu fraîcheur avec un traiteur *Pour les activités culturelles : prix négociés (Musée Vivant des vieux métiers, char à voile), communication sur ce qu'il y a à faire dans la région - Collaboration avec la mairie pour se rendre des services (hébergement de groupes, etc.) 	1, 2, 3 et 4

Annexe I : Tableau de synthèse des verbatims des entretiens semi-directifs

1. Mixité et lien social

a. La mixité dans la population de vacanciers et dans le personnel

Nom	Verbatims
ESD3	<p>« On pouvait recevoir aussi bien le mec qui était pilote chez Air-France que la dame qui faisait les plateaux qu'on sert dans l'avion par exemple ou le monsieur qui travaillait à la chaîne chez Renault. [...] C'est des lieux où ils vont pouvoir se rencontrer [...] Et là d'un coup, bah on va découvrir que peut-être oui, le monsieur qui fait des ménages, il a d'autres compétences, d'autres qualités, il joue super bien aux boules [...]. On se rencontre et oui, on apprend à se connaître et donc va avoir moins d'apriori sur les uns vis-à-vis des autres. »</p> <p>« On a de tout sur les villages vacances, on a aussi bien des jeunes, on a aussi bien des familles jeunes avec des enfants en bas âge, que des familles avec des adolescents, que des seniors et là tout le monde est plus en moins entre guillemets obligés en tout cas de vivre ensemble. »</p>
ESD4	<p>« Au niveau de la mixité dans les groupes, [...] on voit bien qu'on a tout type de personnes qui viennent de niveaux sociaux différents. Un autocariste, il peut y avoir des gens, des cadres retraités comme des ouvriers retraités, hein. [...] On fait aussi beaucoup de fêtes de famille, de mariage, de baptême et donc là on peut avoir différentes confessions qui viennent chez nous, on peut avoir différentes régions de France [...] On va aussi bien accueillir le Rotary Club que le club de scrabble du coin. »</p> <p>« On a la mixité dans notre personnel : homme, femme, jeune, plus vieux, des gens d'ethnies différentes, donc ça amène aussi une image assez positive par rapport à ça. »</p>
ESD6	<p>« Ça va de très jeune à très ancien. Voilà donc on croise les générations. »</p> <p>« On va dire qu'on a des cadres, on a pas mal de cadres moyens, peu de cadres sup parce que l'image du tourisme social est ainsi faite, c'est que il préfère aller dans le Club Med, ça fait mieux que d'aller en vacances dans des villages vacances pas chères. [...] On peut avoir des CSP plus mais à la retraite. En fait, on a des producteurs, on a des journalistes, on a des chefs de production, on a des scénaristes, voilà, mais on touche toutes les classes sociales puisque tout le monde peut bénéficier des séjours ici, des séjours aidés d'ailleurs hein. »</p> <p>« Ah oui, oui, oui, bien sûr, on favorise cette mixité. Alors déjà sur le public puisque il y a tous les âges, il y a différents types de classes sociales. »</p> <p>« On a des publics scolaires comme des publics colonies de vacances. Et puis dans les familles, on a les petits enfants avec les grands-parents. »</p>
ESD7	<p>« Tout à fait. Alors déjà je dirais qu'on le fait à 3 niveaux. Le premier niveau, c'est aussi dans nos embauches avec les saisonniers et dans la façon dont on construit l'équipe, où on a des équipes multiculturelles, c'est à dire qu'on a de tous les âges, de tout horizon et qui viennent un petit peu partout, de France ou de l'étranger. Et donc ça, on pense nous aussi que ça favorise la mixité aussi sur le lieu des vacances. »</p> <p>« Et puis vis-à-vis de de nos vacanciers. Alors on choisit pas qui vient en vacances chez nous, mais effectivement c'est ce qu'on voit par les actions qu'on met en place sur les séjours aidés, on va avoir des catégories socioprofessionnelles tout à fait</p>

	<i>différentes, des gens qui ont de très faibles moyens comme des gens qui en ont de très haut, qui vont se côtoyer tout au long de la saison sur le site. »</i>
ESD8	<i>« Sur mon caryotype de clients ici ça va être l'ouvrier hautement qualifié, le cadre moyen véritablement. Mais sur le papier, on accueille tout le monde. C'est vrai sur les groupes, c'est très varié. On peut avoir des groupes, par exemple des Restos du cœur par exemple, ou du Secours catholique plutôt, qui donc sa clientèle va être une clientèle de personnes défavorisées jusqu'à tout le monde. [...] Alors en termes de mixité sociale, comme on accueille tout le monde et que les prix permettent de le faire, j'ai envie de dire oui. À tel point que finalement, je ne peux pas vous dire la CSP de chacun. »</i>
ESD9	<i>« Les villages chez CCAS sont faits pour que les gens de toutes catégories sociales, hein, avec des faibles ou des gros revenus, peuvent se retrouver ensemble. »</i> <i>« Ils peuvent venir vraiment du Nord et du Sud et se rencontrer. [...] On a également des groupes, par exemple, on a des motards, on a des vététistes, on a des randonneurs. Alors, ces trois groupes-là sont totalement différents et dans la vie quotidienne ne pourrait jamais se familiariser entre eux et échanger et ben la CCAS permet ce genre de tissu social. »</i>
ESD10	<i>« Alors au niveau de la mixité, oui, parce que du coup on a différents types de public, etc. »</i>

b. La mixité de fait

Nom	Verbatims
ESD1	<i>« On a des clientèles qui arrivent par des réseaux un peu différents quoi qu'ils soient. J'y arrive plein pot, j'y arrive par mon CE ou je suis vraiment aidé pour arriver chez nous. Et honnêtement, je pense que la mixité sociale, on la génère parce que justement on crée aucune différence. [...] On parle aux gens de la même manière, la prestation est la même, le commun est le même et la règle est la même. [...] Pour créer de la mixité, je pense qu'il faut avoir, ce qu'est compliqué, aucun préjugé. »</i>
ESD4	<i>« On est une politique où on accueille tout type d'organisme. »</i> <i>« Il n'y a pas d'action volontaire fin on n'affiche pas quelque chose par rapport à ça mais notre clientèle est déjà mixée socialement. »</i>
ESD5	<i>« La mixité elle est... alors je pense qu'elle est pas forcément consciente. Je pense qu'elle va être plus de fait, puisque aujourd'hui nous on fait partie de ces groupes qui accueillons tout public sans distinction de rien. [...] On travaille beaucoup sur ? Avec Booking, Ventes Privées, sur ces opérateurs. Et donc ça aussi ça nous amène une mixité. [...] A partir du moment où on a un public, on partage le même bar, le même restaurant, les mêmes animateurs, les mêmes prestations, donc ce qu'on propose aux uns, on le propose à tous. Donc de fait, s'ils veulent s'en exclure, ils participent à rien sur le village. Mais s'ils veulent participer à tout, ben ils se mélangent. »</i>
ESD6	<i>« Donc ils sont tous à la même enseigne, ils ont la même offre on va dire, voire beaucoup beaucoup de gratuité puisqu'on utilise la subvention pour leur proposer de la gratuité, en plus des tarifs accessibles. »</i> <i>« Dans l'ouverture, comme on est ... on a des vacanciers captifs puisqu'ils sont déjà chez nous, on n'a pas besoin de faire de la publicité, d'ailleurs on n'en fait pas, c'est le bouche à oreille. »</i>

ESD7	<p>« On a un partenariat déjà avec l'ANCV qui propose notamment sur la basse saison, des séjours avec des prix aidés. [...] On a des partenariats aussi avec des comités d'entreprise, [...] des associations comme le resto du cœur [...] ou alors avec des mairies qui permettent de faire venir des séjours aidés à moindre coût. [...] C'est en additionnant tous les canaux de vente aussi que la mixité se fait. »</p> <p>« Je dirais qu'en fait on fait en sorte d'accueillir tout public de la même manière. »</p>
ESD8	<p>« On va dire [qu'on est] 50% moins cher que le marché. Donc à partir de là, on peut, si on est moins cher que le marché, on peut dire qu'on accueille plus facilement toutes les origines sociales. [...] Au-delà de ça, j'ai pas d'action spécifique ici, on n'est pas dans l'éducatif, on n'est pas dans le social au sens accompagnement social, non, non il n'y a rien de tout ça et on n'a pas besoin en vérité. »</p>
ESD9	<p>« Le tarif hein que les agents payent, varient en fonction de leur quotient, voilà donc ça fait le savoir et que à la base et ben la CCAS a été ouvert justement pour que tout le monde, même les plus faibles revenus, puissent partir en vacances. »</p>
ESD10	<p>« On travaille avec plusieurs associations, nous. Donc on travaille avec Evasion Handicap sur mon village, on travaille avec Vacances et Familles, on a la VACAF du coup les allocations et puis après on a tous les CGOS. Il y a quoi d'autre ? [...] L'EPAF aussi [...] Après on travaille avec Leclerc voyage, on travaille beaucoup avec Booking, Expedia aussi et là, ils nous ont mis sur Airbnb. Donc du coup, ça fait vraiment un gros panel [...] de clients potentiels et c'est vraiment de la mixité au niveau du public. »</p> <p>« C'est pas parce que cette personne a payé 1500€ la semaine et qu'elle a payé de sa poche et que les autres ont payé 800 et qu'ils ont eu des aides de la CAF, qu'ils ne doivent pas avoir la même prestation. Voilà, il y a pas de différence quand les gens viennent. »</p>

c. Actions mises en place pour favoriser la mixité et le lien social

Nom	Verbatims
ESD2	<p>« Alors, oui, c'est le cœur de notre métier. [...] Ça se traduit comment ? C'est une ambiance plus que de mettre des animations, on essaie de mettre des créateurs d'ambiance qui vont créer du lien, donc on a des soirées à thème, je pense à des soirées crêpes, des interventions extérieures aussi de musiciens et autres pour créer du lien et forcer les gens à se rapprocher. Ça se passe aussi sur le plan de table au restaurant. C'est un plan de table où on mixe les population. »</p>
ESD6	<p>« On a une prestation [...] de haute qualité par rapport au tourisme social en restant humble mais on fait du service à table, on commande des produits locaux, des produits bio. Il y a une approche où les personnes qui sont habituées au standing peuvent venir chez nous et s'y retrouver, donc ce qui permet à toutes les classes sociales de venir. Nous faisons de la voile, il y a une offre aussi, il y en a qui font de la thalasso donc ceux qui sont plus riches peuvent payer plus et aller se payer une prestation thalasso. [...] Ce qui peut pousser la mixité sociale, c'est que venir à [nom du village vacances], ça fait bien. Parce que c'est un lieu très très prisé et considéré comme haut de gamme. Mais on est quand même accessible. Donc ce qui permet à un moment de toucher tout type de public. »</p>

ESD7	<i>« On arrive à [faire en sorte] que cette mixité fonctionne, donc là au travers des animations qu'on va proposer, de la façon où on va installer les gens aussi aux tables du restaurant. On essaie de faire en sorte que dans la semaine, il y ait plusieurs moments de réunion, fin de réunion ... j'entends en tout cas où les gens vont se rencontrer. »</i>
ESD9	<i>« Quand ils arrivent sur place, les bénéficiaires, grâce notamment au point de rencontre, les gens discutent entre eux, les gens sont plutôt avenants et nous, on mène des actions par rapport à ça, c'est à dire que via l'animation également. On propose des animations de groupe, voilà, on propose des balades et c'est vraiment lors des balades des fois, qu'en fait certaines familles se rapprochent parce que ils ont des enfants du même âge et que les enfants s'entendent bien et ben du coup les parents en fait, ils commencent à discuter. »</i>

2. Inclusion sociale des publics vulnérables

a. Pas ou peu de réelle action en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables

Nom	Verbatims
ESD1	<i>« Pas spécialement, non. Fin, on n'a pas une démarche particulière là-dessus quoi. Mais on a des chambres adaptées. »</i>
ESD3	<i>« Je trouve qu'on est des lieux où oui, on reçoit encore des gens en difficulté même si c'est sûr hein, que c'est plus difficile de partir en vacances. [...] Moi, je dirais que nous, les villages vacances, nous quand on est sur le site, notre rôle c'est vraiment d'accompagner, d'accueillir et d'accompagner et donc d'être vraiment dans cette écoute [...] pour que la personne sur le site, elle profite pleinement, elle découvre pleinement, elle ose et ses enfants osent et on fait, voilà. Mais je dirais que cette idée de promouvoir l'accès [...] ça vient au-dessus de ceux qui nous fédèrent, qui nous dirigent. »</i>
ESD5	<i>« On n'a pas besoin en fait. Les seules actions qu'on peut avoir nous, c'est dans la communication. C'est à dire qu'effectivement, quand je fais ma réunion d'accueil, je présente tous les groupes : d'où ils viennent et qui ils sont. Pour moi, faire une différence, ce serait stigmatiser. Moi, je suis pour l'inclusion de fait. [...] On n'est pas équipés, on n'est pas un hôpital, on n'a pas un service d'aide. S'il y a besoin d'infirmière, on les réserve, s'il y a besoin de recevoir des médicalisés, on les reçoit, on les met en place mais après, souvent, ils ont les personnes qui les accompagnent. Nous, on fait tout pour aider, [...] on met les chambres dans la condition de leur réception. Mais en aucun cas, on va se transformer en hôpital, c'est vraiment pas notre volonté en fait. »</i>
ESD7	<i>« Dès qu'on part sur de la rénovation ou de l'achat de nouveaux villages vacances, on fait attention à respecter la législation et à pouvoir accueillir des personnes ... un public handicapé par exemple en gardant un nombre de chambres PMR suffisamment important et en tout cas pas du tout fermer les ventes à ce niveau-là.»</i> <i>« Alors il y a quand même des moments, [...] par exemple pour tous les publics seniors retraités, on adapte complètement la proposition de programme à ce qui est attendu [...] Donc quelque part oui, dans la programmation de nos vacances, c'est certain qu'on a fait des choix qui favorisent l'inclusion. »</i>

ESD8	« On n'est pas dans le social au sens accompagnement social. [...] On n'a pas de projet, il y a aucune demande pour tout vous dire. On est vraiment un lieu de vacances, donc non il y a aucune demande. »
------	--

b. Des actions menées en faveur de l'inclusion sociale des publics vulnérables

Nom	Verbatims
ESD2	<p>« Je pense à l'ANCV par exemple et à l'opération Seniors en vacances auxquelles nous participons. [...] Nous développons des propres activités sociales au sein de la MSA. [...] On s'appuie par exemple sur l'activité Seniors en Vacances pour créer ce qu'on appelle des séjours Partage. Séjours Partage sont des séjours qui vont associer des jeunes en formation d'aide à la personne avec des aînés qui sont en EHPAD, qui sont écartés des vacances. Donc les aînés bénéficient de l'ANCV pour financer leurs vacances. [...] Et les jeunes s'occupent des anciens, créent des liens. Alors il y a des aides à la toilette et autres si il y a besoin mais il y a surtout beaucoup plus le côté animation. On va visiter ensemble, on les aide à descendre, à monter dans le bus et puis des animations de type soirée dansante, karaoké pour les anciens. »</p> <p>« Et puis il y a d'autres expérimentations qui sont menées par la MSA. Je pense à des séjours qui s'appellent des Vraies Vacances qui cherchent à aider des familles qui ont un enfant handicapé. [...] L'enfant handicapé va aller au club enfant mais en fonction de son handicap, il va être accompagné par un éducateur [...]. Et il va aller soit au club enfant si c'est possible et si c'est pas possible, l'animateur va lui proposer des activités pour que les parents aient un vrai temps de répit. »</p> <p>« Nous avons aussi des activités sociales qui sont pilotées par des travailleurs sociaux de la MSA qui s'appellent Partir pour rebondir [...] [pour] des agriculteurs ou des personnes issues du monde agricole [...], repérées par des travailleurs sociaux comme étant en grande difficulté. Et la MSA va les accompagner pour d'abord, un s'ils sont dans une ferme par exemple mettre quelqu'un à la ferme pendant qu'ils partent en vacances et surtout les aider à partir en vacances réellement pendant une semaine chez nous. »</p> <p>« C'est des activités que l'on fait de bon cœur qui donnent une justification aussi à notre appartenance au tourisme social et qui donnent du sens. »</p>
ESD4	<p>« Alors c'est-à-dire qu'on a une action qui est ciblée, hein, par rapport à ça. [...] On est en train de travailler sur le fait que ces personnes en situation de handicap, ces jeunes, participeront aux animations, mettront en place des animations chez nous, au sein des clubs enfants, au sein des animations adultes. »</p> <p>« Même au niveau du personnel : on a beaucoup de gens qui sont en situation compliquée, beaucoup de mi-temps thérapeutiques, beaucoup de choses comme ça qu'on intègre dans le personnel, qui sont eux intégrés au milieu du public. [...] Après je ne sais pas, il n'y a pas de commission spécifique qui travaille sur le handicap, [...] pas à ma connaissance en tout cas. »</p>
ESD6	<p>« Il y a un IME avec qui je rentre en partenariat, donc il y a une jeune fille autiste qui va venir en cuisine avec nous pendant 15 jours et derrière, on enclenchera des partenariats sur des séjours. C'est des séjours pour des personnes porteuses de handicap. »</p> <p>« On a l'idée de proposer aussi des moments de décompression ou des séjours à thèmes pour les enfants dysphasiques, dyspraxiques [...] et peut-être aussi pour les mamans. »</p>

	« Dans les visions cibles, je suis en relation avec le comité départemental Handisport parce qu'on est des infrastructures disponibles encore et on pourrait accueillir ce type de public. »
ESD9	<p>« Par exemple, l'année dernière, pendant [...] [les] vacances de fête [...], on a accueilli des personnes avec un faible taux de social parce que c'est des personnes qui étaient seules, qui la famille était éloignée ou qui n'avait plus de famille malheureusement et donc ils se sont retrouvés. C'est des personnes généralement qui ne se connaissaient pas et qui ont appris à se connaître et je pense qu'ils ont gardé un lien entre eux. »</p> <p>« On accueille des séjours pluriels. [...] Ce sont des personnes [...] qui sont malheureusement dans l'incapacité de voyager et de venir prendre des vacances seules, en autonomie. Parce que soit ils ont des pathologies physiques moteur, soit des pathologies psychiques. [...] Et donc ils sont accompagnés par des assistantes sociales [...] pour favoriser et faciliter en fait leur séjour. [...] Ils vont faire partie intégrante de l'activité [...], ils vont prendre le repas avec nous dans la salle de restaurant [...] et se mélanger justement aux autres bénéficiaires. Également au niveau des activités animations donc ils participent hein ? [...] On les fait participer dans la mesure du possible, je prends par exemple hein quelqu'un qui veut faire de l'escalade mais qui est en fauteuil roulant, ça va être compliqué. Dans ce cas-là, on propose, voilà, on oriente sur une autre activité. L'AS peut proposer une autre activité, une balade, un restaurant »</p>
ESD10	<p>« [Il y a] Evasion Handicap [...], [où] on travaille sur le handicap de l'autisme. [...] Donc généralement la famille vient avec l'enfant et ils ont un [...] ou deux animateurs qui sont là vraiment pour que l'enfant passe un bon séjour, donc on essaie de le mettre à l'aise aussi et de voir s'il peut arriver au club enfant. [...] En gros, on essaie vraiment de les intégrer au maximum pour que eux ne se sentent pas rejetés, que la famille soit contente aussi, qu'elle puisse avoir du temps aussi pour souffler un petit peu. »</p> <p>« Il y a Vacances et Familles aussi [...], c'est des personnes qui sont de milieux un petit peu défavorisés et [...] qui vont venir chez nous pour passer des vacances et [...] découvrir un petit peu des activités qu'ils ne connaissent pas spécialement. »</p>

3. Culture et éducation

a. Des activités culturelles

Nom	Verbatims
ESD1	« Alors, honnêtement ? A plus de 300%. Et je pense qu'on est un des villages de vacances les plus culturels et éducatifs. C'est à dire qu'il n'y a pas une chose en restauration, en animation, en jeux d'animation, en visite, en soirée qui n'amène pas vers de la découverte et de la culture. Alors, tout le programme enfant, tout le programme adulte, toutes les soirées, toutes les activités, elles parlent que de Bretagne ou de mer ou de milieux marins ou de découverte. [...] Pour donner un exemple, en face de l'accueil, il y a une bibliothèque et aujourd'hui, il y a 220 livres au dernier recensement, qui parlent essentiellement de Bretagne, de mer, de contes et légendes. »
ESD2	« Sur la partie adulte, on fait venir des intervenants [...]. On fait venir des humoristes, des musiciens, on programme des concerts. Ça, c'est l'activité culturelle et on essaie de proposer un champ culturel plus ou moins important à nos clients. [...] Le village de vacances est un moment où on peut faire de la prestation

	<i>culturelle de manière très importante. Le public est captif, il est là. Donc, si vous programmez, vous intégrez dans le forfait une soirée spectacle et autres, les gens reviennent. »</i>
ESD3	<p><i>« Sur les villages vacances de Touristra, pendant des années [...], il n'y a pas eu la télé, c'était un vrai choix politique parce que l'idée, c'était que les gens participent à ce qu'on propose, [...] découvrent la région, [...] les activités qu'on va amener sur les villages vacances, [...] de l'extérieur [...] c'est ça qui va ouvrir le champ culturel et le champ intellectuel. »</i></p> <p><i>« Il y a [...] aussi [...] les tournées culturelles de la CCAS. [...] Et donc on voyait des sacrés spectacles de qualité que les vacanciers n'auraient pas vu ailleurs. »</i></p> <p><i>« C'est un lieu où ils vont découvrir ça et il y a tout cet aspect justement aussi de faire venir des prestataires [...] en échange de prestations où ils viennent sur les villages vacances, ils sont logés, nourris et puis ils viennent proposer un atelier. [...] Il y a eu aussi beaucoup tout ce côté du développement personnel, donc de venir faire du yoga, du Qi Gong, voilà de la sophrologie, de la peinture, de l'origami. [...]. Tout un tas de choses que les gens ils auraient pas forcément essayé. [...] Et puis hop, on découvre quelque chose qui nous ait proposé un peu sur un plateau donc c'est sûr que pour moi, c'est quand même un vecteur d'éducation et d'accès à de la culture. [...] D'où l'idée de continuer à être dans cette démarche de [...] proposer des activités qui vont être de l'ordre de l'éducation, de la culture, de la découverte et de la rencontre de [...] soi-même et [...] de l'autre. »</i></p>
ESD4	<i>« Alors aujourd'hui, je dirai que ce n'est pas là où on n'est les meilleurs. Par contre, on s'appuie sur des associations qui viennent ici. [...] On fait des championnats de scrabble. [...] On accueille beaucoup de groupes de musique locaux : du chant de marin, du breton avec des explications en breton. On va faire des diaporamas, [...] pour apprendre aux personnes ce qu'est le lieu, la Bretagne, voilà on a des conteurs qui viennent. On fait des randonnées commentées donc sur mer, sur terre, donc on a nos animateurs qui connaissent très bien la région [...]. On va faire de l'ostréiculture, on va faire une dégustation avec toujours une explication. [...] On a une programmation qu'est plutôt [...] multicanale et qui amène un peu de culture. [...] Au niveau des spectacles ici, on en monte beaucoup nous-mêmes donc on travaille avec des artistes qui sont résidents chez nous. [...] Donc avec ça, on amène de la qualité aussi au niveau des spectacles pour un village vacances. [...] On a des intervenants aussi qui viennent sur des ateliers spécifiques. »</i>
ESD5	<i>« Alors culturel oui, parce qu'on est un village thématiqué. Et notre thématique, c'est l'expérience celtique : on est en Bretagne, on est dans un endroit très marqué par la culture celtique bretonne, maritime, donc on essaie toujours d'avoir des animations qui sont tournées vers ça. [...] On fait visiter des sites de proximité. [...] On fait tout ce qui est visite, découverte, on fait beaucoup de randonnées [...] On essaie au maximum de donner du territoire, pas que du territoire payant d'ailleurs, c'est pour ça qu'on a beaucoup accès sur les ateliers et la rando. Euh, on fait aussi des initiations crêpes, des jeux bretons, des choses comme ça. »</i>
ESD6	<i>« Ouais c'est c'est ancré. [...] Quand on parle de notre projet de développement durable, [...] il y a pour moi quatre sphères. Il y a l'environnement, l'économique, le social, [...]. La quatrième, c'est le culturel, je pense que c'est important. [...] Il y a une partie de nos objectifs qui est la découverte de la Bretagne. Donc on organise des excursions où on va vers les lieux mythiques du coin, on utilise le GR 34 pour se promener et découvrir les lieux. »</i>

ESD7	« Alors oui, à partir du moment où les gens participent aux activités, aux animations qu'on propose, ça l'est. [...] Notre objectif, c'est pas de les garder enfermés sur le village vacances, pour nous, ça n'a pas d'intérêt. Par contre dans le programme d'animation qu'on va proposer, on fait en sorte qu'ils sortent, qu'ils découvrent des prestataires locaux, qu'ils aillent se balader avec des explications. [...] Voilà le côté culturel des vacances et où on n'est pas simplement dans de la consommation mais au contraire, vraiment dans la découverte. »
ESD8	« Pour vous donner un exemple, hier soir, [...] j'ai fait venir une troupe de théâtre d'auteurs, donc je vais pas dire que c'est un théâtre exigeant mais pas loin. Ensuite, on a la tournée CCAS. Et [...] notre idée nous, c'est une projection sur le territoire avec des visites culturelles tout autour, c'est à dire qu'on a quotidiennement des sorties vers du patrimoine, vers la découverte de la nature [...]. C'est vraiment axé sur la découverte de la région [...] L'offre culturelle est à la fois instituée avec une offre spectacle et à la fois l'extérieur, avec un encouragement pour que les gens, plus qu'un encouragement vu qu'on les accompagne, pour qu'ils aillent découvrir le terroir, le territoire. »
ESD9	« Tout à fait. [...] Le fait est que qu'on soit au bord d'océan, il y a beaucoup d'activités, alors des activités classiques, hein : le kayak, le paddle, la randonnée mais également des nouvelles activités qui n'existaient pas il y a quelques années, comme le Longe-Côte. [...] Et ce qui est bien, c'est que c'est adapté à tout public. [...] C'est une très belle activité familiale et les gens sont ravis parce qu'ils [...] se retrouvent [...] à faire cette activité qu'ils découvrent. » « Nous avons notre animateur qui est originaire d'ici et qui répond volontiers aux questions des bénéficiaires, hein ? Ce qu'il y a à visiter donc on a un panneau d'affichage, mais je trouve que le contact aussi avec une personne en face à face favorise les échanges. [...] On a beaucoup de jeux de société, on a beaucoup de livres. »
ESD10	« On fait des animations sur la Bretagne [...]. Par exemple, on va faire une soirée spéciale Bretagne où on fait des quiz, où on fait des petits jeux là-dessus. Mais après, découvrir la culture bretonne, on le fait pas spécialement. Voilà, on travaille avec un partenaire [...], c'est le musée vivant des vieux métiers où, du coup en fait, ils vous expliquent vraiment les métiers d'antan, ben qui se faisaient en Bretagne et c'est vraiment la seule chose qu'on fait au niveau visite culturelle sur vraiment la Bretagne. »

b. Des activités éducatives

Nom	Verbatims
ESD2	« Sur l'activité éducative, oui. Sur toute la partie collective, on a des éducateurs voile kayak qui sont présents, qui servent les prestations. »
ESD3	« Nous sur les villages vacances Touristra, il y a eu beaucoup d'apprendre à nager aux enfants gratuitement. »
ESD4	« Cette année, [...] on s'est inscrit au championnat de poker amateur donc on fait une ligue de poker tous les lundis soir et on apprend aux gens qui veulent à jouer au poker et on joue avec les gens qui savent jouer. » « On a des cours de plongée dans la piscine, on a aussi des cours de natation, on a des cours de nage en sirène. »

ESD5	<i>« On va aussi bien faire du matelotage pour apprendre à faire des nœuds marins, [...] expliquer aussi en même temps à quoi servaient ces nœuds et comment on peut les détourner pour les utiliser à la maison par exemple. »</i>
ESD6	<i>« On fait venir des groupes bretons, on apprend la danse bretonne, on apprend des mots en Breton, on mange des crêpes, on explique. »</i>
ESD7	<i>« On a entre autre aussi une crèche, des clubs enfants sur place pour lesquels il y a un programme pédagogique qui est mis en œuvre, c'est à dire qu'on réfléchit au programme qu'on va proposer et à la façon dont on va le proposer. [...] On va faire en sorte qu'ils [...] aillent découvrir la mer qui est à côté, qu'ils aillent dans les marais, qu'on soit pas simplement sur une balade mais qu'ils puissent découvrir les plantes, les animaux. [...] On leur fait cuisiner les produits bretons. Voilà qu'ils ont aussi appris quelque chose et qu'ils découvrent l'environnement. »</i>
ESD9	<i>« On est aussi [...] très présent sur les échecs [...] et souvent on a quelqu'un, un intervenant l'été qui justement propose des initiations aux échecs. »</i>

4. Transition économique et sociale du territoire

a. La création d'emplois au niveau local

Nom	Verbatims
ESD1	<i>« Il y a aujourd'hui 30 salariés. Et donc il y en a 29 qui habitent dans un rayon de 15 km. »</i>
ESD2	<i>« On doit être le deuxième employeur de la commune, hein ici. [...]. On a beaucoup de de personnel fidèle puisque nous sommes dans le tourisme, social et familial, nous avons des saisonniers longs qui restent 8 mois chez nous, qui renouvellent des contrats saisonniers tous les ans et qui sont à proximité. »</i>
ESD3	<i>« Euh après, on est aussi des employeurs, hein ? On essaie aussi d'embaucher en local, ça c'est sûr. C'est sûr aussi que c'est bien, entre autres dans les animateurs, d'avoir des animateurs en local parce qu'ils connaissent leur territoire et que sur ce, ils peuvent bien en parler. »</i>
ESD4	<i>« D'abord, plus de 80% des permanents sont des locaux, alors ou le sont devenus. [...] Mais oui on a une action sociale, je crois savoir qu'on est le plus gros employeur de la commune par exemple. »</i>
ESD5	<i>« Donc embauche locale. Dans mon staff, je dois avoir un peu plus de 50% des personnes qui sont en local. »</i>
ESD6	<i>« Quand on salarie du personnel pour pratiquement à 300 000€ et c'est que des salariés du coin. »</i>
ESD7	<i>« Comme je vous disais, on est vraiment sur des saisonniers donc ça peut être des gens qui arrivent partout de France et même des fois de l'étranger. On loge une grosse partie de notre personnel et puis on a des gens aussi du coin qui viennent travailler. Donc quoi qu'il arrive, ça crée de l'emploi donc c'est intéressant aussi pour la dynamique locale, hein, et ça a forcément une résonance. »</i>
ESD9	<i>« Au niveau du bassin de l'emploi, on essaie de travailler justement avec le local. »</i>

ESD10	« Alors tous ceux qui travaillent l'année [...] sont du coin. [...] [Ils ont] 15 km à faire au maximum, voilà, ils ont dix minutes de voiture. »
-------	--

b. Une collaboration avec les habitants et les acteurs locaux

Nom	Verbatims
ESD1	<p>« Il y a une grande partie de nos fournisseurs qui sont locaux. [...] Le pain, oui il est local, le miel il est local, les crustacés c'est local, etc. Les fruits et légumes, ça vient de Quimper. Mais au bout d'un moment, on n'a pas les moyens non plus d'aller faire les courses sur le marché quoi. [...] Et on fait de la restauration régionale : on a du poisson qui vient de Lorient, etc. mais on ne va pas le chercher quoi. Il faut qu'il soit livré hein. [...] Mais il y a un vrai impact quand même. »</p> <p>« Il y a le garagiste, l'entretien des tondeuses, euh les fournitures, les produits d'entretien fin des choses comme ça. Ça aussi c'est local. »</p>
ESD2	<p>« On fait tourner des producteurs locaux au niveau des huîtres, au niveau des légumes, on essaye de se rapprocher dans les circuits courts de plus en plus. »</p> <p>« On est un village ouvert [sur le territoire], ils [les touristes] viennent et on leur fait découvrir la région, donc on va manger dans les restaurants à côté, on sort, on va bénéficier des musées des différents sites à côté, c'est l'objectif »</p>
ESD3	<p>« D'abord, il y a tout l'aspect qui concerne les activités. [...] On fait des petits marchés aussi, donc là on fait venir aussi des producteurs locaux et de l'artisanat aussi qui fait que les gens vont découvrir ça aussi. On fait aussi ce qu'on appelle des balades découverte et partage. D'abord, l'animateur tous les matins, il propose des balades pour découvrir le coin. [...] Les gens, ils n'auraient jamais su, ils n'y seraient peut-être pas allés chez le type qui fait le miel là, qui est au milieu des Landes. [...] Donc là on vient promouvoir l'aspect économique car après les gens, ils vont venir acheter le miel là plutôt qu'ailleurs. »</p>
ESD4	<p>« On travaille en circuit court le plus possible [...]. Tous les fruits de mer, parce qu'on est spécialisé en fruits de mer et en buffet géant, bah ils viennent de la région. Euh voilà, le loueur de vélo, il est à 100 mètres. Il y a un vrai partenariat sur le local, ça c'est sûr et certain. »</p> <p>« Le village vacances est ouvert sur l'extérieur quand on reçoit des groupes locaux, quand on reçoit l'ostréiculteur, quand on reçoit les maîtres nageuses du coin. [...] Après, tout ce qui est balade, bah on les amène au cœur des villages donc à la rencontre, [...] on les envoie sur le marché. Et on fait venir des foodtruck une fois par semaine qui sont des gens du local. Tout ce qu'est croisière dans le Morbihan, tout ça, bah on prend des petits acteurs locaux qui travaillent avec nous [...] et qui viennent aussi chez nous. On a [...] des exposants locaux, un photographe qui la semaine va présenter ses photos. Oui on a pas mal d'interactions avec les habitants et on accueille les habitants, on accueille aussi les clubs du « troisième âge » qui viennent faire un repas le midi, on accueille des assemblées générales d'association. [...] Voilà, je pense qu'on a une bonne image de partenariat. [...] On n'est pas le Club Med qui fait un truc dans son coin et qui partage pas. »</p>
ESD5	<p>« Les associations locales, on essaie de les recevoir au maximum, de leur consentir d'ailleurs des avantages. Bon ils viennent faire une AG, c'est la petite association du coin, on leur fait pas payer la salle ou on leur fait un repas adapté à leur budget. Enfin, on essaie vraiment de travailler sur le territoire parce que pour moi le territoire aujourd'hui, c'est celui qui peut nous sauver. »</p>

	<p>« Par exemple sur le poisson, on travaille avec le port de Concarneau, [...] on prend en direct. Tout ce qui est... les crêpes, tout ça pareil, on travaille avec des petites entreprises locales. Les intervenants, musiciens et autres, je l'ai fait venir, ce sont des gens du coin. [...] Et en fait, quand je vous parlais de mon développement business, [...] c'est pour que les entreprises locales qui ont du mal à trouver des hébergements pour leur staff quand ils viennent en formation, en séminaire ou pas, je puisse les loger [...] Voilà, c'est vraiment travailler avec la proximité et en connaissance, qu'ils sachent qui on est et qu'on travaille vraiment main dans la main avec eux. »</p>
ESD6	<p>« En local, on commence à développer des partenariats avec les SNSM [Société Nationale De Sauvetage]. La semaine dernière, [...] les jeunes sont venus se former ici. [...] Et on accueille aussi des associations locales qui peuvent venir faire des séminaires ou faire des regroupements. [...] On a des clubs locaux de vélo. On ouvre à la population locale [...] pour être dans un esprit de partenariat, d'économie sociale et solidaire. »</p> <p>« Aujourd'hui on est un acteur local parce qu'on consomme local, c'est sûr mais [...] Être un acteur local, c'est être reconnu comme acteur local et aujourd'hui, on n'est pas encore reconnu comme un acteur local. Les commerçants le diront mais si on ne communique pas, on ne rencontre pas les élus, on leur explique ce que l'on fait, qui l'on est, qu'on dépense par an 200 000€ en alimentation, qu'on dépense par an 40 000€ d'entretien et qu'on sous-traite et qu'on prend des prestataires locaux ... Les élus n'ont pas du tout cette vision et pour eux, on a déjà de la chance d'être là parce qu'ils sont sur un bel endroit. [...] Ils ont du mal à voir ce prisme d'insertion sociale. [...] C'est comme l'événementiel, si vous faites un événementiel mais qu'il n'y a pas de communication, l'événementiel n'existe pas, on ne peut pas dire que c'est un événement. Donc il faut vraiment communiquer pour être acteur local, c'est pour ça que je dis pour moi on n'est pas un acteur local. On l'est mais ça ne se sait pas. »</p> <p>« On commande le cidre Menez Brug qui est à 500 mètres du centre et les touristes vont acheter ces produits. »</p>
ESD7	<p>« On est sur du partenariat avec nos prestataires justement sur tout ce qui est activité et on sait qu'on a un poids là-dedans, puisque comme on inclut une grosse partie de nos activités dans notre tout compris, ça veut dire que pour le vacancier, c'est gratuit au moment où il arrive, donc plus facile à consommer. Et le fait par exemple de découvrir l'activité marche aquatique ou paddle, la personne qui vient en séjour, elle l'a déjà dans son séjour peu importe combien elle a payé, peu importe le biais par lequel elle est arrivée. [...] Et comme nous, on préachète en fait ces sorties, ça veut dire qu'on le fait en gros. Donc là nous, quand on va aller voir notre prestataire, lui il va pouvoir commencer avec de la trésorerie son année et il sait déjà qu'on va lui acheter tant de sorties paddle. [...] ça lui permet de vivre, ça lui fait connaître aussi bah de futurs clients [...] parce qu'ils peuvent prendre des prestations en plus. [...] On va vraiment avoir un impact en local. »</p> <p>« On va privilégier aussi quelques achats en local, voire très local. Par exemple le cidre qu'on propose au bar, on le prend pas chez France boisson sur une grosse enseigne, nous on s'est rapprochés du petit producteur de Fouesnant. »</p>
ESD8	<p>« Là sur ma boutique, je vais avoir sel de Guérande à gogo, les bières bretonnes, tout ça, c'est des choses qu'on va chercher, on travaille directement avec les fournisseurs locaux. [...] On va de par nos visites, toutes les semaines, on a des visites de biscuiterie locale, fin le Kouign Amann et toutes les choses très light comme ça, des cidreries [...]. On a des guides pays, c'est à dire des gens qui sont vraiment du pays, qui font certaines animations type algues, etc. [...] On est sur un village de projection sur le territoire, donc à partir de là on fait énormément</p>

	<i>travailler le territoire. »</i>
ESD9	<i>« Nous avons des contrats nationaux, [...] territoriaux et locaux [à la CCAS]. [...] Au niveau du territoire, [...] on a avec d'autres centres de vacances un accord, hein. Nous prenons le même fournisseur, par exemple le produit Coca Cola, il faut savoir qu'en Bretagne, on a par exemple le Breizh Cola. [...] Et on a aussi du local, l'exemple typique, c'est la boulangerie. [...] Il faut savoir que nous, surtout en Bretagne fin j'ai remarqué qu'ils sont très très chauvins, ils aiment bien local et les gens qui viennent ici ben ils viennent [...] manger un Kouign Amann, ils viennent manger des crêpes bretonnes, ils viennent boire du cidre. Voilà donc on est obligé aussi de prendre local, donc le maximum, on essaie de prendre local. »</i>
ESD10	<i>« Quand les clients arrivent, on leur explique vraiment tout ce qu'il y a à faire sur le village vacances mais on leur donne aussi un petit guide sur tout ce qu'il a à faire dans la région. [...] »</i> <i>« Alors au niveau du développement de proximité, oui, puisqu'on travaille avec les partenaires locaux. [...] On a deux restaurants au niveau du village vacances, on envoie les clients chez eux puisque vu qu'on a pas de restauration, on a mis en place des partenariats avec eux. Donc en fait, quand ils montrent leurs clés par exemple du village vacances, ils ont un apéritif gratuit. Après pareil, on a sur toutes les visites culturelles, on a un partenariat avec certains prestataires. Pareil, ils montrent la clé du village et du coup ils ont un pourcentage de réduction mais ça leur permet aussi d'avoir des entrées et puis, ça leur permet d'avoir aussi du monde au niveau des prestataires. [...] Après on a des partenaires du coup sur char à voile. »</i> <i>« Le village vacances en lui-même appartient à la Communauté de communes de Crozon. [...] Et du coup, on fait déjà partie de l'économie locale avec ça parce que le loyer est assez important. »</i>

c. En relation avec les mairies et les élus locaux

Nom	Verbatims
ESD2	<i>« On est en échange permanent avec les élus locaux qui nous connaissent [...], [même si] ça manque encore d'arbitrage au niveau de la Communauté de communes. [...] Le territoire trouve qu'il manque un échelon de coordination un peu des politiques de développement et sportif et culturel et de TIC et de vacances sur le territoire. »</i>
ESD5	<i>« Tout ce qui va être relation avec les mairies, je travaille beaucoup avec la mairie, on a un bon relationnel. On se prête du matériel, ils voulaient du terrain, je leur ai filé du terrain en échange, ils m'ont donné des pierres pour mettre dans le parc. Enfin, on agit aussi en forme de troc, en bonne intelligence, on essaie de vraiment de travailler en bonne intelligence. »</i>
ESD7	<i>« On a des partenariats [...] avec des mairies qui permettent de faire venir des séjours aidés à moindre coût. »</i>
ESD10	<i>« On essaie vraiment de travailler avec les mairies. »</i>

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Titre de la figure	Numéro de pages dans le mémoire
Figure 1 : Le tourisme social et les principes de l'économie sociale et solidaire	Page 20
Figure 2 : L'utilité sociale du tourisme social	Page 21
Figure 3 : Comparaison synthétique du contenu des deux déclarations de l'OITS	Page 22
Figure 4 : Les départs en vacances selon le niveau de vie	Page 32
Figure 5 : Les départs en vacances selon la catégorie sociale	Page 33
Figure 6 : Les raisons du non-départ en vacances	Page 34
Figure 7 : Le niveau d'études	Page 63
Figure 8 : L'ancienneté	Page 63
Figure 9 : La capacité d'accueil	Page 63
Figure 10 : Le nombre de permanents	Page 64

TABLE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

TSS : Tourisme Social et Solidaire

ESS : Économie Sociale et Solidaire

UNAT : Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air

FUAJ : Fédération Unie des Auberges de Jeunesse

LFAJ : Ligue Française des Auberges de Jeunesse

CE : Comité d'Entreprise

CAF : Caisse des Allocations Familiales

ANCAV-TT : Association Nationale de Coordination des Activités de Vacances

OITS : Organisation Internationale du Tourisme Social

ATES : Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire

CREDOC : Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de vie

PMR : Personne à Mobilité Réduite

CCAS : Caisse Centrale d'Activités Sociales

VVF : Villages Vacances Familles

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	1
REMERCIEMENTS	2
SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	5
1. Le tourisme en France puis en Bretagne	6
1.1 Panorama des acteurs touristiques par type d'organisme opérant sur le territoire breton... ..	8
1.2 Focus sur les acteurs touristiques bretons agissant dans le secteur du TSS	9
1.3 Focus sur les villages vacances bretons opérant dans le champ du TSS	9
2. Justification de la méthodologie qualitative.....	11
PREMIÈRE PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : DE QUOI PARLONS-NOUS ?	14
CHAPITRE 1 – UNE NOUVELLE OFFRE DE LOISIRS DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE : LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE.....	14
1.1 Un aperçu général du concept de tourisme social et solidaire.....	14
1.1.1 La genèse du tourisme social et solidaire.....	14
1.1.2 Les principes, valeurs et ambitions du tourisme social et solidaire	19
1.1.3 L'offre et la demande du tourisme social et solidaire.....	24
1.1.4 La mise en concurrence avec le secteur marchand.....	28
1.2 Un tourisme au service des hommes et du développement des territoires.....	32
1.2.1 Droit aux vacances pour tous	32
1.2.2 Mixité et inclusion sociale des publics vulnérables	36
1.2.3 Impact économique et social sur le territoire	38
CHAPITRE 2 – ENJEUX ACTUELS DU SECTEUR DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE EN FRANCE	43
2.1 Les freins au développement et à la pratique du tourisme social et solidaire	43
2.1.1 Une faible visibilité de l'offre du tourisme social et solidaire	43
2.1.2 Une confusion avec l'offre marchande	45
2.1.3 La pénurie de personnel et la préservation du patrimoine.....	46
2.2 Les axes d'amélioration envisageables.....	48
DEUXIÈME PARTIE – LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : L'ANALYSE DE VILLAGES DE VACANCES EN BRETAGNE.....	52
CHAPITRE 1 – MÉTHODES D'ENQUÊTE ET D'ANALYSE DES DONNÉES	52
1.1 Méthode d'enquête et terrain d'étude.....	52
1.1.1 Méthode d'enquête choisie	52
1.1.2 Terrain d'étude choisi.....	54
1.2 Guide d'entretien et retours sur l'expérience terrain.....	56
1.3 Méthode d'analyse des données récoltées	60
CHAPITRE 2 – TRAITEMENT DES DONNÉES ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	62
2.1 Traitement et analyse des données.....	62

2.1.1	Caractéristiques de l'échantillon	62
2.1.2	Analyse thématique des verbatims	64
2.1.2.1	Mixité et lien social	64
2.1.2.2	Inclusion sociale des publics vulnérables	68
2.1.2.3	Culture et éducation	70
2.1.2.4	Transition économique et sociale du territoire.....	73
2.1.3	Analyse approfondie des verbatims avec le logiciel Tropes	77
2.2	Synthèse générale des résultats.....	78
CONCLUSION		83
1.	Les rétrospectives.....	83
2.	Les limites.....	84
3.	Les perspectives	85
BIBLIOGRAPHIE		88
SITOGRAFIE.....		89
ANNEXES		91
Annexe A : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens exploratoires.....		92
Annexe B : Grille d'entretien exploratoire		93
Annexe C : Retranscriptions des quatre entretiens exploratoires		94
Entretien exploratoire n°1 – CCAS		94
Entretien exploratoire n°2 – UNAT Bretagne.....		108
Entretien exploratoire n°3 – Campus Sciences & Nature Le Gros Chêne.....		114
Entretien exploratoire n°4 – Association EPAL.....		123
Annexe D : Tableau de synthèse des entretiens exploratoires		138
Annexe E : Tableau sociologique des structures étudiées des entretiens semi-directifs.....		151
Annexe F : Grille d'entretien semi-directif.....		152
Annexe G : Retranscriptions des dix entretiens semi-directifs.....		153
Entretien semi-directif n°1 – VTF Vacances		153
Entretien semi-directif n°2 – Cap France.....		160
Entretien semi-directif n°3 – ANCAV-TT		170
Entretien semi-directif n°4 – Kéravel Vacances.....		179
Entretien semi-directif n°5 – Azureva		184
Entretien semi-directif n°6 – CI ORTF		194
Entretien semi-directif n°7 – Villages clubs du soleil.....		200
Entretien semi-directif n°8 – ULFV		206
Entretien semi-directif n°9 – CCAS		211
Entretien semi-directif n°10 – VVF Villages.....		217
Annexe H : Tableau de synthèse des entretiens semi-directifs		225
Annexe I : Tableau de synthèse des verbatims des entretiens semi-directifs.....		235
TABLE DES ILLUSTRATIONS		247
TABLE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS		248
TABLE DES MATIÈRES		249

Les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ?

Présenté par Laurène SERRAND ; Sous la direction de Pascal GLEMAIN

RÉSUMÉ

Chaque année, 4 français sur 10 ne partent pas en vacances. C'est pourquoi le tourisme social et solidaire s'emploie à garantir le droit aux vacances pour tous, tout en œuvrant pour le développement local et en protégeant l'environnement et les populations locales. Les villages vacances associatifs jouent un rôle important dans ce mouvement en stimulant l'économie locale, en favorisant les rencontres, en soutenant les publics défavorisés et en encourageant la découverte culturelle de la destination d'implantation. Ce mémoire de recherche s'articule autour de la question suivante : les villages de vacances sont-ils « les » acteurs économiques territoriaux du développement et de la promotion du tourisme social et solidaire en Bretagne ? Il s'appuie sur une méthode abductive et sur l'interprétativisme, qui implique des allers-retours permanents entre la théorie et le terrain pour traiter le sujet étudié. Une étude de terrain est menée auprès de directeurs de villages de vacances, pour la plupart membres de l'UNAT Bretagne, autour de quatre thèmes : mixité et lien social, inclusion sociale des publics fragilisés, culture et éducation, transition économique et sociale du territoire. Les résultats indiquent que les villages de vacances favorisent effectivement la mixité et le lien social, proposent des activités culturelles et ont un impact économique et social sur le territoire. Ils soulignent cependant que ces établissements ne proposent pas systématiquement des activités éducatives et réfutent l'idée qu'ils favorisent l'inclusion sociale des populations vulnérables, en raison de l'absence d'une action clairement définie à cet effet.

ABSTRACT

Every year, 4 out of 10 French people do not go on holiday. That's why social and community-based tourism works to guarantee the right to a holiday for everyone, while promoting local development and protecting the environment and local populations. Associative holiday villages play an important role in this movement by stimulating the local economy, promoting encounters, supporting disadvantaged groups and encouraging cultural discovery of the destination. This research dissertation is based on the following question : are holiday villages 'the' territorial economic players in the development and promotion of social and community-based tourism in Brittany ? It is based on an abductive method and on interpretativism, which implies constant back and forth between theory and the field to deal with the subject under study. A field study is carried out with holiday village managers, most of whom are members of UNAT Bretagne, focusing on four themes : social mix and links, social inclusion of vulnerable groups, culture and education, and economic and social transition of the territory. The results indicate that vacation villages do indeed promote social mixing and bonding, offer cultural activities and have an economic and social impact on the local area. However, they emphasize that these establishments do not systematically offer educational activities, and refute the idea that they promote the social inclusion of vulnerable populations, due to the absence of a clearly defined action to this effect.

Mots-clés : tourisme social et solidaire, villages de vacances associatifs, droit aux vacances pour tous, développement local, méthode abductive, interprétativisme, UNAT, mixité sociale.

Keywords : social and community-based tourism, associative holiday villages, the right to a holiday for everyone, local development, abductive method, interpretativism, UNAT, social mix.