



Université Lumière Lyon 2

UFR anthropologie, sociologie, science politique

Mémoire de Master 2 Sociologie : Recherches en commun et transitions territoriales

**LES REPRESENTATIONS DU TOURISME SOCIAL ET
SOLIDAIRE PAR SES ACTEURS :
ENTRE LOISIR ET CITOYENNETÉ, LES OPERATEURS
FACE AUX ENJEUX D'ACCESSIBILITÉ ET DE MARCHÉ**

Camille WERNERT

Sous la direction scientifique de Diane RODET

Et la direction de stage de Robin MIGLIOLI et Nathanaëlle DOREAU

2024-2025

RESUME

Ce mémoire s'intéresse au tourisme social et solidaire, un champ encore peu étudié en sociologie, en l'abordant sous l'angle de la « production engagée ». Plutôt que de centrer l'analyse sur les pratiques des vacanciers, la recherche interroge le point de vue des opérateurs de l'UNAT Auvergne-Rhône-Alpes, en mettant en lumière leurs valeurs, leurs pratiques, leur rapport au territoire et à la nature, ainsi que leur positionnement face au tourisme lucratif. L'enquête révèle que l'accessibilité aux vacances constitue une valeur cardinale pour les acteurs. Cela justifie une adaptation aux publics à travers des politiques tarifaires et des efforts d'inclusion, malgré les tensions entre finalité sociale et exigences de rentabilité qui viennent influencer les modèles économiques des structures et les possibilités d'offre. Les vacances sont perçues non seulement comme un temps de repos, mais aussi surtout comme un espace privilégié d'apprentissage du vivre-ensemble, favorisant l'exercice de la citoyenneté grâce à des dynamiques éducatives et des dispositifs de mixité sociale. Enfin, les acteurs du tourisme social et solidaire expliquent se distinguer du tourisme lucratif par leur mode de fonctionnement, et constatent que la recherche de lucrativité tend à dégrader l'accessibilité des vacances. Pour autant, ils refusent pour autant une opposition trop stricte entre les différents acteurs touristiques et soulignent plutôt l'importance de la complémentarité entre les modèles touristiques. Cette diversité apparaît comme une garantie de liberté pour les vacanciers dans le choix de leurs séjours.

REMERCIEMENTS

Merci à ma directrice de mémoire, Diane Rodet, pour son suivi et ses conseils durant ces mois de recherche. Nos échanges m'ont permis de réfléchir à mon sujet, d'orienter ma recherche et de construire ma problématique et ma posture méthodologique. Je lui suis également reconnaissante pour ses conseils prodigués lors de ma rédaction.

Je tiens également à remercier Robin Miglioli et Nathanaëlle Doreau, mes tuteurs de stage, ainsi que Liliane Perrin, membre du bureau de l'association, pour leur accompagnement lors de cette intense période d'acculturation. Leur patience et leur pédagogie m'ont permis de comprendre des enjeux compliqués en peu de temps. Nos discussions m'ont permis de réfléchir à mon sujet et de construire ma recherche en fonction des enjeux ressentis au sein de l'association.

Merci à Morgane et l'équipe de la Boutique des sciences pour le suivi collectif et les journées de formation qui ont donné des pistes de réflexion pour réfléchir à ma posture méthodologique.

Bien entendu, cette recherche n'aurait pas pu voir le jour sans les enquêtés qui m'ont accordé leur temps pour les entretiens qui sont venus nourrir les interrogations et les analyses qu'il s'agit de développer dans ce mémoire.

Pour finir, un grand merci à mes amis pour leur soutien tout au long de cette période intense et exigeante. Merci particulièrement à Héloïse pour sa sagacité et pour les semaines passées ensemble à rédiger nos mémoires respectifs à l'air de la campagne. Ces moments ont rendu la rédaction moins stressante et les temps de relecture ainsi que les moments de réflexion ensemble, toujours pertinents, m'ont permis de préciser mes propos. La satisfaction du travail accompli me permet de ne pas remordre ces moments passés ensemble à faire des fondants au chocolat après une longue journée de rédaction.

SOMMAIRE

Introduction	6
I. Une mise en intrigue du tourisme social et solidaire : préambule méthodologique	8
1. La commande associative comme point de départ de la recherche	8
2. Construire un objet de recherche sociologique : le tourisme social et solidaire dans l'angle mort de la sociologie	10
3. Terrain de recherche : immersion dans un univers inconnu	16
4. Sciences et société : réflexions sur la posture de recherche participative.....	18
5. Le piège du déterminisme et de l'essentialisation : précautions méthodologiques à respecter	20
II. Partir en vacances : un besoin qui justifie l'accessibilité des séjours	23
1. Ne pas avoir accès aux vacances : une forme d'exclusion sociale	23
2. Face aux inégalités de départ : une volonté de rendre possible les départs en vacances.	25
3. Accueillir les publics : une tension entre adaptations recherchées, subies et impossibles.....	32
III. Une conception des vacances plurielle : entre moment de répit et occasion d'apprentissage du vivre-ensemble.....	35
1. Une réponse à un besoin de rupture avec le quotidien.....	35
2. La mixité sociale comme dispositif d'éducation au vivre-ensemble	36
3. Un moment privilégié pour développer des formes savoir-être et savoir-faire	41
IV. au-delà du social : des propositions d'offres touristiques enracinées dans le territoire et la nature	47
1. L'ancrage territorial comme marqueur d'une expérience touristique authentique	47
2. Une offre touristique à la croisée du développement durable et d'un rapport transmoderne au vivant	53
V. Le rapport au tourisme lucratif : entre dénonciation et refus de polarisation	61
1. Un rapport ambigu à la notion de marche.....	61
2. La lucrativité comme frein à l'accessibilité aux vacances.....	63
3. Complexification de l'univers touristique : un refus de polarisation entre les différents acteurs	68
4. La liberté de choisir : un principe fondateur garantissant la coexistence nécessaire entre les différentes formes de tourisme	73

Conclusion.....	76
Bibliographie	79
Annexes	82

INTRODUCTION

Chaque été, l'actualité regorge d'une abondance d'articles sur les départs en vacances, les destinations en vogue et les pratiques des touristes. Toutefois, cette année, une information d'une toute autre nature retient l'attention : la proposition de monétisation de la cinquième semaine de congé payé. Cette idée s'inscrit dans un contexte affiché de recherche d'économie et de restriction des dépenses publiques. Évoquée par la ministre du travail, Astrid Panosyan-Bouvet, à la suite des annonces de François Bayrou du 15 juillet 2025 concernant le plan pluriannuel pour rééquilibrer les comptes publics, ses modalités restent à préciser. Il s'agirait pour les salariés d'avoir la possibilité de renoncer à leur cinquième semaine de congé payé en échange d'une compensation financière associée à une majoration de 25%. On pourrait alors convertir un temps de repos garanti jusque-là en revenu financier. Ce qui mérite d'être souligné ici, en dehors de l'aspect technique ou économique de la réforme, est ce qu'elle révèle de la place des vacances dans notre société. Derrière cette proposition, se dessine en effet une remise en question implicite de la valeur accordée au temps libéré du travail et à la légitimité du droit au repos. L'exécutif, en envisageant de transformer un acquis social en variable d'ajustement économique, met en lumière une tension entre impératifs budgétaires et droit au temps libre. Il est nécessaire de rappeler que la cinquième semaine de congés payés a été instituée par ordonnance le 16 janvier 1982, dans la continuité d'une série de mesures sociales inspirées par l'esprit du Front populaire. Celui-ci, dès 1936, avait instauré les premiers congés payés, offrant aux salariés la possibilité de profiter de quinze jours de repos, un privilège jusque-là réservé à certaines professions privilégiées. Les acteurs historiques du tourisme social, porté par des organisations ouvrières, de jeunesse et d'éducation populaire ont joué un rôle déterminant dans la démocratisation des vacances et l'organisation des départs. Au croisement de la volonté d'encadrement du temps libre et du développement économique du tourisme, le tourisme social et ses acteurs ont bien évolué depuis leurs origines. Aujourd'hui, la question se pose de l'évolution de ces acteurs et de leurs structures face aux transformations sociales et économiques qui traversent le secteur, et la manière dont ils redéfinissent leur mission. De quelle manière se représentent-ils leur activité, et quelle place souhaitent-ils occuper face aux autres formes de tourisme ? Pour répondre à ces interrogations, il s'agit d'enquêter un réseau

d'opérateurs qui revendiquent leur appartenance à un tourisme social et solidaire, l'Union Nationale des Associations de Tourisme Social et Solidaire d'Auvergne Rhône-Alpes (UNAT).

I. UNE MISE EN INTRIGUE DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE : PREAMBULE METHODOLOGIQUE

Dans cette partie, nous commencerons par présenter le point de départ de notre recherche, à savoir la commande de stage de l'association. Puis on présentera l'intérêt sociologique que représente l'étude du tourisme social et solidaire et l'innovativité de notre recherche. Ensuite, on précisera l'axe de recherche et on détaillera le matériau empirique avant d'explicitier les stratégies méthodologiques mises en œuvre pour appréhender cet objet de recherche tout au long de l'enquête de terrain.

1. LA COMMANDE ASSOCIATIVE COMME POINT DE DEPART DE LA RECHERCHE

La commande de stage, telle qu'elle a été élaborée entre l'UNAT AuRA et la Boutique des Sciences, vise à « Explorer les futurs désirables du tourisme social et solidaire ». Il est question de réussir à co-construire avec la structure une démarche pour interroger les représentations que les acteurs du tourisme social et solidaire (TSS) ont de leur secteur, les imaginaires entretenus vis-à-vis de son évolution, les enjeux identifiés et les futurs désirables qui peuvent être esquissés pour le secteur. Le stage s'inscrit aussi dans le contexte d'une mission d'ingénierie portée par l'UNAT AuRA autour d'un diagnostic du secteur du tourisme social et solidaire dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Au-delà d'une simple recherche, il s'agit donc aussi d'intégrer le travail en cours autour de l'analyse des données afin de réussir à co-construire, avec les acteurs du secteur, un certain nombre de préconisations qui viendraient répondre aux enjeux identifiés par ces mêmes acteurs. Le stage comprend donc une mission double, plus ou moins imbriquée, d'aide à la réalisation du diagnostic et de recherche qui doit, bien entendu, s'inscrire dans les préoccupations de la structure.

L'UNAT AuRA est une organisation associative qui occupe une position de tête de réseau, c'est-à-dire qu'elle a une fonction de représentation des adhérents, de mise en réseau, d'animation et d'accompagnement du réseau, ainsi que de plaidoyer pour le TSS. S'inscrivant dans le cadre de l'économie sociale et solidaire, ce dernier comprend donc un volet social et un volet solidaire. Le pan social peut être compris comme la lutte pour l'accès de tous aux vacances face au constat qu'un grand nombre de Français ne part pas en vacances et ce en

grande partie pour des raisons financières. Conscient de cet état de fait et pour favoriser les départs en vacances de tous, les structures du TSS et leurs partenaires proposent des aides et des politiques tarifaires adaptées. Le volet solidaire, quant à lui, dépasse l'idée des publics bénéficiaires et englobe plus largement les retombées économiques positives du tourisme sur le territoire d'accueil. Le TSS est défini par l'UNAT AuRA de la manière suivante :

« Un tourisme responsable, organisé autour des principes de l'ESS, qui défend l'accès aux vacances pour tous (jeunes, familles, seniors, handicapés...) sous le signe du développement durable. Un tourisme encore, qui favorise l'épanouissement de ses vacanciers et qui s'appuie sur les particularités et les richesses des territoires pour soutenir l'activité locale. » (UNAT AuRA, s. d.)

Les critères d'appartenance au TSS se basent sur ceux de l'économie sociale et solidaire (ESS) avec cela de spécifique que les structures doivent avoir une activité touristique. Elles doivent poursuivre une utilité sociale, avoir une lucrativité limitée et une gouvernance démocratique. Dans les faits, les associations, les mutuelles, les coopératives et les fondations appartiennent de plein droit à cette économie et, depuis la loi de 2014 relative à l'ESS, les entreprises arrivant à justifier un certain nombre de critères, comme la limitation des écarts de salaires, la poursuite d'une utilité sociale ou encore la gouvernance démocratique, peuvent prétendre à l'agrément « Entreprise solidaire d'utilité sociale ».

Les adhérents du réseau, majoritairement des structures associatives (UNAT AuRA, 2025), sont au nombre de 75 et sont :

- des hébergeurs (qui exploitent un hébergement touristique) et qui peuvent être des auberges de jeunesse, des centres de vacances (qui accueillent des mineurs), des villages vacances (qui accueillent des familles),
- des voyagistes (qui organisent des voyages),
- des CSE (prescripteurs qui orientent les salariés qu'ils représentent vers des offres touristiques),
- des organisateurs de vacances adaptées (qui proposent des offres adaptées à des publics handicapés),
- des réseaux et fédérations (qui sont des têtes de réseaux qui représentent les acteurs des séjours éducatifs).

L'UNAT est financée en partie par les cotisations des adhérents, mais aussi depuis deux ans maintenant par les financements du Secrétariat Général pour les Affaires Régionales et du Massif des Alpes, les deux commanditaires de l'étude diagnostic du TSS. Il apparaît ainsi dans

la convention signée avec le SGAR que l'UNAT est responsable de l'« Elaboration d'une stratégie collégiale régionale en faveur du tourisme social et solidaire en adéquation avec les enjeux de transitions et de sobriété », et dans la notification d'attribution de subvention du Massif des Alpes que l'association doit réaliser l'« Elaboration d'un diagnostic et d'une stratégie en faveur du TSS pour le massif alpin ».

2. CONSTRUIRE UN OBJET DE RECHERCHE SOCIOLOGIQUE : LE TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE DANS L'ANGLE MORT DE LA SOCIOLOGIE

Il s'agit de commencer la mise en intrigue de notre recherche par un état des lieux du TSS en revenant sur la naissance du secteur et l'évolution de ses structures pour contextualiser notre réflexion. Dans « Eléments pour une économie du tourisme », Paul Bodson, Jean Stafford et Richard Nicol (1982) proposent de mieux cerner les dimensions économiques du tourisme social en opposant le secteur « commercial » et le secteur du tourisme « social ». Le tourisme lucratif a pour but premier la recherche du profit et pour arriver à ses fins, il cherchera à écouter, et à orienter s'il en a les capacités, la demande émanant de la population « sans souci explicite de la valeur sociale de la demande » (p. 22). Par la suite, les auteurs viennent pourtant nuancer ce constat en expliquant que peu d'acteurs se reconnaîtraient dans cet idéal-type du tourisme et que le secteur commercial répond partiellement aux valeurs poursuivies dans une société. En effet, « la froideur du comportement axé sur le seul profit est rarement pure » (p. 23) et toute personne, à travers ses actions « poursuit la recherche d'une satisfaction plus globale qui relève de l'ensemble des valeurs qui l'animent, et qui, souvent, peuvent rejoindre les valeurs promues dans le développement d'une société. » (p. 23). Malgré tout, la recherche du profit conditionne le fonctionnement des structures, l'activité touristique devant permettre de procurer une rente la plus importante possible pour attirer les détenteurs de fonds qui financent l'activité. Le tourisme social, lui, « se distingue par une conception normative du rôle du tourisme dans la société » (p. 22) et répond à un objectif de production de ce que les auteurs appellent des « biens collectifs ». Toutefois, il faut noter que cet article date de 1982, et s'il reste intéressant pour comprendre les mécanismes de fonctionnement du tourisme social et du tourisme commercial, il existe depuis des articles qui font état des évolutions du secteur et des enjeux auxquels il est confronté. Ainsi, Charles-Etienne Bélanger dresse en 1999 un état des lieux du secteur et de ses perspectives d'avenir. L'auteur revient tout d'abord sur les origines du tourisme social. Sa légitimité repose sur l'affirmation « d'un droit, le droit au tourisme, qui

constitue le prolongement naturel du droit au travail et de son corollaire, le droit au repos, aux congés payés et donc aux vacances. » C'est le Front Populaire qui, en 1936, pose la première pierre de ce droit en instaurant deux semaines de congés payés. Ensuite, naissent des associations qui, avec l'aide de l'État et des syndicats, œuvrent au développement de ce qu'on appelait à l'époque le tourisme social. Par la suite, des fonds publics sont affectés pour faciliter l'accès aux vacances et se traduisent de deux manières distinctes : les aides à la personne (aides au départ individuelles) et les aides à la pierre (qui facilitent le développement d'équipements et d'infrastructures). Jean Froidure (1997, cité par Bélanger, 1999) met en exergue trois modèles dominants du tourisme jusqu'à la fin des années 80 et montre que seul le modèle anglo-saxon, basé sur une économie libérale et où les aides aux vacances sont des aides privées ou individuelles reste inchangé face aux mutations de l'environnement du tourisme social. La crise économique et le triomphe de l'idéologie libérale viennent en effet profondément remettre en question la place de l'État et des politiques sociales, avec des conséquences directes sur le secteur du tourisme social. Ainsi, les aides à la pierre disparaissent presque totalement, entraînant des difficultés pour le secteur à engager des rénovations sur le patrimoine et à réaliser des travaux de maintenance. L'auteur observe une mutation du monde associatif où les structures doivent se transformer en « véritables entreprises à vocations sociales ». Les associations, devant la baisse des investissements, doivent trouver des moyens de continuer à financer leur activité et se tournent alors de plus en plus vers des clientèles solvables et augmentent leurs tarifs, venant redéfinir le projet social du secteur. Ces enjeux sont encore d'actualité aujourd'hui, comme on le verra dans l'analyse, et posent de nombreuses questions pour le secteur concernant ses possibilités d'évolution, la manière dont il doit se positionner par rapport au tourisme commercial et la redéfinition éventuelle de ce que cela signifie que d'être un acteur du TSS en 2025. Florian Ricolfi, Manuela Bardet, Bernard Massiera et Yvonne Giordano (2023) brossent un portrait du secteur qui fait largement écho à ce qu'avait déjà analysé Charles-Etienne Bélanger un quart de siècle plus tôt. Les auteurs font remonter la fin de l'âge d'or du TSS aux années 60-70. La crise économique des années 70 vient fragiliser l'action de soutien de l'État envers le tourisme social. Des opérateurs privés apparaissent et concurrencent le tourisme social en proposant une offre sociale et en montant les hébergements et les services en gamme. De plus, le nombre de bénévoles diminue, le secteur se professionnalise et conjointement, « l'utilisateur n'est plus considéré comme un adhérent mais comme un client que l'on doit servir » (p. 4). Les transformations du secteur au profit du tourisme marchand augmentent par la suite. L'État choisit de limiter son soutien financier envers les opérateurs au profit des aides à la personne et les structures du tourisme social

doivent chercher de nouvelles formes de financement. Contraintes de restructurer leur organisation sur le mode d'une logique industrielle, certaines cherchent à capter d'autres formes de financement en développant des services en charge des missions commerciales, venant, par un effet de concurrence, fragiliser les autres acteurs du secteur. Certaines structures adoptent le statut de société commerciale, tandis que d'autres, par manque de moyens ou par repli sur leurs valeurs, n'évoluent pas, se trouvant ainsi en grande difficulté et devant parfois mettre la clé sous la porte. Ce bref état des lieux du TSS d'un point de vue économique et gestionnaire présente les mutations des modèles économiques associatifs qui, même si ce n'est pas le cœur de notre analyse, restent importantes pour comprendre le contexte dans lequel gravitent les opérateurs du TSS.

Il s'agit maintenant de s'intéresser à la manière dont le tourisme, et puis plus particulièrement le TSS, objet de notre recherche, est investi par la sociologie. Bertrand Réau et Saskia Cousin (2009) analyse le phénomène du tourisme qui a longtemps été l'apanage de disciplines comme la géographie. Ils reviennent d'abord sur son histoire depuis son apparition au 17^{ème} siècle, et montrent qu'à ses débuts il est une pratique exclusive des classes dominantes aristocratiques. À partir du 19^{ème} siècle, il se démocratise et s'ouvre à de nouvelles catégories de population et les classes moyennes partent elles aussi en vacances. Si les années 60 voient une massification du phénomène avec un taux de départ en vacances qui passe de 31% à 60,7% entre 1951 et 1989, les départs en vacances restent révélateurs d'inégalités sociales. En effet, la fréquence des départs, les destinations et le type de vacances restent classants et les taux de départs stagnent aux alentours de 60-65% avec une grande partie de la population qui ne part pas en vacances. Les chercheurs reviennent également sur les nouvelles formes de tourisme (tourisme culturel, solidaire, éthique, écotourisme etc) investies d'une valeur morale positive et qui visent la recherche d'authenticité dans l'expérience touristique. Masquant le caractère commercial de l'interaction, ces nouvelles formes de tourisme entendent réenchanter la rencontre touristique entre « le touriste et son double » (Winkin, 1996, cité par Cousin et Réau, 2009, p. 44). Les auteurs reviennent aussi sur des approches plus macro à travers l'étude des marchés touristiques et le rôle des institutions touristiques internationales. Si l'ouvrage brosse un portrait large du tourisme, il investit peu le tourisme social et solidaire et il s'intéresse peu aux pratiques des opérateurs touristiques pour se concentrer sur le point de vue des consommateurs. Si le champ du tourisme est peu investi en sociologie, le champ du tourisme social et solidaire l'est encore moins.

L'analyse se concentre désormais sur la façon dont les acteurs de terrain définissent leur pratique touristique et les valeurs qui soutiennent leur légitimité. Dans son article "La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale »", Céline Cravatte (2006) explique comment les groupes de tourisme solidaire sont arrivés à créer « les frontières d'un nouveau territoire marchand, professionnel et militant au croisement de la solidarité internationale et de la consommation touristique » (p. 31). Elle montre que la création de la commission du tourisme solidaire de l'UNAT a conduit à mettre en place de manière progressive une définition du tourisme solidaire, en commençant par écarter les structures non associatives puis en mettant en place une grille de critères. Ce travail a permis à « des personnes engagées dans de petits projets initialement séparés à développer la conscience qu'elles réalisent en fait la même activité » (p. 34). Les acteurs du tourisme solidaire présentent leur secteur comme une activité touristique au bénéfice des populations locales, et cela en rupture avec le "tourisme classique" » qui fait office de figure repoussoir. La mobilisation de la catégorie de « population locale » s'apparente à celle du « petit producteur », identifié par Ronan Le Velly (2017), au centre du projet du commerce équitable. De plus, le lien avec la population locale est envisagé au prisme de la solidarité et en opposition à l'idée de don et de charité qui véhicule une image victimaire et misérabiliste des populations. Pourtant, au-delà du consensus sur l'appartenance au tourisme solidaire et la mobilisation par les associations de la catégorie de population locale sur laquelle elles basent leur légitimité, les structures mobilisent différents registres de la construction du lien avec l'Autre qui peuvent être source de débats. Le tourisme solidaire, à travers la mobilisation de la catégorie de population locale, brouille les frontières entre solidarité internationale et consommation touristique avec une nouvelle forme de tourisme dont la consommation de la prestation serait en elle-même un acte de solidarité. On retrouve de nouveau un lien avec le commerce équitable qui se veut aussi être une forme de solidarité qui passe par de la consommation. Bien que l'article porte sur le tourisme international, et non sur le tourisme domestique, ni sur le tourisme social, entendu comme l'accès de tous au départ en vacances, l'analyse des valeurs fondatrices du tourisme solidaire, sur lesquelles il construit sa légitimité, apporte un éclairage précieux sur les logiques de fonctionnement du secteur. Elle permet également d'interroger les représentations sous-jacentes à l'usage différencié de la notion de « population locale ». De même, l'étude des représentations du tourisme peut également se faire par le biais de l'étude des chartes que mettent en place les acteurs de terrain. C'est ce que montre Nadège Chabloz, dans son article « Vers une éthique du tourisme Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les

différents acteurs » (2006). Elle étudie le développement de chartes visant à moraliser le comportement des touristes qui se rendent dans des pays du Sud en cadrant leurs actions selon un certain nombre de valeurs clés du secteur. Dans le contexte du tourisme dit « solidaire » ou « responsable », l'activité touristique est basée sur la découverte, la rencontre et le développement local et doit notamment permettre aux populations locales de se développer. La charte doit alors permettre d'encadrer les actions des voyageurs dans ce sens mais l'article montre bien qu'elle ne peut pas les déterminer totalement. Il existe toujours des zones d'incertitude qui vont être appropriées de manière différente selon les acteurs en fonction de leur vision du développement local. Ce travail montre l'intérêt d'étudier ce genre de dispositif en ce qu'ils traduisent une certaine vision du tourisme et de son utilité sociale, mais aussi pour étudier la manière dont les acteurs s'en saisissent et ce que cela traduit de leurs représentations du tourisme. Le tourisme social et solidaire reste peu investi en sociologie et les analyses se concentrent souvent sur le tourisme international qui n'est pas notre objet d'étude.

Il paraît donc pertinent d'élargir le spectre à la sociologie de l'économie sociale et solidaire et de s'intéresser au point de vue de ceux qui revendiquent produire différemment. Il peut alors être pertinent d'analyser les services alternatifs proposés par le TSS à travers son mode d'organisation sur le marché, ainsi qu'à travers les dispositifs de jugement mobilisés pour évaluer la qualité des produits ou services dans ce type d'économie singulière. Dans son article « Des dispositifs de jugement pour et par les consommateurs ? », Diane Rodet (2012) propose de s'intéresser aux différents dispositifs de jugement qui existent sur le marché du commerce équitable, de l'agriculture biologique et des AMAP et qui permettent de rendre compte de la qualité des produits proposés. Ces formes alternatives de production et de consommation s'inscrivent dans ce que Karpik (2009, cité par Rodet, 2012) appelle une économie des singularités, c'est-à-dire des situations où l'incertitude sur la qualité des services ou des produits est élevée et où la concurrence se fait donc en fonction de la qualité et non du prix des produits. L'autrice identifie deux types de certifications : le contrôle par tiers (CPT) et le système participatif de garantie (SPG). Là où les CPT offrent aux consommateurs une « promesse de qualité » via un dispositif de jugement fondé sur la confiance dans le jugement d'un tiers, les SPG postulent de capacité de réflexion chez les consommateurs et veulent leur permettre de juger eux-mêmes les produits. Les SPG sont marqués par la volonté d'une démarche constante d'amélioration et leurs acteurs refusent l'instauration de critères fixes de peur de tomber dans une « désingularisation » qui viendrait « transforme[r] l'originalité en uniformité » selon la formule de Karpik. Ce dernier décèle en effet des risques dans le fait

d'étendre son activité et explique que « [l]e maintien des singularités et la conquête du marché mondial peuvent devenir contradictoires. Les choix des produits faits au cours du temps, qui permettent sans cesse d'élargir le marché, peuvent aussi provoquer la désingularisation de la marque » [Karpik, 2009, cité par Diane Rodet, p. 214]. On peut faire un lien entre cette idée de marché des singularités et de risque de désingularisation avec le concept d'alternativité de Ronan Le Velly (2017) et son pendant de perte d'alternativité. En suivant le cadre théorique de Ronan Le Velly (2017), on peut analyser le tourisme social et solidaire en considérant qu'il fait une « promesse de différence », au sens où il mettrait en avant « l'alternativité » de sa proposition touristique en l'opposant à celle du secteur lucratif. Le sociologue, à partir du cadre théorique de la sociologie de l'action organisée et la sociologie des agencements marchands, s'intéresse aux systèmes alimentaires alternatifs. Il définit la promesse de différence de ce secteur comme « la promesse d'une autre modalité d'organisation de la production, des échanges et/ou de la consommation alimentaire, et la promesse de bénéfices associés. » Pour autant, il explique que « l'analyse ne peut s'arrêter à l'exposé de la promesse. L'importance de celle-ci oblige aussi de travailler sur sa réalisation. Promesse en l'air ou promesse tenue ? Comment les systèmes alimentaires alternatifs parviennent, ou ne parviennent pas, à générer de la différence ? Quelles transformations sont opérées ? Et avec quels effets ? ». Ainsi, l'auteur refuse l'hypothèse déterministe que le projet serait à lui seul capable d'expliquer les actions des acteurs et met l'accent sur les activités de régulation singulières qui lui donnent vie. La mise en action est structurée mais pas déterminée et « ne peut être que le fruit de négociations. » Ainsi pensé, il n'y aurait pas de paradoxe entre le fait d'avoir un projet et une multiplicité d'actions et ces dernières ne seraient pas toujours le signe d'un désaccord entre les acteurs sur le projet de base. L'auteur propose de s'affranchir des modes de réflexion binaire sur le couple alternatif/conventionnel et propose de rendre compte de l'alternativité des systèmes alimentaires alternatifs en parlant d'hybridation. Il mobilise ainsi un raisonnement à partir des activités de régulation qui montre que « les systèmes alimentaires alternatifs peuvent alors être appréhendés comme s'établissant au croisement de multiples activités de régulation, dont certaines peuvent être qualifiées d'"alternatives" et les autres de "conventionnelles" ». Pour réussir un travail descriptif des processus de régulation à l'œuvre, il faut également « refuser de postuler que la croissance commerciale ou la participation d'acteurs comme la grande distribution engendrent nécessairement une dégradation de l'alternativité » sous peine de simplifier l'analyse et de se retrouver face à deux modèles binaires : « petit et alternatif ou grand et conventionnel ». On retrouve ici le risque de désingularisation évoqué par Karpik lorsqu'un produit ou service évolue vers d'autres marchés, vers une échelle méga.

Partant du constat que la littérature sociologique sur le tourisme social et solidaire est peu investie et que celle sur le tourisme s'intéresse principalement aux pratiques des vacanciers, le pan de la production touristique restant un impensé, il paraît pertinent de partir du prisme de la "production engagée" (Rodet, 2014) dans l'économie sociale et solidaire pour venir interroger les pratiques et les représentations de ceux qui font le tourisme social et solidaire. Comment les directeurs et directrices de centres et de villages vacances du tourisme social et solidaire se représentent leur secteur ? Quel regard portent-ils sur leur activité ? Quels sont les futurs désirables du tourisme social et solidaire ?

Pour répondre à cette problématique, on présentera le matériau empirique sur lequel se baseront nos analyses. Puis, à l'aide d'une réflexion sur la posture de recherche participative et les précautions méthodologiques propres à notre terrain, on définira la posture méthodologique qui va nous aider à éclairer nos questionnements. Ensuite, on viendra dans une première partie interroger les représentations des vacances et l'importance accordée au besoin de partir, et les manières dont l'accessibilité est envisagée comme une valeur phare du tourisme social et solidaire. Dans une seconde partie, on montrera que les vacances répondent à des besoins qui, bien que différents selon les publics, convergent à travers la valeur du vivre-ensemble, portée par la mixité sociale et une dimension éducative forte. La troisième partie viendra interroger le lien au territoire et son investissement par les acteurs comme gage d'authenticité de l'expérience touristique, ainsi que le rapport aux aménités territoriales naturelles, envisagées entre protection et nouveau rapport à la nature. Pour finir, la dernière partie traitera des représentations de l'activité économique et des rapports au marché et au tourisme lucratif ainsi que le positionnement des acteurs face au système socio-économique dominant et aux ambitions qu'ils formulent vis-à-vis de ce dernier.

3. TERRAIN DE RECHERCHE : IMMERSION DANS UN UNIVERS INCONNU

Ce stage a commencé par un travail de veille conséquent qui m'a permis de m'acculturer au monde associatif ainsi qu'au TSS et à ses multiples enjeux. La complexité de cet espace social a nécessité un travail de va-et-vient entre lectures, analyse des entretiens, participation à des réunions, échanges avec les salariés et membres du bureau, pour commencer à entrevoir le fonctionnement du TSS. Mon acculturation est ainsi passée par de nombreuses discussions avec les membres salariés de l'UNAT AuRA et des hébergeurs membres du Copil, et qui ont permis de clarifier un certain nombre d'interrogations et de mieux appréhender la réalité de terrain et les enjeux multiples dans lesquels sont pris les acteurs. Mener à bien l'étude

sur le diagnostic, intégrée en cours de route, a nécessité de se mettre à jour sur la méthodologie utilisée, les indicateurs retenus, les modalités de passation d'entretiens, les résultats déjà disponibles, etc. Ensuite, a pu débiter un travail de retranscription, d'écoute et d'analyse des entretiens sur différents thèmes (le patrimoine, l'offre et les publics, la ressource humaine et la formation, les services de l'État). Outre le fonctionnement de l'UNAT et son rôle de tête de réseau, il me fallait aussi réussir à comprendre le fonctionnement des structures adhérentes et ce à plusieurs niveaux : offre proposée et commercialisation, tarification des séjours, publics accueillis, fonctionnement du patrimoine immobilier, du modèle économique, etc. Il était nécessaire aussi de s'intéresser aux liens que les opérateurs entretiennent avec les services de l'État, les élus, les prescripteurs (CSE, enseignants, etc) et avec le tourisme lucratif.

Une fois l'axe de recherche identifié, l'enquête s'est appuyée sur un matériau empirique de neuf entretiens semi-directif conduits auprès du panel de directeurs et directrices de centres et de villages vacances adhérents de l'UNAT suivant :

- Sylvia, Directrice village vacances, 74
- Albin, Directeur centre de vacances, 74
- Samuel, Directeur centre de vacances, 26
- Léna, Directrice village vacances, 73
- Jeanne, Directrice centre de vacances, 38
- Jules, Directeur centre de vacances, 15
- Sébastien, Directeur centre de vacances, 63
- Angèle, Directrice village vacances, 26
- Patrice, Directeur village vacances, 43

Les établissements étant localisés dans sept départements différents et le temps de la recherche étant court, les entretiens ont été réalisés en visioconférence. À ce matériau s'est ajouté le travail d'acculturation mentionné plus haut, composé de discussions informelles avec les membres de l'UNAT et de connaissances agrégées pour l'enquête diagnostic dont certains entretiens ont pu être mobilisés pour cette présente recherche.

4. SCIENCES ET SOCIÉTÉ : RÉFLEXIONS SUR LA POSTURE DE RECHERCHE PARTICIPATIVE

Le stage a pour vocation explicite de s'inscrire dans le cadre d'une démarche participative. En effet, le projet est porté par la Boutique des Sciences qui précise bien dans la description de l'offre de stage que ce dernier "s'inscrit [...] dans une démarche de recherche participative dans laquelle devra s'inscrire l'étudiant.e". Il s'agit alors de mettre en œuvre une recherche qui serait co-construite avec les membres de l'UNAT. L'association attend de ce stage une démarche de mise en réflexion collective à l'aide de différents outils d'intelligence collective, autant dans le but de nourrir la démarche d'enquête et de répondre à la problématique que dans l'optique de permettre aux acteurs du réseau de s'approprier la recherche, les discussions et enjeux qui en découlent.

Il s'agit à présent de présenter des réflexions théoriques sur le concept de recherche participative et la posture méthodologique qu'implique une telle démarche. La crise de la démocratie représentative a entraîné une "défiance vis-à-vis des formes de gouvernement technocratiques excluant les contributions citoyennes au débat public" (Juan, 2021). Le monde académique en est venu à se questionner sur ses manières de faire de la recherche. Il vient particulièrement remettre en cause les paradigmes épistémologiques du positivisme impliquant une posture surplombante des chercheurs vis-à-vis des enquêtés et une distinction entre le savoir expert et profane. Ce mouvement a ainsi vu naître des recherches participatives ayant pour but de limiter les injustices épistémologiques et de favoriser la justice cognitive en valorisant les différentes formes de connaissances, sans pour autant tomber dans une forme de relativisme. Fort de ce constat, on peut se demander dans quelle mesure les missions de stage peuvent faire l'objet d'une démarche de recherche participative. Pour interroger notre posture épistémologique, nous nous aiderons de deux textes. Le premier, écrit en 2022 par Baptiste Godrie, Maïté Juan et Marion Carrel et intitulé "Recherches participatives et épistémologies radicales : un état des lieux", vient questionner l'essor des recherches participatives radicales et leurs liens avec l'épistémologie critique. L'article revient sur les principes méthodologiques novateurs, puis sur l'instrumentalisation, à différentes échelles, de cette forme de recherche qui tend à émousser sa radicalité. Le second texte, écrit par Maïté Juan en 2021, s'intitule "Les recherches participatives à l'épreuve du politique". En opposition avec la conception traditionnelle de la neutralité scientifique, ce type de recherche met en avant l'idée que le chercheur influence la recherche et que toute connaissance est donc située. La pression

politique externe peut venir influencer les types de projets de recherche qui vont être priorisés et financés. De plus, l'autrice montre que les recherches participatives peuvent être confrontées à des jeux de pouvoir politique internes dans la division même du travail de recherche, entre chercheurs et co-chercheurs.

L'importance d'inclure les acteurs au cœur de l'enquête est au centre du concept de recherche participative et comme le dit Paulo Freire : "Au lieu de considérer les personnes en tant qu'objets de mes recherches, je dois essayer, au contraire, d'impliquer dialogiquement les personnes en tant que sujets, comme des chercheurs avec moi » (Freire, 1982, cité par Carrel, Godrie, Juan, p. 7). Kathleen Manning (1997, cité par Carrel, Godrie, Juan, p. 11) propose une série de critères de scientificité et de validité visant à répondre aux exigences de rigueur scientifique dans le contexte singulier de la recherche participative. Ces critères sont formulés de manière interrogative et sont les suivants : "les personnes connaissent-elles mieux leur situation/l'objet étudié à l'issue du processus ?", "les personnes ont-elles approfondi leur connaissance d'elles-mêmes ?", "les apprentissages suscitent-ils un désir d'action des sujets ?", "le processus de recherche augmente-t-il la capacité d'action des personnes ?". S'il faut être attentif à ne pas enfermer les recherches participatives dans un paradigme de scientificité positiviste avec des critères de validité rigides qui font oublier que la production de la connaissance est située, les questions soulevées par la chercheuse peuvent constituer un idéal vers lequel tendre et qui permet de rendre compte du degré de participation effectif de la recherche. Garder cela à l'esprit permet par exemple d'éviter un "réductionnisme procédural" qui consiste à considérer les recherches participatives comme concomitantes à certaines méthodes qui seraient censées à elles seules égaliser les rapports entre les participants. Les recherches participatives ne sont pas (seulement) une question de méthodes, mais bien avant tout de posture épistémologique.

La recherche participative reste avant tout un idéal vers lequel tendre, et chaque recherche se traduit dans les faits par un degré et des formes de participation différents. Ainsi, au regard des différentes formes de recherche participatives appréhendées plus haut, on peut considérer que la co-construction de la recherche avec les membres de l'UNAT reste un degré faible de participation. Si la problématique proposée a fait l'objet d'une négociation entre les membres de l'association et moi-même pour que chacun puisse y trouver son compte, le reste de la recherche s'est fait en relative autonomie. Pour autant, ma participation à la recherche diagnostic, qui fut une mission importante du stage, ne peut pourtant pas être séparée de la recherche sociologique dans la mesure où les apports de ma participation à cette étude sont

venus nourrir ma compréhension des enjeux du tourisme social et solidaire et, in fine, ma recherche.

S'il aurait pu être intéressant de co-construire la recherche, que ce soit au niveau de la problématique ou au niveau de la conduite des entretiens ou des analyses, avec les adhérents pour s'adapter à leurs besoins, ce n'était pas l'objet de la demande initiale, et ce sûrement pour plusieurs raisons. En effet, la recherche étant limitée dans le temps, il aurait paru compliqué de donner aux différents acteurs le statut de "co-chercheur", dans la mesure où c'est un processus avec une temporalité longue d'une part, et qui demande en plus un investissement temporel certain que tous les adhérents ne sont pas forcément prêts à donner.

Pour finir, comme expliqué dans l'introduction, les recherches participatives ont le vent en poupe, elles font maintenant office de label, et sont reprises entre autres par les politiques publiques comme gage de la qualité de la recherche. Selon Maïté Juan, le développement du capitalisme cognitif vient inscrire les partenariats sciences/citoyens dans le néolibéralisme et ces derniers sont ainsi soumis à des "impératifs de rentabilisation et d'optimisation marchande de la recherche" (Juan, 2021) véhiculés par la "rationalité managériale". On peut se demander dans quelle mesure les partenariats science/société, comme ceux portés par les Boutiques des sciences, et notamment les recherches ayant un faible degré de participation, ne s'inscriraient pas dans une logique pédagogique et vulgarisatrice où les chercheurs conservent une position surplombante d'« entrepreneurs culturels ».

5. LE PIEGE DU DETERMINISME ET DE L'ESSENTIALISATION : PRECAUTIONS METHODOLOGIQUES A RESPECTER

Il s'agit maintenant de renseigner la posture méthodologique et les précautions qui ont balisé l'enquête. Si la diversité des thématiques et des acteurs interrogés a permis de brosser de manière détaillée un paysage de ce à quoi ressemblait le TSS pour les adhérents de l'UNAT dans la région AuRA et du Massif des Alpes, cette multitude de données restait assez complexe et illisible sans questionnement sociologique pour orienter la réflexion. Il m'a été difficile de construire une problématique et de sociologiser ce qui était observé, et ce pour deux raisons. La première était qu'il était indispensable de réaliser que le rôle du sociologue n'est pas de tout savoir et de réaliser qu'il était possible de mener une recherche pertinente sans pour autant avoir une expertise dans les domaines de compétence des enquêtés. La seconde est qu'il s'est avéré plus compliqué que prévu de prendre du recul sur des pratiques opérationnelles. En effet,

ayant intégré la structure de l'UNAT AuRA, dont le rôle de tête de réseau et de représentation du secteur pousse à développer une mission de plaidoyer pour le secteur du TSS, la difficulté était de ne pas prendre pour acquis le discours que pouvait porter la tête de réseau sur les acteurs du TSS. Il était important de se demander dans quelle mesure l'UNAT, du fait de sa volonté de représenter le secteur auprès de diverses instances, ne proposait pas une vision du secteur tel qu'il avait vocation à être ou tel qu'il a pu être, avec l'idée d'adhérents conscients de leur appartenance au TSS et revendiquant une vision politisée des vacances à travers des valeurs d'éducation et de mixité sociale au sein de leurs structures. L'idée ici n'est pas de critiquer le travail de la tête de réseau mais bien de préciser la proposition sociologique qui est de réussir, tout en reconnaissant la valeur des discours en tant qu'ils sont vecteurs d'informations sur les représentations et les valeurs portées sur le TSS, à voir au-delà de l'aspect lisse et unifié qu'ils offrent du secteur pour venir questionner la réalité de terrain.

Pour venir analyser la réalité du tourisme social et solidaire, nous nous appuyons sur les précautions méthodologiques proposée par Le Velly (2017) dans ses études sur les systèmes alimentaires alternatifs. Il met en garde contre les tendances déterministes qui consistent à considérer que dès qu'un marché se développe au-delà de sa niche militante, il en vient à se conventionnaliser et à perdre en alternativité, et à trahir sa promesse. Si ces peurs peuvent être empiriquement fondées, il ne faut pas pour autant aller vite en besogne et le chercheur se doit d'identifier de manière précise « les activités de régulation, pour ensuite étudier en quoi elles sont sources de croissance commerciale et en quoi elles génèrent de la conventionnalisation ou du maintien de l'alternativité. » De plus, l'auteur considère que « le chercheur n'a pas à incarner une police de l'alternativité, repérant dans les initiatives celles qui sont réellement alternatives et celles qui ne le sont pas. » Prendre conscience de ces biais épistémologiques et méthodologiques permet de réfléchir aux potentialités du système alternatif que se veut être le TSS sans l'enfermer automatiquement dans un déterminisme réducteur. En suivant la posture méthodologique du chercheur, on partira du principe que le TSS n'est pas un état figé, mais en constante évolution. Il s'agit alors de ne pas essentialiser les structures et les personnes et de ne pas expliquer les décisions sur des intérêts et des valeurs qui prédéterminent l'action. Il n'est pas question dans ce mémoire d'adopter une posture normative qui consisterait à dire ce qui est du TSS et ce qui n'en est pas. L'apport de la recherche consiste plutôt à renseigner et documenter les représentations que les acteurs du TSS se font de leur secteur sans porter un jugement sur les représentations.

Cette partie méthodologique a montré comment la commande associative est venue amorcer une réflexion sur le tourisme social et solidaire. Ces questionnements ont progressivement pris forme dans un cadre d'analyse sociologique, menant à la définition d'une posture de recherche et des précautions méthodologiques associées. Après avoir posé ces bases, il s'agit à présent de passer à l'analyse et l'interprétation des résultats.

II. PARTIR EN VACANCES : UN BESOIN QUI JUSTIFIE L'ACCESSIBILITE DES SEJOURS

Il s'agit, pour commencer, d'analyser ce que représentent les vacances pour les enquêtés à travers l'importance qu'ils accordent au besoin de pouvoir partir, et la nécessité corollaire de garantir l'accès aux départs. Cette volonté d'accessibilité est un principe fondateur du tourisme social et solidaire et passe notamment par une adaptation aux publics et des propositions de tarifications solidaires.

1. NE PAS AVOIR ACCES AUX VACANCES : UNE FORME D'EXCLUSION SOCIALE

Pour les enquêtés, partir en vacances c'est un besoin et certains enquêtés rappellent que l'accès aux vacances est un droit, fruit de luttes sociales et syndicales :

"Ça fait partie des droits primaires, même si effectivement ce n'est pas les priorités par rapport à se loger, se nourrir. Mais l'accès aux vacances aujourd'hui, c'est quand même démontré que c'est quelque chose d'important dans la vie sociale des gens.

Effectivement, ça apporte un plus." Léna, Directrice village vacances, 73

Ils font référence à l'article 140 de la loi n° 98-657 du 29 juillet 1998 d'orientation relative à la lutte contre les exclusions qui stipule que "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." Le besoin de vacances est considéré par les enquêtés comme d'autant plus important pour les enfants et notamment ceux qui sont issus de familles "défavorisées". Cela s'explique par le fait qu'ils n'auraient pas, en restant dans leur environnement quotidien, les moyens de bénéficier du caractère formateur et émancipateur des vacances :

"L'enfant qui passe des vacances chez lui, dans son quartier, en bas de la tour, ou le gamin qui est en milieu rural, et qui est en vacances, à rester chez lui, à donner un coup de main au tonton et à la tata, pour faire les maïs ou choses comme ça, il est en vacances au sens où il est libre de l'école, il n'est pas à l'école, donc il est en vacances... Mais pour moi, ce ne sont pas des vacances, ce n'est pas la sémantique du mot que j'utilise dans la question que tu poses." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Ce qu'on peut retenir ici, c'est aussi l'idée que les longues périodes de temps libre, bien qu'elles soient libérées de l'école ou du travail, ne sont pas automatiquement associées à des vacances. C'est aussi ce que souligne un autre enquêté :

"Et être en vacances c'est pas passer une semaine ou quelques jours chez toi, devant la télé, à regarder une coupe du monde de football ou je ne sais quoi." Patrice, Directeur village vacances, 43

On trouve ici une représentation normative de ce que ne sont pas les vacances. Les représentations des vacances et les besoins auxquels répondent les départs seront développés dans les prochaines parties. Il s'agit pour l'instant de souligner l'importance, dans les représentations des directeurs et directrices de centres et de villages vacances, que les vacances revêtent dans la vie des individus et le risque d'exclusion qui menace ceux qui ne peuvent pas partir. Comme le dit Michelle Demessine, présidente de l'UNAT, « Le droit aux vacances, c'est avoir la possibilité de pouvoir partir comme tout le monde au moins une fois par an en vacances en famille ou pour les enfants de pouvoir partir en colonie de vacances [...]. Ne pas pouvoir y accéder, c'est un creusement des inégalités. » (cité par UNAT, s. d.). C'est aussi ce que soulignent les enquêtés :

"[Ne pas pouvoir partir] ça crée de la frustration aussi. Je pense que de se dire, il y a les gens qui ont le droit de partir en vacances et les autres, ça classe quand même, ça met les gens en deux catégories de personnes." Léna, Directrice village vacances, 73

"Je pense que les personnes qui ne peuvent pas aller en vacances se sentent dépréciées, déclassées. Ils sont dans une situation de déclassement super importante, qui peut même engendrer une rancœur envers la société." Angèle, Directrice village vacances, 26

Ces inégalités entraînent un sentiment de décalage qui est aussi ressenti par les enfants qui peuvent se sentir mal à l'aise face à leurs pairs :

"Tu es un peu gêné à l'école quand à la rentrée tout le monde raconte ses vacances et que toi tu es resté à la maison et que tu as dû aider tes parents à faire en sorte que la maison elle tourne." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

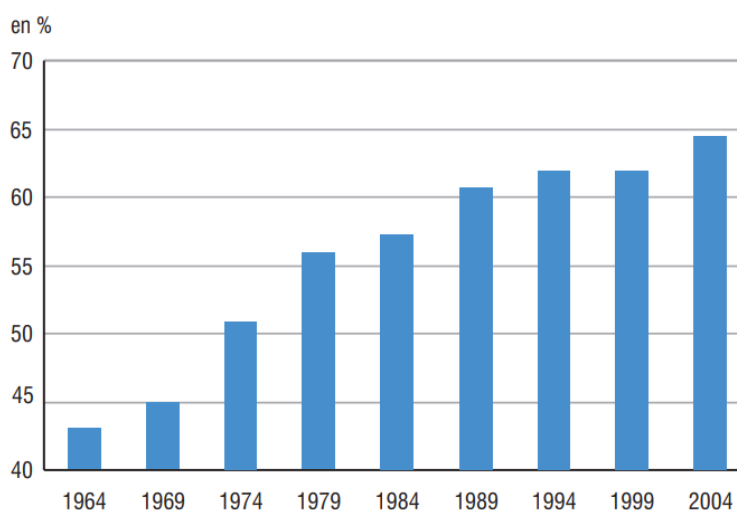
L'importance des vacances dans la vie des individus justifie, aux yeux des enquêtés, le développement de l'accessibilité aux vacances dont il s'agit maintenant d'analyser les modalités.

2. FACE AUX INEGALITES DE DEPART : UNE VOLONTE DE RENDRE POSSIBLE LES DEPARTS EN VACANCES

Un détour par l'histoire grâce à l'ouvrage *Sociologie du tourisme* de Saskia Cousin et Bertrand Réau (2009) nous montre qu'à l'origine, le tourisme est une pratique distinctive des classes dominantes. L'invention du Grand Tour au XVIème siècle organise les voyages des jeunes nobles autour de la découverte de vestiges antiques. Ce voyage doit permettre d'élargir leur horizon social grâce aux sociabilités rencontrées en chemin et de parfaire leur éducation. Au XIXème siècle, les transformations sociales contribuent à démocratiser les départs et les classes moyennes accèdent à de nouvelles formes de loisirs. Les années 60 voient une massification du phénomène de départs en vacances avec un nombre de vacanciers croissant et entre 1951 et 1989, le taux de départ passe de 31% à 60,7% comme le montre le graphique ci-dessous (Dauphin, Le Garrec, Tardieu, 2009).

1. Évolution du taux de départ en vacances

Lecture : en 2004, 64,6 % des Français sont partis au moins une fois en vacances.
Source : Insee, enquêtes de Conjoncture auprès des ménages 1964-1994, enquêtes Permanentes sur les conditions de vie 1996-2004.



Pourtant, la démocratisation des vacances semble être en panne avec des départs qui restent stables depuis ces années entre 60 et 65%. Dans une étude publiée en 2025, l'Observatoire des inégalités montre que le taux de départ en vacances moyen est de 60% et qu'il est fortement déterminé par le niveau de revenu. Ainsi, seul 42% des personnes ayant un niveau de vie inférieur à 1285 euros par mois sont parties en vacances au cours des douze derniers mois en janvier 2024. Ce taux s'élève à 76% pour les personnes ayant un niveau de vie supérieur à 2755 euros. Les premiers motifs de non-départs en vacances sont bien financiers même s'ils ne s'y limitent pas. En effet, 20% des personnes qui ne partent pas en vacances déclarent que c'est par choix (Dauphin, Le Garrec, Tardieu, 2009), comme le montre le tableau ci-dessous.

5. Les motifs de non-départ en vacances en fonction de l'âge

en %

	Raisons financières	Raisons de santé personnelle	Raisons professionnelles ou d'études	Prodiguer des soins à un parent malade	Autre raison familiale	Par choix	Autres raisons	Total
Moins de 15 ans	42,8	1,9	3,4	0,2	13,8	11,4	26,4	100
15-19 ans	50,6	1,7	15,1	0,0	4,7	22,7	5,3	100
20-24 ans	42,8	3,8	27,2	0,4	2,5	16,0	7,4	100
25-29 ans	45,4	6,2	16,9	0,3	2,3	18,5	10,4	100
30-34 ans	50,0	3,7	15,8	1,1	4,6	13,6	11,3	100
35-39 ans	47,0	5,5	14,1	1,8	7,2	17,7	6,8	100
40-44 ans	42,3	4,0	15,6	2,7	6,9	21,4	7,2	100
45-49 ans	48,8	4,9	11,4	3,2	5,4	18,0	8,4	100
50-54 ans	42,7	8,3	10,7	2,1	5,4	20,4	10,5	100
55-59 ans	37,9	12,0	11,4	4,8	5,0	23,1	6,0	100
60-64 ans	28,2	13,2	3,5	7,1	7,9	30,1	9,9	100
65-69 ans	26,5	19,9	0,4	7,9	6,3	29,3	9,6	100
70 ans ou +	14,8	46,5	0,7	3,3	4,5	21,9	8,2	100
Ensemble	36,7	14,9	9,5	2,5	6,2	19,6	10,6	100

Source : Insee, enquête Permanente sur les conditions de vie 2004.

Le taux de départ des enfants reste plus élevé même si plus d'un enfant sur dix ne peut pas partir en vacances au moins une semaine par an pour des raisons financières en 2021 (Observatoire des inégalités, 2024). Encore une fois, le taux de départ est fortement déterminé par le niveau de revenu et 44% des enfants dont les parents sont situés dans le quart de la population aux plus bas revenus sont partis en vacances au cours de l'année 2023. Ce taux s'élève à 73% pour les enfants dont les parents ont des revenus supérieurs à 2755 euros. Ces inégalités, notamment financières, face au départ en vacances expliquent que, interrogés sur les spécificités du tourisme social et solidaire, les directeurs et directrices mettent l'accent sur l'importance de l'accessibilité financière des séjours. L'idée ici n'est pas de faire une étude de marché pour comparer les tarifs du tourisme social et solidaire avec les autres types de tourisme, mais de s'intéresser à ce que cela représente pour les acteurs de terrain que d'être un acteur du TSS et de la manière dont ils envisagent l'accessibilité aux vacances.

Il existe différents types d'aides et d'organismes qui favorisent les départs en vacances. L'agence nationale des chèques vacances, propose différents dispositifs : l'aide aux projets vacances, la bourse solidarité vacances et le programme Seniors en vacances. Au niveau départemental, les aides caisses d'allocations familiales peuvent délivrer des aides à travers deux programmes : l'aide aux vacances enfants (AVE) et l'aide aux vacances familles (AVF). La Mutualité Sociale Agricole octroie également des aides aux départs et les comités sociaux économiques (qui concernent les structures de plus de 50 employés) peuvent proposer des politiques tarifaires avantageuses. Pour les colonies de vacances, deux dispositifs

complémentaires existent : les colos apprenantes et le Pass colo. Ces aides peuvent être une aide importante pour les familles et les enfants les plus en difficulté :

"Moi tu vois un enfant qui part 12 jours chez moi cet été, il paye 70 euros son séjour s'il a les aides VACAF, s'il a tout ce qui rentre en ligne de compte. Le minimum c'est 70 euros, mon séjour en réalité je le vends 960 euros." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Pourtant, l'acceptation de ces différentes aides n'est pas propre aux établissements du tourisme social et solidaire, et ne saurait donc constituer un élément distinctif de ce secteur. C'est ce que souligne Angèle :

"Je trouve que c'est facile de dire que je fais du social et du solidaire parce que je prends des bons VACAF. Tout le monde le fait, même les autres entreprises." Angèle, Directrice village vacances, 26

C'est pour cela qu'en plus de ces aides individuelles, dites "à la personne", l'UNAT explique vouloir "Pratiquer une politique tarifaire engagée : soucieux du départ en vacances de tous et fervents défenseurs de la mixité sociale, nos membres proposent des grilles tarifaires accessibles, notamment avec la prise en compte du quotient familial." (s. d.). La prise en compte du quotient familial s'inscrit dans une logique de tarification solidaire, permettant aux ménages les plus modestes de bénéficier de tarifs adaptés, tandis que les foyers plus aisés contribuent, de manière indirecte, à compenser le manque à gagner pour les structures :

"Je sais que quelqu'un qui vient en séminaire, il a pas payé forcément le même tarif que d'autres... et c'est vrai que pourtant la prestation finale elle va être la même." Sylvia, Directrice village vacances, 74

"Ce qu'on appelle le côté solidaire, c'est le côté où un organisme ou autre chose va faire en sorte que tout le monde puisse partir. C'est plutôt le côté solidaire. C'est-à-dire qu'on va prendre par rapport aux quotient familiaux, par exemple, des choses comme ça, forcément les plus riches vont participer pour les enfants qui sont moins aisés." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

"On accueille des enfants à prix coûtant, c'est-à-dire c'est pas du tout le même tarif qu'on fait d'habitude alors qu'on est en haute saison. Parce que je sais que les gamins qui vont venir pendant une semaine chez nous au festival ne viendraient pas s'ils n'avaient pas un hébergement qui leur propose une tarification défiant toute concurrence. Là par exemple, ma pension complète en général sur la haute saison doit être entre 51 et 53 euros. [...] Et pour eux, on est à 46 euros la pension complète, c'est-à-dire on a un prix coûtant. Là on fait aucun bénéfice." Albin, Directeur centre de vacances, 74

Ce système de “vases communicants” comme l’appellent certains enquêtés, permet de faire des tarifs bas, voire à prix coûtant, parce que d’autres publics plus aisés vont pouvoir maintenir l’équilibre financier des établissements. Le tourisme social et solidaire serait plus qu’une simple forme de tourisme, il serait un moyen de limiter une injustice :

"[le TSS] c'est celui qui permet justement de réduire les inégalités et de permettre à tous de partir. Et sans le TSS, peut-être que, ou certainement, beaucoup moins de personnes pourraient partir." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Malgré la volonté des acteurs du tourisme social et solidaire de rendre accessibles les vacances à ceux qui en seraient exclus, en agissant sur l’accessibilité tarifaire des séjours et en mobilisant des dispositifs d’aides et des mécanismes de solidarité, certains enquêtés insistent bien sur le fait que le tourisme social et solidaire c’est un tourisme “pour tous”, et non un tourisme réservé aux catégories défavorisées :

"Le tourisme social et solidaire, ce n'est pas le tourisme pour pauvres, comme on peut l'entendre dire ou se l'entendre dire. C'est vraiment du tourisme pour tout le monde." Patrice, Directeur village vacances, 43

À l’instar de l’UNAT qui déclare que “Ce tourisme ne doit pas être réduit à des vacances au rabais ou du tourisme pour les « pauvres »” (s. d.), Patrice affirme ici son rejet de l’image misérabiliste qui colle parfois au tourisme social et solidaire et souligne plutôt son attachement à la mixité sociale comme valeur phare du tourisme social et solidaire et que nous détaillerons par la suite.

Malgré cette volonté de favoriser l’accès financier aux vacances, un certain nombre d’enquêtés soulignent que certaines destinations restent peu accessibles financièrement parlant, que ce soit en termes d’hébergement ou d’activité touristique sur place. C’est souvent le cas des stations de ski durant la période hivernale :

"L'hiver à la montagne, c'est quand même un tourisme moins social. On ne va pas se mentir. Le business du ski, c'est quand même moins accessible." Léna, Directrice village vacances, 73

"T'en a qui vont se saigner pendant 51 semaines pour partir une semaine à Megève en hiver. C'est possible, mais c'est leur choix. Tu vois ? Si tu peux pas, tu peux pas." Patrice, Directeur village vacances, 43

“Avoir des villages vacances à Megève, avoir un tourisme social qui est implanté à Megève, ça peut donner une belle image. Sauf que ça a toutes ses limites. Aujourd'hui, dans les choix, essayer de réinjecter des millions sur les sites de Megève

et accueillir des électriciens et gaziers qui, de toute façon, ne peuvent pas dépenser leur argent comme ils veulent à Megève. Ils peuvent admirer quelques vitrines, mais ça s'arrête là." Chargé de prospective, Comité social et économique, 93 (siège social)
[Extrait d'entretien tiré de l'étude diagnostic et stratégies de développement du TSS en AuRA et sur le massif des Alpes]

De plus, même s'il existe des aides pour les séjours, les enquêtés soulignent que la mobilité pour se déplacer jusque sur le lieu de vacances coûte souvent cher et qu'il existe peu d'aides au transport pour aider les familles les plus en difficulté :

"Les gens qui sont des citadins, qui viennent de Marseille, qui n'ont pas de voiture et qui veulent venir chez nous, c'est compliqué. Tu viens en train jusqu'au Puy, mais après au Puy pour un taxi, le taxi va te coûter pratiquement aussi cher que de faire ton voyage en train de Marseille-le-Puy." Patrice, Directeur village vacances, 43

C'est en partie pour pallier les coûts du transport que les directeurs et directrices insistent aussi sur l'idée que les vacances peuvent être réalisées localement et qu'il n'est pas nécessaire de partir loin pour ressentir les bienfaits du départ.

L'évolution des structures du tourisme social et solidaire est également un bon indicateur pour comprendre les tensions auxquelles font face les acteurs. Comme l'expliquent Saskia Cousin et Bertrand Réau (2009), la politique sociale des vacances a d'abord été une politique de soutien à la construction d'hébergements, dite "aide à la pierre". À partir des années 80, l'État concentre ses aides sur les individus directement, c'est les aides "à la personne". L'agence nationale des chèques-vacances est ainsi créée en 1982 pour favoriser les départs en vacances. Les auteurs soulignent qu'"On passe ainsi d'une politique d'équipement à une politique "individualisée" ciblant les publics les plus défavorisés, d'une politique de subvention de l'offre à une politique de subvention de la demande" (p. 82). Cette politique est critiquée par les opérateurs dans la mesure où il n'est pas possible de contrôler les consommations individuelles et de s'assurer qu'elles sont bien employées pour le départ en vacances. Certains enquêtés expliquent ainsi avec dépit que l'entreprise McDonald's accepte les chèques-vacances de l'ANCV. Il reste que le modèle traditionnel de financement des associations, qui était jusqu'alors le modèle de financement public, est en profonde transformation. Dans un contexte de restriction budgétaire, de baisse des dotations de l'État envers les collectivités locales, les subventions se font plus rares et face à ce "désengagement", les associations doivent construire de nouveaux montages financiers ou risquer de disparaître. Les structures adhérentes de l'UNAT déclarent, dans le cadre de l'étude diagnostic sur le tourisme social et solidaire réalisé par la tête de réseau, que leur modèle économique repose

sur le produit de leur activité et c'est donc la vente et l'organisation de séjours qui va permettre le fonctionnement des structures. Les établissements n'ont pas de dotation sur le fonctionnement et si les subventions et aides à la pierre pour les rénovations existent encore, c'est à la marge comme le constatent les hébergeurs. Pourtant, les structures bénéficient de subventions indirectes avec les aides aux départs qui permettent aux publics de partir en vacances et aux hébergeurs de remplir leurs centres et villages vacances :

“Dire que nous touchons aucune subvention, aucune aide extérieure, c'est un peu faux. Si aujourd'hui, l'État et certains organismes comme l'ANCV enlèvent les aides que les personnes handicapées peuvent toucher pour partir en vacances, bien sûr, ça toucherait notre modèle économique. C'est une évidence. Donc, je dirais voilà, nous n'avons pas de subventions directes, mais indirectes via la clientèle qui vient chez nous.” Directeur développement commercial et communication, Organisateur de vacances adaptées, 69 (siège social) [Extrait d'entretien tiré de l'étude diagnostic et stratégies de développement du TSS en AuRA et sur le massif des Alpes]

Dans ce contexte, la recherche de l'équilibre financier peut entrer en tension avec la volonté d'accessibilité des vacances qui se décline, comme on l'a vu, par des politiques tarifaires solidaires. Cette recherche de rentabilité pose la question de la solvabilité des publics :

"Là c'est génial d'accueillir tout le monde, des familles en difficulté mais on ne pourrait pas vivre si on n'avait que ce type d'accueil. Il faut que nous on trouve aussi un juste milieu parce qu'on a un établissement et il faut qu'il sorte aussi du positif..."
Sylvia, Directrice village vacances, 74

"Effectivement, l'accessibilité, il y a ce qu'on voudrait, il y a le monde idéal et la réalité qui fait qu'aujourd'hui aussi, les établissements touristiques sont en difficulté. Je pense qu'il y a quand même beaucoup, même de grandes chaînes qui sont en difficulté et qui ont du mal à maintenir des tarifs attractifs pour pouvoir garder une accessibilité financière." Léna, Directrice village vacances, 73

Le modèle économique associatif est basé sur un équilibre entre les différents types de publics et certains directeurs et directrices d'établissement en difficulté financière expliquent rechercher des publics “financièrement plus intéressants pour les structures”. Ces témoignages illustrent bien l'idée que « Les administrateurs bénévoles de ces structures traditionnelles se retrouvent pris en tenaille entre, d'une part, les exigences d'une organisation en recherche d'efficacité et de performance et, d'autre part, leur vocation sociétale. » (Giordano, Manuela, Massiera, Ricolfi, 2022, p. 7).

De plus, les inégalités face aux départs en vacances ne se limitent pas à des raisons financières, et le handicap peut être un frein conséquent aux départs. Comme l'explique

l'Observatoire des inégalités (2024), les personnes handicapées ont plus de difficultés économiques en moyenne et 37,6% déclarent, selon Eurostat pour l'année 2022 (cité par Observatoire des inégalités 2024), ne pas avoir les moyens de partir une semaine en vacances. De plus, pour les personnes handicapées qui ont les moyens de se payer des vacances, nombre de lieux touristiques restent inaccessibles, car non adaptés, selon le type de handicap. La loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes en situation de handicap prévoit une obligation d'adaptation des conditions d'accès des personnes handicapées à leur environnement. Cette obligation d'adaptation inclut les établissements recevant du public (ERP) dont font partie les centres et villages vacances. L'importance de l'accès aux vacances aux personnes handicapées est mentionnée par plusieurs enquêtés, bien que la problématique semble globalement moins investie que celle de l'accessibilité financière. La volonté est bien celle d'un tourisme "pour tous" qui devrait réussir à inclure les clientèles handicapées. Pourtant, dans un rapport parlementaire sur l'évaluation de la loi de 2005, les députés Christine Le Nabour et Sébastien Peytavie déclarent qu'"a minima, les trois quarts des ERP demeurent inaccessibles aux personnes handicapées" (Banque des territoires, 2025). Certaines structures rencontrent des freins juridiques ou fonciers lorsqu'elles n'ont pas la maîtrise du lieu qu'elles occupent, ce qui limite leur capacité à engager des travaux. De manière globale, les directeurs et directrices sont confrontés à des freins financiers qui peuvent empêcher les adaptations des infrastructures :

"Quand je suis devenue directrice, mon but aussi, c'était de faire le label Handicap. Mais comme je ne suis pas propriétaire, et qu'il y a tellement de travaux à faire. Parce qu'en plus, j'ai mon centre qui commence à vieillir. [...] Et comme je ne suis pas propriétaire, je ne peux pas faire les travaux nécessaires." Angèle, Directrice village vacances, 26

Au-delà de l'accueil dans l'établissement en lui-même, Angèle élargit la focale et pose la question de l'adaptation des activités touristiques aux personnes handicapées :

"Je me disais, si j'accueille des personnes en fauteuil roulant, ce qui est le cas de temps en temps, une fois qu'elles sont là, qu'est-ce qu'elles font ? Et ça, c'était mon vrai problème. Il y a qu'un site à 45 minutes de route qui est accessible aux personnes en fauteuil roulant. Donc voilà, venir une semaine pour faire une activité, ce n'est pas cool." Angèle, Directrice village vacances, 26

Un autre enquêté déplore le manque de prise en compte du handicap et le fait que pour être labellisé Tourisme et Handicap, l'établissement doit remplir un certain nombre de critères pour seulement deux des quatre familles de handicap (auditif, mental, moteur, visuel) :

"Typiquement, [le label] tourisme handicap, pour moi, c'est ou tu as tout, ou tu n'as rien, ou tu as les quatre déficiences, ou tu en as zéro. Mais avoir que des déficiences intellectuelles... et en général, ils prennent auditif ou visuel, ce qui nécessite peu d'investissement, d'aménagement, pour moi, c'est dommage de ne pas aller jusqu'au bout du truc." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Le constat de la stagnation des départs en vacances et du fait que 40% des Français ne puissent pas partir, souvent pour des raisons financières, pousse les opérateurs du TSS à développer des politiques tarifaires solidaires pour favoriser les départs en vacances. L'accessibilité est aussi envisagée sous le prisme de l'accessibilité physique aux établissements pour les personnes handicapées qui accèdent moins que les autres aux vacances. Malgré cette volonté d'accessibilité, les évolutions des structures du TSS vers la recherche de rentabilité peuvent venir en tension avec la finalité sociale recherchée. L'un des aspects clés de l'accessibilité repose sur la capacité d'adaptation aux besoins des différents publics, un point qu'il convient désormais d'approfondir.

3. ACCUEILLIR LES PUBLICS : UNE TENSION ENTRE ADAPTATIONS RECHERCHEES, SUBIES ET IMPOSSIBLES

L'accessibilité est envisagée de manière plus large que par les seuls prismes de l'accessibilité physique et financière et pour beaucoup, être accessible c'est s'adapter aux attentes des clientèles. Cela peut passer par une proposition d'offre alimentaire qui prend en compte une diversité de régimes pour accommoder les vacanciers, la possibilité pour les parents de laisser leurs enfants dans des clubs enfants pour leur permettre d'avoir du répit pendant leur période de vacances, ou encore par des offres plus innovantes comme l'explique Léna :

" [L'accessibilité] ça passe évidemment par une politique tarifaire, mais pas que. Ça passe effectivement par le fait de répondre aux besoins de la clientèle. Là, notamment on a un tout nouveau projet, depuis l'été dernier et seulement depuis le début de l'hiver : on accueille les animaux domestiques. Chaque client peut venir avec un chat, un chien. On a même eu des perroquets. Ça permet aux clients qui ne seraient pas partis en vacances parce qu'ils ont la contrainte de faire garder leurs animaux de pouvoir accéder à ce départ." Léna, Directrice village vacances, 73

Si l'adaptation rend possible une accessibilité plus importante aux vacances, elle peut aussi être subie dans la mesure où le marché touristique est fortement concurrentiel. Les associations du tourisme social et solidaire doivent rester attentives aux nouvelles tendances dans les attentes des publics et se réinventer pour rester attractives et rentables. L'exemple du WiFi dans les chambres est emblématique de cette tension. Les centres et les villages de

vacances proposent des offres de séjours collectifs avec des animations où le vivre ensemble et la mixité sociale sont des valeurs importantes, comme on le verra dans la prochaine partie, et les attentes des clientèles se tournent vers plus de confort et vers ce que les enquêtés décrivent comme une “tendance individualiste” et un “repli sur soi”. Le dilemme est alors le suivant : faut-il rester attaché aux valeurs et renoncer à proposer du WiFi dans les espaces individuels quitte à perdre en attractivité et, in fine, risquer l’équilibre financier de l’établissement ? Pour une partie des directeurs et directrices interrogés, ces adaptations sont indispensables, mais elles ne sont pas forcément le signe qu’ils renoncent à leurs valeurs :

“Avoir un bon réseau wifi dans 90% des logements c'est indispensable parce qu'on accueille aussi une clientèle internationale et j'ai envie de dire maintenant c'est le minimum, la chambre elle est vraiment très importante dans l'accueil hôtelier et il y a des points qu'il faut pas qu'on néglige.” Sylvia, Directrice village vacances, 74

“Il faut qu'on y passe. Parce qu'aujourd'hui, c'est pareil, si tu n'as pas ça dans un gîte, tu prends des commentaires sur les réseaux sociaux, ça fait de la mauvaise pub et tout s'enchaîne. Donc ok, on met la télé, mais en animation, on va se battre et on va faire en sorte de faire venir malgré tout les gens à nos animations.” Patrice, Directeur village vacances, 43

Il faut néanmoins souligner que ces témoignages sont ceux de dirigeants de villages vacances, et on peut se demander si les centres de vacances sont autant soumis aux attentes des publics. Nous n’avons pas assez d’éléments pour répondre à cette question, mais pouvons ici émettre l’hypothèse que les attentes des publics sont différentes selon si la structure accueille des publics enfants ou des publics adultes.

D’autres enquêtés prennent le contrepied de l’idée que la demande dicterait l’offre et adoptent une posture innovante qui consiste à moins s’adapter aux attentes préétablies :

"Moi je suis assez pragmatique et je me dis que dans l'offre et la demande souvent on adapte l'offre en fonction de la demande. Moi je pars du principe qu'il faut être un peu innovant et donc c'est de réfléchir à une offre, on apporte quelque chose. Il est préférable de se dire qu'est-ce qui n'existe pas et qui a surtout un intérêt ?" Albin, Directeur centre de vacances, 74

Malgré son parti pris tourné autour de l’écologie, Albin explique que l’accessibilité reste la valeur première du tourisme social et solidaire et qu’il est nécessaire de s’adapter aux différents publics pour ne pas être discriminant. L’offre de son organisation, bien que tournée vers des enjeux de transition, doit rester à portée de tous et Albin met un point d’honneur à accompagner au mieux les publics :

“On est très très vigilants, il ne faut pas être discriminant, c'est-à-dire qu'il y a un moment culturellement aussi, il faut s'adapter. C'est la réalité, on n'est pas tous égaux à tous les niveaux, économiquement, culturellement.” Albin, Directeur centre de vacances, 74

Cette tension entre les valeurs défendues et l'enjeu d'accessibilité est bien illustrée à travers le dilemme d'Albin concernant la rénovation énergétique de son établissement :

"Sur un de nos chalets on doit faire des travaux conséquents. Et c'est vrai que notre orientation très tournée vers la transition nous amènerait à être très ambitieux sur la partie énergétique. [...] Et très clairement, je pense qu'on va y renoncer, parce que pour nous, le plus important, c'est de se dire : on ne va pas augmenter les tarifs de pension complète que l'on propose à nos adhérents, parce qu'autrement, on va devenir discriminant sur cette dimension économique.” Albin, Directeur centre de vacances, 74

L'adaptation aux attentes des clientèles contribue à encourager le départ en vacances de publics qui, autrement, ne partiraient pas. Toutefois, ces logiques d'adaptation sont parfois subies : ne pas s'y conformer revient à prendre le risque de perdre en compétitivité sur le marché touristique. C'est pourquoi ces dynamiques peuvent entrer en tension avec les valeurs que défend le tourisme social et solidaire. Au-delà de la seule question de l'accessibilité, il convient désormais d'interroger les besoins auxquels les vacances répondent, ainsi que les valeurs portées par ce modèle de tourisme.

III. UNE CONCEPTION DES VACANCES PLURIELLE :

ENTRE MOMENT DE REPIT ET OCCASION

D'APPRENTISSAGE DU VIVRE-ENSEMBLE

Les vacances répondent à différents besoins. Elles offrent une coupure avec les difficultés de la vie quotidienne, et permettent, grâce à une temporalité singulière, d'offrir des moments de sociabilité privilégiés. De plus, elles jouent un rôle citoyen à travers l'importance accordée à la mixité sociale et aux dispositifs d'éducation qui permettraient le vivre-ensemble.

1. UNE REPONSE A UN BESOIN DE RUPTURE AVEC LE QUOTIDIEN

Si l'on a vu que le temps de vacances est considéré comme crucial dans la vie des individus, les vacances répondent à des besoins différents selon le type de public. Pour les adultes notamment, cette période est associée à l'idée d'une parenthèse qui permettrait de sortir de son quotidien et de se détendre. Les vacances apparaissent comme un moment de repos dans une vie prise par le travail, les obligations quotidiennes et la charge mentale. Face à ces contraintes, elles auraient la fonction de réussir à faire décompresser, et ce presque au sens littéral du terme :

"Je pense que si tu pars pas à minima en vacances, ne serait-ce qu'une journée, en dehors de chez toi, avec ton épouse, tes enfants, ... Eh ben, il faut ça, sinon, ta cocotte-minute, voilà, elle va exploser. Et si ça explose, ça fait mal, ça fait du dégât." Patrice, Directeur village vacances, 43

"Bah le départ en vacances ça reboost. Nous quand on part en vacances on est reboosté pour quatre cinq mois bah eux c'est pareil je me dis qu'ils sont reboostés, alors on repart vite dans notre rythme, dans notre on va dire dans notre rythme du quotidien mais le petit moment de soupape, le petit moment qu'on a fait c'est un bon moment c'est la soupape qui nous fait tenir jusqu'au prochain départ." Sylvia, Directrice village vacances, 74

Les métaphores de la "cocotte-minute" et de la "soupape" ne sont pas anodines, et contribuent à souligner à la fois la dureté de la vie quotidienne et l'idée que les départs en vacances sont ce qui permet ce temps de répit. On retrouve aussi l'idée que les bonnes vacances, c'est celles qui réussissent à "recharger les batteries" pour revenir dans son quotidien personnel et

professionnel en étant de nouveau productif. C'est ce qu'explique Léna : "Les souvenirs de vacances, c'est ce qui permet aussi d'être remotivé au travail pour pouvoir repartir de nouveau en vacances". Le fait que le travail et les responsabilités quotidiennes au niveau de la charge mentale soient plus l'apanage des adultes expliquerait le fait que cette fonction des vacances est plutôt réservée aux publics adultes. Pourtant, certains enquêtés expliquent que, notamment pour les enfants ayant un quotidien difficile, l'idée de sortir de son quotidien reste essentielle :

"Je me dis que c'est une manière de couper son quotidien, d'être hors de ses problématiques quotidiennes. Que ce soit parce que t'es stressé au boulot ou à la fac ou parce que t'es un enfant et que ton quotidien c'est de te demander si tes parents ils vont avoir assez d'argent pour mettre à manger sur la table deux ou trois fois par jour. C'est cool de partir en vacances et de pas se préoccuper de ça." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Pour ces directeurs et directrices d'établissements du tourisme social et solidaire, les vacances remplissent aussi une fonction de découverte et d'ouverture à la culture portée par une dimension éducative forte. Elles sont aussi perçues comme un moment privilégié de sociabilité et c'est l'enjeu autour du lien social et de la mixité sociale qu'il s'agit maintenant d'analyser.

2. LA MIXITE SOCIALE COMME DISPOSITIF D'EDUCATION AU VIVRE-ENSEMBLE

Dans une société perçue comme de plus en plus individualisée avec des individus atomisés qui ont moins de contacts entre eux, les vacances sont vues comme un moyen de remettre du lien social dans la vie des individus. L'enjeu va plus loin que celui de la simple sociabilité et il est ici question de "vivre-ensemble" :

"Je pense qu'une des difficultés de notre société actuelle, c'est que les générations ne savent plus vivre ensemble. C'est un problème dans le monde du travail, c'est un problème dans beaucoup de milieux. Donc, effectivement, favoriser ces moments d'échange entre les générations, je pense que c'est un des enjeux aussi. Et de le faire sur le moment de vacances, je pense que c'est aussi pouvoir mettre en place des réflexes qui peuvent être, du coup, se réapproprier dans le quotidien." Léna, Directrice village vacances, 73

Les vacances seraient un moment privilégié pour les publics de faire l'expérience de la vie en communauté en rencontrant de nouvelles personnes, en s'intéressant à elles, à leurs manières

de vivre, et à la différence. Les vacances en collectif en centres et villages de vacances incarnent en ce sens un enjeu de citoyenneté. L'apprentissage du collectif permettrait de réaliser la force du vivre-ensemble dans la prise de décision en société, comme l'explique Albin par rapport à l'enjeu du dérèglement climatique :

"On a l'impression d'être un peu tout-puissant, alors que réellement, on est de plus en plus vulnérable. Et comme on le disait, c'est réellement collectivement qu'on pourra s'adapter aux crises qui arrivent." Albin, Directeur centre de vacances, 74

Pour les enfants, il s'agit de continuer les apprentissages de l'école et parfois de corriger l'éducation des parents. Cet apprentissage concerne aussi les publics adultes avec l'idée qu'on "apprend à tout âge". Le vivre-ensemble est favorisé par l'idée que les vacances permettent une mixité sociale qui ne se retrouve pas toujours dans la vie quotidienne. Elles rassembleraient en un lieu des individus de classes sociales et d'âges divers, d'univers géographiques variés, des personnes handicapées et d'autres valides... tous réunis par leur choix de destination. Les vacances permettraient ainsi de créer de la proximité entre des individus qui ne se côtoieraient pas autrement :

"[Les valeurs du tourisme social et solidaire] c'est de pouvoir mixer tous les publics. Et qu'ils s'entendent et qu'ils se comprennent et qu'ils vivent ensemble. Sans discrimination sociale, sans discrimination raciale, sans discrimination pécuniaire, ..."
Samuel, Directeur centre de vacances, 26

"Dans ma vie, j'ai eu sur site des hommes politiques. J'ai eu des députés en vacances. Mais quand c'est des députés du Nord, de Bretagne, je ne les connais pas. Ils sont tous à la pétanque, habillés en short avec le bob sur la tête et les trois boules de pétanque dans la main. Au début c'est "Bonjour, monsieur le député", et puis le lendemain, c'est "Alors, Francis, ça se passe bien et tout ?" C'est ça qui est génial, en fait." Patrice,
Directeur village vacances, 43

Ce qu'explique Patrice, c'est que les vacances c'est un temps où tout le monde est "vacancier", et ce sont les dispositifs mis en place qui permettraient de créer les conditions de cette mixité et de cette égalité de statut réussie :

"On emmène une convivialité aussi pour justement que toutes ces personnes-là n'aient qu'une seule étiquette : vacanciers. [...] Tout le monde est en maillot de bain à la piscine, qu'ils soient PDG, chômeurs. Qu'est-ce qui fera la différence ?" Patrice,
Directeur village vacances, 43

En effaçant ainsi les différences individuelles et en se focalisant sur ce qu'il y a d'universel dans chaque être humain, on atteindrait le potentiel égalitaire des vacances. Pourtant, le respect

de la différence est aussi central dans les discours qui prônent que le temps des vacances est aussi un temps pour s'ouvrir à l'altérité :

"Les gens finalement se rendent compte que la différence, c'est un frein pour certaines choses, mais pas pour d'autres. Donc l'enjeu, il est aussi de pouvoir permettre, je pense notamment aux enfants, de se rendre compte de ça, de se dire que la différence, c'est pas du tout un frein et que ça se passe très très bien." Léna, Directrice village vacances, 73

Le vivre-ensemble serait alors un mélange entre universalité et respect des particularismes. C'est cette tension que met en exergue Dominique Schnapper (2008) dans la citation suivante sur la valeur démocratique de la mixité et ses enjeux dans la construction européenne :

"Les valeurs démocratiques poussent à l'ouverture aux autres, à l'affirmation de la non-distinction entre nous et les autres. En même temps, la mondialisation suscite la crainte de voir les identités particulières se dissoudre. D'où ces discours mixtes affirmant en même temps la force de l'identité particulière et la nécessité de la mixité [...]." (p.14)

Dans une société qui proclame l'égalité entre les individus, la mixité sociale fait partie du discours normatif qui organise la vie en société. Elle est valorisée et à l'inverse, "la fermeture d'un groupe ou le repli sur soi sont perçus comme des résistances ou des manquements à l'idéal de l'échange social généralisé lié à la légitimité de la citoyenneté." (2008, p. 7). Des dispositifs sont ainsi mis en place pour favoriser les échanges entre les vacanciers. L'animation est souvent considérée par les enquêtés comme un pilier de leur proposition touristique et qui donne vie aux établissements. Patrice décrit l'exemple du "pot de bienvenue" qui agirait comme un "brise-glace" pour que les vacanciers puissent faire connaissance :

"On invite toutes les familles à partager un apéro. Après, à nous, derrière, de faire en sorte que l'animation permette aux gens de savoir d'où vous venez. On a mis ça en place il y a très longtemps aujourd'hui aussi, ce qu'on appelle le carrefour pour des régions. C'est-à-dire qu'on demande à chaque famille de rapporter un petit bout de leur région. [...] Et puis hop, ça part en cacahuètes comme ça. Et après, tu les vois tous en train de trinquer. On a même eu des retrouvailles comme ça, on a eu plein de choses, de belles émotions à cause de ça." Patrice, Directeur village vacances, 43

Les vacances en centres de vacances et villages vacances sont centrées autour de la vie en collectif et les directeurs et directrices expliquent que les vacanciers font le choix éclairé de venir dans un type de structure qui favorise le lien social. Ainsi, la restauration collective serait partie intégrante du pilier de l'expérience des vacances :

"La restauration collective, c'est quelque chose de très important. Les gens mangent avec qui ils veulent, quand ils veulent. On ne va pas revenir en arrière sur cette

organisation qui, pour moi, amène du lien social, de la mixité et du partage." Léna,
Directrice village vacances, 73

L'accessibilité des vacances évoquée plus tôt et chère aux opérateurs du tourisme social et solidaire dépend directement de la mixité sociale. En effet, c'est parce que les vacanciers les plus favorisés payent leurs séjours au prix fort que d'autres moins favorisés peuvent partir. La mixité sociale dépend en retour de l'accessibilité aux vacances. Si seules les catégories les plus aisées peuvent se permettre de partir, la mixité, du moins en termes de classes sociales, est compromise. Des tensions entre la volonté d'accès au départ en vacances et la mixité sociale se font parfois ressentir :

"Faire que des séjours de familles aidées, on l'a eu fait un moment sur des périodes de l'été mais je trouvais que c'était juste déplacer un type de population. Ils étaient entre eux. On a changé notre formule et tout au long de l'année on aide des familles à partir et au moins elles sont complètement dépayées et elles vont être au milieu de familles "lambda" et du coup je trouve que l'échange il se fait beaucoup mieux et nous aussi on a plus de temps pour accompagner ces personnes-là. Alors c'est sûr il y en a moins qui partent mais je trouve que la valeur du séjour c'est pas la même."
Sylvia, Directrice village vacances, 74

Si Sylvia considère l'accessibilité aux vacances importante, celle-ci ne doit pas se faire au détriment de la mixité sociale et cela explique son changement de politique. Elle privilégie la qualité de l'accueil et de l'accompagnement au nombre de départs.

Pour autant, de nombreuses limites invitent à nuancer l'idée des vacances comme moment de mixité sociale, vecteur de vivre-ensemble. Dominique Schnapper indique que "selon leur situation sociale, les individus ne fréquentent ni les mêmes établissements scolaires ni les mêmes associations, ils ne pratiquent pas les mêmes sports et ils ne partent pas de la même façon en vacances." (2008, p. 8). C'est ce dernier point que viennent approfondir Saskia Cousin et Bertrand Réau (2009) dans leur chapitre sur la différenciation des pratiques vacancières. Les usages, les destinations de vacances, le sens que les individus y mettent sont socialement situés. Ils reviennent sur le rôle formateur du voyage pour les élites cosmopolites contemporaines, basé sur le mode du Grand Tour aristocratique du XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècle. Ces voyages internationaux s'inscrivent dans le cadre d'un ensemble éducatif plus vaste (fréquentation de lycées internationaux, de grandes écoles, etc) qui contribue à la création d'un réseau international, à l'apprentissage de langues étrangères qui les préparent à occuper des positions de pouvoir. Pour les couches supérieures du salariat, les voyages culturels se font à l'étranger et les vacances sédentaires se déroulent dans des résidences secondaires et non à domicile. Quant aux classes populaires, à niveau de revenu égal, certains partent en vacances

et d'autres non. Les enquêtés sont conscients de ces limites et du fait que les choix des vacanciers sont socialement situés, parfois contraints, ce qui rend ainsi la mixité de classes sociales compliquée et parfois impossible :

"Cette mixité sociale qui existe pas à l'école, ce schéma il tend à se reproduire dans les accueils collectifs de mineurs parce que les enfants des familles les plus aisées vont pouvoir partir à l'étranger en séjour linguistique ou dans des séjours à Saint-Rafaël pour faire de la bouée tractée et du jet-ski et où tu vas surtout pas te mélanger parce que ton séjour il coûte 1200 balles..." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Une autre enquêtée, si elle insiste sur la réussite en matière de mixité sur le handicap, explique que les publics de son établissement restent relativement homogènes socialement :

"On touche quand même un public cible financièrement. Je veux dire, les gens qui ont pas du tout de moyens, ils vont pas venir chez nous. Et les gens qui ont beaucoup de moyens, ils viendront pas chez nous non plus. Donc finalement, on a une cible de clientèle qui est... Y a pas de gros écart sur notre clientèle. Je pense pas que ce soit là-dessus un lieu de mixité si énorme que ça." Léna, Directrice village vacances, 73

De plus, on peut se demander dans quelle mesure la cohabitation de personnes différentes dans un même lieu peut effectivement être qualifiée de mixité sociale. À propos de la mixité sociale dans les logements sociaux de type grand ensemble, Dominique Schnapper rappelle que "La proximité dans l'espace ne peut être mécaniquement interprétée comme un indicateur ou un facteur d'intégration. C'est une idée utopique que de penser qu'il suffit de se connaître pour qu'une reconnaissance réciproque s'ensuive." (2008, p. 10). Bien que cette réflexion dépasse le cadre de ce travail de recherche, il paraît intéressant de s'interroger sur les conditions de mise en œuvre et de réussite de la mixité qui permettraient le "vivre-ensemble".

Au-delà de l'enjeu de la mixité, le vivre-ensemble est conditionné par les échanges entre les vacanciers et les opérateurs constatent une tendance au repli individualiste. En effet, ils observent une demande croissante de chambres individuelles, une faible participation aux animations collectives et une moindre appropriation des espaces communs, contrairement à ce qui se faisait par le passé :

"On voit de plus en plus de confort et de plus en plus de chambres individuelles dans le tourisme social, où avant, partager les espaces, avoir des lieux communs, partager des chambres, partager l'espace avec d'autres groupes sur site... C'était moins dérangeant. On est de plus en plus dans de l'individualisme, dans le confort, et de moins en moins dans le partage des espaces, la compréhension." Directeur, Village vacances, 01 [Extrait d'entretien tiré de l'étude diagnostic et stratégies de développement du TSS en AuRA et sur le massif des Alpes]

"Les gens sont devenus de plus en plus individualistes et le nombre de participants pour les visites est de plus en plus restreint. C'est-à-dire que moi, j'aime bien faire des visites de petits villages et je me rends compte que les gens vont visiter les villages mais en individuel et pas en groupes." Angèle, Directrice village vacances, 26

Cette tendance à l'individualisme se ressent aussi dans les espaces de restauration avec de moins grandes tablées que par le passé, voire la possibilité de se faire à manger dans le logement. La moindre participation aux animations et spectacles vivants témoigne pour Angèle d'un "resserrement autour de la cellule familiale". Ce constat, qu'elle résume dans la formule suivante : "même des fois je me demande pourquoi ils viennent dans un village vacances, parce que je ne les vois pas", viendrait nuancer son idée précédemment évoquée que les villages et centres de vacances attirent des individus intéressés par le collectif. Cette évolution de la demande et de l'offre pour prendre en compte les besoins individualistes peut se trouver en tension avec la vocation première d'accueillir des groupes et de proposer de la mixité pendant les vacances.

La mixité est donc une orientation normative fortement valorisée de la politique des établissements et cela justifie aux yeux des enquêtés la mise en place de dispositifs visant à en favoriser sa réalisation. Il s'agit maintenant d'analyser la dimension éducative centrale aux centres et aux villages vacances. Cette dernière vient soutenir, d'une part, la mise en place de la mixité sociale, et, d'autre part, le rôle de découverte et d'ouverture culturelle des vacances.

3. UN MOMENT PRIVILEGIE POUR DEVELOPPER DES FORMES SAVOIR-ETRE ET SAVOIR-FAIRE

Le tourisme social émerge des revendications populaires du droit aux vacances et est porté par des organisations ouvrières, de jeunesse et d'éducation populaire. C'est ce rappel historique de la genèse du tourisme social et son lien étroit avec les organisations d'éducation populaire qu'il s'agit d'explicitier pour mieux comprendre l'attachement des opérateurs aux valeurs éducatives. Bertrand Réau (2011) souligne que le temps libre des classes populaires a longtemps été encadré par des institutions politiques et religieuses. Pour éviter la décadence française, les autorités considéraient qu'il fallait éduquer moralement et physiquement la jeunesse et les plus jeunes furent donc les premiers concernés par l'organisation du temps libre. Au-delà des oppositions idéologiques entre laïques, catholiques et communistes sur la manière d'occuper le temps libre des classes populaires et des jeunes, les organisations se rejoignent

sur la nécessité de développer leur encadrement. Chacun des systèmes de pensées propose la réalisation d'un type humain abstrait : le croyant pour le catholicisme social, le citoyen pour le rationalisme laïque et le militant pour le marxisme. Pendant longtemps les voyages des classes populaires sont dus aux nécessités du travail. Si les premiers congés payés voient le jour en 1936, les départs en vacances n'ont connu une croissance qu'à partir des années 60. À la libération, la croissance économique favorise le développement d'actions publiques destinées à développer le tourisme et « Les actions publiques en matière de tourisme et de vacances sont menées par des agents qui sont plus ou moins directement investis dans le secteur marchand du tourisme. » (p. 145), à l'instar de Villages Vacances Famille (VVF) porté par des agents issus des mouvements d'éducation populaire. Le tourisme social serait ainsi au croisement de la volonté d'encadrement du temps libre et du développement économique du tourisme, au carrefour “des préoccupations morales et des intérêts économiques des élites” (p. 145). Les associations de tourisme social sont liées à des organisations de jeunesse et traversées par les mêmes divisions partisans que ces dernières : « Tourisme et Travail est proche de la CGT et du PCF ; la Fédération Léo Lagrange, des Jeunes Socialistes ; l'OCCAJ, de la CFTC ; l'INVAC (investissement Vacances à la création), VVF, de la CFDT et PROMTOUR de FO (1978) » (p. 148). Malgré ces divergences idéologiques, les organisations d'encadrement sont unies par l'idée que les loisirs ne sont pas une fin en soi mais “un moyen au service d'une finalité supérieure : le travail, la santé, la culture” (p. 149). En témoignent les objectifs de l'association Tourisme et Travail qui sont d'« organiser au profit des travailleurs de toutes catégories, manuels et intellectuels, des voyages et toutes autres manifestations destinées à leur permettre de mieux connaître leur pays et à compléter leur formation morale, intellectuelle et civique [...]” (p. 147). Les loisirs doivent être utiles socialement, ils doivent permettre de recomposer la force de travail, de participer à la sociabilité de la collectivité et sont vus comme un “temps de rattrapage”. On retrouve cette idée de l'utilité sociale des vacances dans les discours des enquêtés. Beaucoup insistent sur l'idée que les vacances sont un temps pour la culture, la découverte, la mixité plutôt qu'un temps purement consacré aux loisirs. Même s'ils soulignent aussi que les vacances sont un moment propice au repos, ça reste un temps utile car il permet de recomposer la force de travail comme on l'a vu avec les métaphores de la “cocotte-minute” et de la “soupape”. Cette fonction des vacances est aussi soulignée par l'UNAT « Les vacances ne sont pas un temps d'oisiveté inutile. Par le repos des corps et des esprits, elles contribuent au fait de se sentir libre, en phase avec la société... ‘comme tout le monde’ » (s. d.).

Certains enquêtés, souvent les directeurs et directrices de centres de vacances, ne se reconnaissent pas dans la catégorie “tourisme” et mettent plutôt en avant la dimension

éducative de leur activité. Certains revendiquent une appartenance aux mouvements d'éducation populaire :

"Pour moi, c'est l'éducation populaire, on parle de ça. Pour moi, on est éducation populaire, et notre travail, c'est continuer à apprendre des choses aux enfants, que ce soit le vivre ensemble, que ce soit les compétences techniques, que ce soit des connaissances, que ce soit la culture, des découvertes."

Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

"Mon code APE [activité principale exercée] il dit tourisme mais oui au quotidien je fais du social avant de faire du tourisme. Je m'en fous qu'ils fassent le poney ou l'escalade enfin tu vois."

Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Les centres de vacances accueillent des classes découvertes. Ces voyages se font dans le cadre scolaire et certains enquêtés les qualifient d'«école déplacée» et cela explique qu'ils ne soient pas considérés comme du tourisme. Les établissements accueillent également des colonies de vacances. L'objectif premier des vacances pour les enfants est la dimension éducative qui se décline de deux manières principales : une éducation au vivre-ensemble et à la mixité qui recouvre un enjeu de citoyenneté, et une éducation qui a pour but de faire acquérir aux enfants des connaissances plus scolaires sur des thématiques diverses. Les centres de vacances sont vus comme répondant aux mêmes objectifs éducatifs que l'école :

"On parle de tourisme social et solidaire, mais le monde des colos c'est un mouvement qui est né des mouvements de l'éducation populaire et à la base l'éducation populaire c'est censée être une continuité du magnifique projet sur le papier de l'école." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Les animations et activités proposées s'inscrivent souvent dans une visée éducative, cherchant à développer des compétences liées à la vie collective, à l'apprentissage de l'autonomie et aux valeurs de coopération, tout en offrant aux enfants des occasions de découverte et d'ouverture sur de nouveaux horizons :

"On essaye dans chaque activité de trouver une petite valeur intéressante et souvent tournée autour de la coopération, la solidarité. Même si on est des fois dans la compétition, par exemple on travaille beaucoup sur l'activité biathlon, c'est aussi le moyen de développer l'esprit d'équipe. Quand on parle de l'escalade, on va pas parler que de la compétition, on va parler aussi de la confiance qu'il y a entre le grimpeur et puis l'assureur." Jules, Directeur centre de vacances, 15

Une partie des activités proposées par les centres s'articule autour de l'éducation à l'environnement et de la sensibilisation à l'écologie, ce qui conduit au refus de certaines pratiques jugées contraires à leurs valeurs, comme le quad ou le moto-cross. Les opérateurs expliquent privilégier des actions favorisant la compréhension, le «respect» et la «préservation» de la nature :

"Nous, ce qui nous tient à cœur aujourd'hui, c'est d'essayer de préserver l'environnement, etc. De faire comprendre que sans la nature, on ne serait pas là et que si on continue à détruire encore plus la nature, à un moment donné, ça va prendre des millions d'années à se restaurer." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

Le temps des vacances pour les enfants est aussi l'occasion de pallier ce qui serait considéré comme une mauvaise éducation familiale, jugée contraire aux valeurs de justice sociale et d'égalité. C'est le cas des comportements discriminants qui sont fortement réprimandés, au contraire des valeurs républicaines d'égalité, de mixité sociale qui permettent une éducation à la citoyenneté. La temporalité plus ou moins longue et la vie en collectivité entre pairs, loin du cadre scolaire et familial favoriseraient ce type d'apprentissages :

"Les enfants sont le reflet de leurs parents. Et des fois, dans les discours qu'on peut entendre des enfants, ce n'est ni plus ni moins que le discours des parents. Même nous, enfants, on a été portés par les discours de nos parents. Et après, on a peut-être aussi changé de discours parce qu'on s'aperçoit que leur discours n'était pas complètement le nôtre. Et donc du coup, quand on mélange des enfants avec justement une mixité sociale, une mixité ethnique, ça part de là pour après en faire des adultes qui ont peut-être une pensée meilleure que peuvent avoir leurs parents." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

Pour autant, les enquêtés expliquent être conscients des limites de leurs projets éducatifs. Si l'usage de nombreuses métaphores comme celle de "planter des graines" dans l'esprit des enfants ou encore de réussir à apporter "une petite pierre" à l'édifice de leur éducation traduit à la fois l'ambition et le potentiel transformateur des séjours en centres de vacances, ces métaphores soulignent aussi leurs limites :

"J'ai l'impression que j'apporte une petite pierre à l'édifice de l'éducation, grâce à ce qu'on propose. On permet aux enfants de grandir un peu différemment. C'est ma petite pierre à l'édifice. J'espère que grâce à ce qu'on propose, les gamins qui seront venus chez nous seront un peu différents demain et que ce sera en petite partie grâce à ce qu'ils auront fait et ce qu'ils auront vécu avec nous." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

"Et nous, malheureusement, les enfants on les a que 5 jours. Après, ils vivent le reste de l'année chez leurs parents, grands-parents qui vont dire que de toute façon, « tous ces noirs, ces arabes, qu'ils rentrent chez eux »". Samuel, Directeur centre de vacances, 26

"Je défends pas corps et âme un truc beau où je vais sauver le monde et où je vais sauver les enfants, c'est pas du tout ma manière de voir les choses. Parce que parce que premièrement ça n'est pas possible et deuxièmement parce que si je voulais faire ce genre de choses je serais bien en peine d'y arriver parce que les enfants ils sont là 15 jours." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Les enquêtés semblent ainsi partagés entre leur ambition éducative et la conscience de l'impact limité qu'ils peuvent avoir dans la vie des enfants. Ce sentiment est encore accru par

l'impression de devoir mener à bien une mission pour laquelle ils n'ont pas les moyens adéquats :

"En fait nous des fois on a le sentiment d'être là pour compenser, on est le dernier maillon de la chaîne parce qu'on nous envoie des enfants qui ont besoin d'un accompagnement spécifique avec des éducateurs spécialisés, avec des psychologues, avec des assistantes sociales et en fait on n'est pas du tout formés à ça, c'est pas du tout notre travail. Des fois on a un peu l'impression d'être la dernière roue du carrosse." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Cela peut s'apparenter à ce que Mathieu Hély (2018) appelle la "quatrième fonction publique". Il explique que les missions d'intérêt général qui relevaient historiquement de l'État ont été graduellement externalisées et un certain nombre de politiques publiques sont ainsi confiées aux acteurs de l'ESS. L'intérêt général s'incarnait autrefois exclusivement à travers le rôle du fonctionnaire et ce dévouement justifiait un statut "hors du droit commun" et une stabilité de carrière dont ne bénéficient pas les acteurs de l'ESS. L'auteur s'interroge donc sur cette nouvelle figure des "travailleurs de l'utilité sociale employés par des entreprises de l'ESS" (p. 92) qui exercent les missions du secteur public avec les conditions du secteur privé.

Pour autant, l'attachement à la dimension éducation et l'éducation populaire ne concerne pas que les centres de vacances et les directeurs et directrices de villages vacances affirment leurs représentations des vacances comme un moment propice à l'éducation. Cela concerne en grande partie les enjeux autour de la mixité sociale, qui fait office d'éducation au vivre-ensemble comme on a pu le voir dans la partie précédente. Les vacances sont aussi un moment propice à la découverte de la culture. C'est une temporalité propre à l'exercice de la curiosité et de l'esprit critique :

"Les vacances, maintenant, c'est le seul moment où on peut se poser, on peut lire, on peut s'ouvrir à la culture. Moi, ça, je trouve ça tellement important parce que pour être acteur et citoyen, je pense qu'il faut être ouvert à la culture. C'est la culture qui nous permet d'avoir un esprit critique. Et je pense que le fait de courir dans tous les sens, de ne pas avoir du temps pour soi, ne permet pas de développer son sens critique." Angèle, Directrice village vacances, 26

Pour Angèle, les vacances représentent un enjeu majeur de citoyenneté, ce qui rejoint l'idée évoquée précédemment selon laquelle les systèmes de pensée encadrant le temps libre visent à façonner un certain type "d'être humain abstrait" qui, pour elle, correspond au citoyen. Cette idée d'une temporalité singulière qui favoriserait les apprentissages (de loisirs, de nouvelles habitudes, de nouvelles manières d'aborder le vivre-ensemble, etc) pour les individus de tout âge et in fine le changement des habitudes est évoqué par une autre enquêtée :

"Les vacances, c'est aussi des moments où on a le temps de faire autre chose, on a le temps de faire différemment. Et quand on réalise qu'on peut faire différemment, on a envie de trouver des solutions pour le faire plus régulièrement. Moi, je suis un peu utopique." Léna, Directrice village vacances,

73

Les enjeux éducatifs des vacances sont forts, surtout pour les séjours pour mineurs qui sont envisagés dans la continuité de l'école et de ses valeurs. Pour autant, les séjours en villages vacances intègrent eux aussi une dimension éducative importante, notamment au niveau de la mixité sociale et de l'accès à la culture avec des enjeux forts en matière de citoyenneté. Il s'agit maintenant d'analyser l'attachement des enquêtés aux territoires dans lesquels se déroule leur activité touristique et à leurs aménités naturelles et comment ces catégories sont mobilisées par les acteurs.

IV. AU-DELA DU SOCIAL : DES PROPOSITIONS D'OFFRES TOURISTIQUES ENRACINEES DANS LE TERRITOIRE ET LA NATURE

L'enjeu est à présent d'analyser ce que recouvre le lien au territoire et la manière dont il est investi par les acteurs comme support de l'authenticité de l'expérience touristique. Il s'agira également de s'intéresser au rapport aux aménités naturelles du territoire et à la façon dont la catégorie de la nature est mobilisée, au carrefour de logiques de protection et de nouvelles formes de relation à la nature.

1. L'ANCRAGE TERRITORIAL COMME MARQUEUR D'UNE EXPERIENCE TOURISTIQUE AUTHENTIQUE

La notion d'authenticité (Ben Ghorbal, Temessek-Behi, 2022) est omniprésente dans les discours des producteurs du tourisme et dans les attentes des touristes. Elle s'oppose au tourisme de masse qui serait inauthentique et doublement dédaigné. Tout d'abord pour son côté destructeur sur l'environnement et son inconsidération des populations locales ainsi que pour son côté artificiel avec des activités de loisirs créées spécifiquement pour les touristes. Le tourisme en vient à être négativement connoté et invoque des "destinations dénaturées", des "sites pré-fabriqués". Face à ces critiques, le monde touristique évolue et développe des propositions d'expériences touristiques qui se veulent plus authentiques, centrées autour de l'ordinaire, des liens avec les populations locales. Pour autant, le concept est complexe et controversé. Pour McCannell (1976) le principal facteur de la motivation des touristes est la quête d'authenticité : « Tous les touristes souhaitent dans une certaine mesure cette implication plus profonde dans la société et la culture ; c'est un élément fondamental de leur motivation à voyager » ; « Le touriste moderne aliéné en quête d'authenticité recherche donc le vierge, le primitif, le naturel, ce qui n'est pas encore touché par la modernité » (McCannell, cité par Ben Ghorbal, Temessek-Behi, 2022, p. 126). L'auteur considère que ce que vivent les touristes est une mise en scène, mais ils ne sont pas forcément en mesure d'en percevoir le caractère inauthentique dans la mesure où ils ne peuvent évaluer ce qu'ils voient que par le prisme de leur imaginaire, qui est lui-même façonné par la publicité que les producteurs touristiques ont

créée. Boorstin (1964) quant à lui, considère que les touristes sont conscients qu'ils sont en présence d'événements créés pour eux et c'est même cette inauthenticité qu'ils recherchent : « le touriste aime rarement le produit authentique... de la culture étrangère ; il préfère ses propres attentes provinciales ». « Le touriste est donc crédule ; il est prêt à être gouverné par la loi des pseudo-événements, par laquelle l'image, l'imitation bien conçue, surpasse l'original » (Boorstin, cité par Ben Ghorbal, Temessek-Behi, 2022, p. 126). Cette conception de l'authenticité partagée par les deux auteurs peut être qualifiée "d'objectiviste" dans la mesure où le caractère authentique va être déterminé de manière autonome par des "experts", peu importe ce que ressentent les touristes. Ainsi, « les objets faux ou mis en scène ne peuvent pas être objectivement authentiques, même si les touristes les jugent comme tels » (Reisinger, Steiner, 2006, cité par Ben Ghorbal, Temessek-Behi, 2022, p. 127). Cette approche binaire est remise en cause par la sociologie constructiviste qui conteste l'existence tangible de l'authenticité, qui serait plutôt à rattacher à des processus socioculturels qui viendraient mettre en lumière comment elle prend forme dans l'expérience touristique. Elle serait alors considérée comme un "construit intersubjectif" qui prend son sens dans un contexte donné et où le touriste construit la signification de son expérience dans ses interactions avec son environnement. Ainsi, l'authenticité selon le paradigme constructiviste « fait référence à l'authenticité projetée sur les objets visités par les touristes ou les producteurs touristiques en termes d'imagerie, d'attentes, de préférences, de croyances, de pouvoirs, etc. Il existe différentes versions d'authenticité concernant les mêmes objets » (Wang, 1999, cité par Ben Ghorbal, Temessek-Behi, 2022, p. 130). C'est bien à cette proposition d'expériences touristiques authentiques que font référence un certain nombre d'enquêtés. Cette authenticité passe par un lien fort au territoire. Si tous ne placent pas cette dimension au centre de leur discours, pour ceux qui l'évoquent, elle constitue un élément trop essentiel de leur conception du tourisme social et solidaire pour être passée sous silence. Ainsi, ils expliquent que proposer une expérience touristique qui fait "sens" c'est refuser d'être dans la recherche d'expériences "sensationnelles". Ces dernières sont perçues comme artificielles en cela qu'elles ont été créées pour les touristes et sont à ce titre parfois qualifiées de pratiques "hors-sol". On rejoint ici une conception objectiviste de l'authenticité avec des expériences qui seraient en elles-mêmes authentiques et inauthentiques. Ce qui permettrait de les différencier c'est la manière dont elles s'inscrivent dans le territoire et une expérience serait authentique en cela qu'elle serait orientée par ce que le territoire propose :

"Ce qui a façonné finalement les activités humaines, c'est bien le support, ce support territorial qui a orienté les choses. Par exemple, sur le territoire, on a des ardoisières, d'où effectivement des toits

en ardoise, c'est ancestral. Donc ça, pour moi, c'est les choses finalement que l'on va mettre en avant. L'idée c'est pas d'être dans quelque chose de sensationnel mais plutôt d'aller chercher des activités qui ont réellement du sens et du lien avec le territoire. Ça me paraît être essentiel aussi. Là où d'autres formes de tourisme vont plutôt promouvoir quelque chose de sensationnel, voire même parfois hors-sol par rapport au territoire, là on est vraiment sur ce qui fait la spécificité naturelle et culturelle du lieu. C'est bien parce qu'il y a du relief qu'on fait, du VTT de descente ou du cross country, c'est finalement la nature qui permet ça." Albin, Directeur centre de vacances, 74

C'est cette vision de l'authenticité qui amène Albin à considérer la luge d'été comme une pratique "hors-sol", conçue pour les visiteurs plutôt qu'ancrée dans les ressources ou la culture du territoire. À contrario, les activités centrées autour de la visite du patrimoine local, de la découverte de la culture locale, et les activités de pleine nature comme la randonnée ou le vélo sont valorisées. Elles sont vues comme faisant partie intégrante du territoire et sont considérées comme des activités authentiques : ce qui se joue ici à travers cette question d'authenticité est aussi l'identité perçue du territoire. Le TSS est alors opposé à la figure du tourisme sensationnaliste, associé à une consommation excessive et visible des territoires. Cette consommation est souvent liée à l'image du surtourisme et son caractère perçu comme ostentatoire est fortement décrié. Vivre une expérience touristique authentique implique alors paradoxalement d'être touriste sans adopter des comportements ni des activités perçues comme touristiques :

"C'est là que je rejoins un peu le slow tourisme face à ce truc de l'instantané où il faut tout partager, où il faut faire des trucs super, des trucs exceptionnels pour pouvoir le dire aux autres. Voilà, le slow tourisme pour moi c'est l'inverse de la Côte d'Azur et sur la Côte d'Azur on peut trouver des choses intéressantes mais voilà l'image que je me fais du surtourisme." Jules, Directeur centre de vacances, 15

"Je pense qu'on est vraiment encore, malgré le Covid, dans cette société de consommation où il faut toujours plus, il faut que ça se voie, il faut que ça soit sensationnel." Angèle, Directrice village vacances, 26

Les figures de la consommation et du consommateur font donc office de repoussoirs majeurs, ce qui explique le refus d'Angèle d'employer le terme de "clientèle" et sa préférence pour celui de "vacanciers" :

"Déjà moi je ne parle pas de clients, je parle de vacanciers. Je pense que dans le vocabulaire c'est super important. Parce que lorsqu'on parle de client, on a l'idée que le client est roi. Moi ce n'est pas vraiment le cas. Je pense que c'est vraiment un échange, où les personnes qui viennent en vacances ici, ils sont acteurs aussi de leurs vacances. Je pense que ça c'est important. Et ce qui est important aussi, c'est que ce n'est pas juste de la consommation. Je pense que la véritable différence,

c'est que lorsque nous accueillons des clients ou des vacanciers, quel que soit le vocabulaire, c'est qu'on les accueille et qu'on est là pour leur faire découvrir un territoire." Angèle, Directrice village vacances, 26

Il s'agit selon ses termes de considérer que les vacanciers puissent être "acteurs de leurs vacances". Les vacanciers sont considérés comme des individus réflexifs capables d'être acteurs de leur expérience touristique et c'est aussi pour ça qu'elle explique que les programmes d'animation doivent apporter une réelle plus-value aux vacanciers, en leur donnant accès à des activités ou des savoirs auxquels ils auraient eu plus de mal à accéder seuls. À l'inverse, elle critique les animations trop basiques, comme le fait d'emmener les vacanciers faire le marché du coin, activité qu'elle qualifie ironiquement de "promène-couillon", estimant qu'ils sont tout à fait capables d'organiser ce genre de sortie eux-mêmes. C'est l'ancrage de l'expérience touristique dans le territoire qui permettrait de s'extraire d'un simple rapport de consommation touristique pour aller vers quelque chose qui a du "sens", une expérience plus authentique :

"Ce qui caractérise le tourisme social et solidaire, c'est une proposition finalement d'activités qui sortent un peu des standards de consommation, des activités d'adrénaline qui ont un coût quand même assez important. L'idée c'est d'être plutôt sur des activités de découverte sensibles et donc c'est en cela qu'il y a une vraie différence." Albin, Directeur centre de vacances, 74

L'expérience touristique proposée par les acteurs du tourisme social et solidaire semble rendue possible par une forme d'euphémisation de la relation marchande et pour qu'elle soit vécue comme authentique, la dimension commerciale de l'offre doit être atténuée. Ce paradoxe tient au fait que, si le tourisme repose bien sur des échanges économiques, les opérateurs semblent rejeter une mise en scène trop frontale de la consommation. Il s'agit alors de proposer une offre marchande « qui ne dit pas son nom », de mettre l'accent sur les dimensions de partage, d'échange humain, de découverte désintéressée. Ainsi, le rejet affiché de la consommation ostentatoire s'accompagne d'une consommation plus discrète, socialement et symboliquement acceptable, qui évite de rompre avec l'idéal d'un tourisme authentique.

Les enquêtés valorisent aussi l'implication des touristes avec les acteurs locaux et mobilisent ainsi la catégorie de la population locale et celle du producteur local. Les liens avec les acteurs du territoire font partie intégrante de l'expérience touristique authentique :

"Le village touristique, ce n'est pas le village gaulois. Moi, je ne suis pas du tout un Club Med où les gens restent à l'intérieur, où ils achètent. C'est ce qu'on m'a demandé d'ailleurs. On m'a demandé de vendre de l'huile essentielle de lavande et que je fasse venir les producteurs de lavande chez moi. Je n'ai pas voulu du tout parce que pour moi, il faut ouvrir le centre à l'extérieur. C'est l'inverse, c'est

que les gens aillent sur l'exploitation agricole pour acheter de l'huile essentielle et rencontrer la productrice de lavande." Angèle, Directrice village vacances, 26

"Pour moi, il faut profiter un peu plus de prendre le temps sur le territoire, d'aller... pas que de faire la visite de la fromagerie par exemple, mais pourquoi pas de continuer une petite discussion avec l'exploitant agricole sur l'avenir de sa profession ou sur comment il se sent, est-ce que c'est vraiment dur. S'impliquer un peu plus dans son tourisme et d'éviter de consommer des choses on va dire qui vont faire beaucoup de plaisir mais beaucoup de sensations ou beaucoup instagrammable." Jules, Directeur centre de vacances, 15

L'enjeu est de donner aux touristes une expérience du territoire telle que peuvent la vivre les populations locales et cela passe aussi par la compréhension de certains enjeux locaux. Cela s'incarne par de la sensibilisation, de la pédagogie et des apprentissages à travers des expériences concrètes comme les échanges avec les producteurs locaux. C'est cet enjeu de découverte et de compréhension qu'explique Angèle à travers l'exemple de la production de plantes locales :

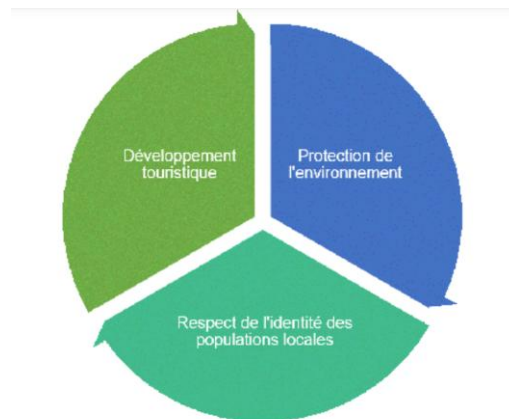
"En fait, ce qui est important, je pense, c'est d'expliquer, d'avoir de la pédagogie. Pour moi, l'exemple type, c'est la lavande et le lavandin. Les producteurs d'ici, ils sont en train de tirer la langue et de crever. Et je pense que c'est ça aussi notre rôle, d'expliquer ça. Et que le territoire, il se modifie. C'est-à-dire qu'avant, il y a 150 ans, c'était du mouton, c'était de la lavande. Maintenant, c'est de la lavande et du lavandin. Mais demain, il n'y aura plus de lavande et de lavandin. Là, ils sont tous en train de planter des truffiers, de toute façon." Angèle, Directrice village vacances, 26

Cette sensibilisation et cette pédagogie sont d'autant plus nécessaires que les touristes sont attachés à l'image qu'ils se font du territoire et qu'il peut y avoir un écart entre leurs imaginaires et la réalité authentique proposée à travers l'offre :

"Les vacanciers, ce sont des touristes. Qu'est-ce qu'ils veulent ? Ils veulent que ça soit beau. Ils veulent qu'il y ait de la lavande, du lavandin. Et ils sont étonnés que lorsqu'ils arrivent à cette période, que ça ne soit pas encore bleu parce que pour eux, voilà, juin, c'est la lavande, alors que non, c'est plutôt début juillet." Angèle, Directrice village vacances, 26

Au-delà d'envisager le territoire comme un simple support de l'expérience touristique, certains enquêtés l'envisagent aussi à travers des liens de solidarité locale qui relient les différents acteurs du territoire. L'activité touristique est un moyen de valoriser le patrimoine local et de faire vivre les territoires. Ainsi que l'explique l'UNAT, le tourisme social et solidaire se veut être un projet "au service des hommes et des territoires". Dans un article intitulé « Soutenir les territoires », l'UNAT souligne les liens entre la volonté de contribuer au développement touristique des territoires, tout en prêtant attention à l'environnement dans

lequel les touristes évoluent, sans risquer de porter atteinte à l'identité des territoires et des populations qui y vivent. Cette idée est schématisée à travers le schéma suivant :



Il s'agit pour la tête de réseau de faire reconnaître le rôle de ce tourisme dans l'aménagement des territoires et des acteurs du réseau qui contribuent à faire vivre dans les lieux où ils sont implantés, un aménagement respectueux des territoires. Cette volonté d'inscription territoriale des acteurs se traduit dans l'importance qu'ils accordent, au-delà du fait de proposer une offre tournée autour du territoire, au fait de participer à la vie locale. Cette inscription dans le maillage territorial se traduit par une forme de solidarité qui peut prendre la forme de mutualisation ou de prêts des équipements des centres et des villages vacances par exemple :

"On a orienté une bonne somme d'argent sur une association qui a pour objet entre autres de diffuser un magazine qui fait un peu référence sur la nature et la culture de nos pays de Savoie. Et pour nous c'est important de pouvoir le faire parce que c'est un lien, on considère que c'est un lien essentiel entre tous les acteurs de ceux qui s'intéressent finalement à ça. Et ça donne du grain à moudre finalement à tous ces gens-là qui sont sur le terrain et qui partagent, transmettent ce patrimoine."

Albin, Directeur centre de vacances, 74

La dimension de l'ancrage territorial est, pour certains enquêtés, au centre du tourisme social et solidaire et le territoire permet d'offrir un sens à l'expérience touristique en lui conférant un caractère authentique. Toutefois, cette dimension, bien que cruciale pour ceux qui la mobilisent, n'est mise en avant que par une minorité d'enquêtés seulement. Dans la continuité de l'analyse du rapport au territoire, il s'agit maintenant de mettre en évidence la relation avec la nature et la manière dont elle est investie par les opérateurs.

2. UNE OFFRE TOURISTIQUE A LA CROISEE DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET D'UN RAPPORT TRANSMODERNE AU VIVANT

L'UNAT qualifie le tourisme social et solidaire comme “un tourisme soucieux de son empreinte écologique protégeant l'environnement local et planétaire et préservant l'équilibre des écosystèmes” (s. d.). Le développement durable serait au cœur des démarches des structures adhérentes qui s'engageraient “par la mise en place d'actions concrètes sur le terrain” (s. d.). On observe que le lien avec la nature est d'abord investi par les enquêtés à travers le prisme du développement durable. Ce concept est défini dans le Rapport Brundtland en 1987 comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (cité par UN Global Compact, s. d.). Il doit permettre de concilier les dimensions économiques, sociales et environnementales. Aujourd'hui le concept est en crise selon Jacques Theys (2014) et la notion disparaît progressivement des discours politiques. Le concept est ambigu, souvent confondu avec la notion d'environnement, et peut recouvrir de multiples significations. Ainsi, les objectifs politiques poursuivis au nom du développement durable peuvent être antagonistes selon la définition choisie. Ils peuvent s'inscrire dans une logique réformatrice intégrée au marché et au capitalisme ou au contraire dans une posture de rejet radical. Cela dépend par exemple de si on choisit de soutenir uniquement le capital humain et non humain ayant une fonction économique ou de si on y inclut l'ensemble du patrimoine naturel “signifiant”. Les rapports entretenus avec le vivant peuvent alors être profondément différents, voire contradictoires. Selon Matthias Maier (1999), cette ambiguïté remplirait trois fonctions principales. D'une part, le flou conceptuel et les ambivalences entourant le terme faciliteraient une forme de manipulation : ne pas pouvoir clairement définir ce dont il est question rend le discours plus malléable, ce qui explique en partie les accusations de duplicité ou de greenwashing. D'autre part, cette même ambiguïté peut favoriser la coopération en rassemblant des acteurs aux intérêts divergents autour d'un référentiel commun, suffisamment large pour intégrer différentes visions. Enfin, elle pourrait également jouer un rôle de levier en amorçant une transition vers un nouveau paradigme de développement. Différentes conceptions du développement durable peuvent être envisagées en fonction du degré de soutenabilité, c'est-à-dire du degré de substituabilité entre la nature, l'économie et le social. Si l'ambiguïté a longtemps été un facteur d'attractivité du concept, dans le contexte de crise économique et de désenchantement de la gouvernance mondiale et européenne, les aspects négatifs sont mis en avant et ces critiques viennent justifier un changement de vocabulaire. De nouveaux termes comme “économie verte”, “décroissance”,

“transition écologique” voient le jour. Les enquêtés mentionnent très peu la notion d’écologie et parlent donc plutôt de développement durable pour qualifier leur rapport à ce qu’ils nomment “environnement” ou “nature”. Angèle définit ainsi ce concept :

“Pour moi, l’économie sociale et solidaire, c’est le développement durable. C’est l’être humain au centre et comment bien vivre ensemble dans son environnement aussi, avec les gens et avec les salariés, avec les vacanciers qu’on accueille et avec notre territoire naturel et humain.” Angèle, Directrice village vacances, 26

Le développement durable est envisagé sous un prisme social et environnemental, l’être humain occupant une place centrale dans ce système, à l’extérieur de la nature qui l’entoure, d’où l’usage du mot “environnement”. Cette idée de développement durable s’articule beaucoup autour de l’idée de protection de la nature, avec l’idée que cette dernière consiste à limiter les impacts et les atteintes environnementales sur le territoire. Cela inclut l’adaptation du fonctionnement des établissements, en termes de performance énergétique, de proposition alimentaire, de gestion des déchets, ainsi que de l’offre touristique qui peut être envisagée de manière à inclure des activités tournées autour de la nature :

“J’adore la pyramide de Maslow pour moi qui est essentielle dans pas mal de réflexions, et donc j’ai imaginé une pyramide de durabilité au niveau de la montagne. Très clairement, le niveau primaire, c’est quoi ? C’est qu’en tant qu’organisateur et gestionnaire de centre, on essaie de limiter au maximum dans la constitution de notre produit touristique, les éléments impactant sur le plan des gaz à effet de serre, déchets et compagnie.” Albin, Directeur centre de vacances, 74

“L’aspect un peu plus durable de nos séjours se retrouve que ce soit dans l’accueil en dur avec le fait de réfléchir à une meilleure isolation, à de la solarisation, aussi dans l’alimentaire avec l’idée de proposer une nourriture plus saine et peut-être qui va changer de leur quotidien. On apporte des notions aussi environnementales quand on parle de limiter le gaspillage, quand on parle de gestion des déchets. On a un petit potager à l’extérieur et on propose des animations autour.” Jules, Directeur centre de vacances, 15

“Le tourisme durable on peut le voir au niveau de l’écologie par rapport à la gestion des déchets, par rapport aux activités, au fait de limiter le jetable, toutes ces petites choses-là.” Sylvia, Directrice village vacances, 74

Cette volonté de protection passe aussi par le fait de refuser de proposer certaines activités qui sont perçues comme portant une trop grande atteinte à l’environnement, comme celles utilisant des véhicules motorisés :

“On va dire, on va essayer au maximum d’être sur des valeurs un peu d’éducation à l’environnement, on va pas faire par exemple de moto-neige, on va pas faire de quad, de choses comme ça.” Jules, Directeur centre de vacances, 15

Comme développé dans la partie précédente, la dimension éducative est importante aussi bien pour les centres de vacances que les villages vacances et s'il ne s'agit pas de revenir sur ce constat, on peut ici souligner qu'une partie des activités éducatives sont tournées autour de thèmes comme la nature, surtout pour les centres de vacances. Il s'agit alors de sensibiliser les enfants aux enjeux concernant la préservation et la protection de la nature :

“Et après aussi, tout le côté, effectivement, pédagogique sur l'environnement, sur le respect mutuel, le respect de la nature. Nous, ce qui nous tient à cœur aujourd'hui, c'est d'essayer de préserver l'environnement, etc. De faire comprendre que sans la nature, on ne serait pas là. Si on continue à détruire encore plus la nature, à un moment donné, ça va prendre des millions d'années. Mais en fait, on éteint la Terre petit à petit.” Samuel, Directeur centre de vacances, 26

Il faut toutefois nuancer ce constat de l'importance accordée au développement durable durable. En effet, dans notre échantillon de neuf enquêtés, deux directeurs de village vacances n'ont pas mentionné le développement durable, l'écologie, la préservation de l'environnement ou de la nature comme étant une part intégrante du tourisme social et solidaire.

De plus, la focale sur la protection de la nature a ses limites pour Jean Corneloup (Académie du climat, 2024), et il est nécessaire d'inventer de nouvelles formes culturelles qui proposent d'autres manières de se représenter la nature. En effet, l'idée même de “protection” serait incompatible avec la perspective d'une véritable transition dans la mesure où ce concept impliquerait l'idée de réussir à aménager le milieu de manière à continuer à profiter de la ressource. Or, l'enjeu se situe-t-il au niveau de la ressource ou au niveau des représentations de la nature ? Pour l'auteur, il s'agit bien de faire évoluer ces représentations vers une représentation de la nature comme entité, certes non humaine, mais bien vivante, et partant de là, de réussir à donner naissance à d'autres formes de rapport au vivant. Fort de ce constat, il s'agit d'interroger la manière dont certains enquêtés s'emparent de cette problématique en dépassant la simple idée de protéger et de limiter les impacts sur la nature. On peut considérer qu'ils adoptent une posture plus radicale et interrogent les rapports sensibles de l'humain avec le milieu. En partant de l'évolution des formes culturelles dans les pratiques récréatives de nature, Corneloup (2011) montre que la transmodernité serait une forme montante de reconfiguration de ces pratiques. En effet, les formes culturelles ne sont pas statiques et il met en lumière quatre formes différentes qui ont marqué le rapport à la nature dans les pratiques récréatives de nature depuis le Moyen Âge. La forme traditionnelle recouvre des particularismes régionaux dans les différentes pratiques existantes et il n'y a pas de recherche d'encadrement des pratiques à travers des normes et des règles. Les sports modernes sont

inventés au XIXème et XXème siècle et les pratiques sont organisées et institutionnalisées. Les sports de pleine nature recouvrent alors une volonté de conquérir, de dominer la nature et son corps. Si cette forme moderne a été dominante au cours du XXème siècle, cela ne signifie pas pour autant qu'elle n'influence plus les pratiques actuelles. Le style post-moderne lui, est en rupture radicale avec la forme moderne et voit se développer des valeurs d'hédonisme et de ludisme : il s'agit de "surfer la vague" et de "voler dans les airs" et tout est bon pour se procurer des sensations. La forme transmoderne, qu'il s'agit ici de développer, souhaite dépasser la modernité et la post-modernité tout en créant des passerelles avec les formes précédentes. Ainsi, « l'utopie des pratiques hédonistes et vertigineuses de la post-modernité est remise en cause dans la perspective de requalifier le rapport à soi, aux autres et à la nature. Tout comme, il ne s'agit plus de s'inscrire dans une pratique prométhéenne et dominatrice avec la nature comme l'envisageait le projet moderne. » (p. 3). Cette forme envisage les pratiques récréatives de nature en les inscrivant dans un "art de vivre écologique". Loin d'un rapport de prédation prométhéen envers la nature ou d'une recherche de rapport ludique qui serait incarné par la figure du "free-rider", il s'agit de développer une sensibilité particulière à la nature. Les pratiques récréatives de nature portée par la forme transmoderne ne se réduisent pas à la performance, au défi ou au ludisme. Les nouvelles formes d'alpinisme, par exemple, ne se résument plus à une conquête des sommets, mais sont appréhendées dans la globalité de l'expérience. Il s'agit de porter attention aux dimensions humaines, spirituelles, culturelles et sportives qui composent le voyage. Avec la transmodernité, l'immersion dans les profondeurs de la nature est recherchée, et il s'agit de développer une relation intimiste avec elle :

"On a le sentiment, même si effectivement vous donnez le choix à un ado de 13-14 ans entre du rafting et puis une rando sensible pour découvrir les plantes médicinales et culinaires, 98% vont choisir le rafting. Mais bon après, il y a un moment, il faut un parti pris, et c'est de se dire pourquoi on les fait partir. Et c'est vrai que nous on essaie de proposer des choses comme vivre en autonomie, en se nourrissant de plantes, des choses comme ça. Mais très clairement, je suis persuadé que dans 20 ans, la même personne qui aura vécu le rafting et ça, ce dont elle va se rappeler 20 ans plus tard, il y a plus de chances que ce soit ce qu'elle aura vécu, le bivouac, faire du feu, manger des plantes, avoir vu une marmotte, c'est ça en fait." Albin, Directeur centre de vacances, 74

On retrouve ici l'idée de refuser le sensationnalisme et Albin met l'accent sur la volonté de développer un autre rapport à la nature à travers des activités de découverte sensible.

Pour la forme transmoderne, il s'agit aussi de limiter son empreinte sur la nature et cela pose la question des modes de mobilité, en termes de choix des destinations, ou des modes de transports. C'est quelque chose auquel les enquêtés déclarent être attentifs et c'est en partie

pour cela qu'ils valorisent fortement le tourisme de proximité. Il offrirait la possibilité de découvrir un territoire proche de chez soi tout en limitant son impact carbone avec la diminution du temps de transport.

Pour Corneloup, les pratiques touristiques s'inscrivaient dans un « ailleurs compensatoire » où il s'agissait de relâcher le stress et d'oublier les contraintes de son quotidien. Ce modèle serait dépassé avec la forme transmoderne qui inscrirait ces pratiques dans un aménagement du quotidien qui viendrait repenser la place du travail dans des modes de vie innovants. Dans cette perspective, "la production d'un style vise à relier ensemble des éléments qui produisent une cohérence entre les lieux de pratique, les formes de consommation, les moyens de transport, les vestimentaires achetés, ..." (p. 8). Pour autant, notre enquête empirique a montré que les représentations du temps de vacances et des activités touristiques restaient centrées, entre autres, sur l'idée que ce temps singulier permettait de se défouler, de se relaxer, de profiter. Cet usage utile du temps des vacances permettrait la reconstitution de la force de travail avec l'idée de revenir au travail reposé. Malgré le développement de la forme transmoderne, y compris dans les pratiques touristiques, on n'observe pas de remise en question du prisme du travail chez les directeurs et directrices interrogés qui restent attachés à cette représentation des vacances comme coupure par rapport au temps quotidien. Malgré tout, la limite de notre analyse porte sur le fait que seules les représentations des opérateurs touristiques ont été interrogées et pas les motivations des touristes directement.

De plus, pour Corneloup, les transmodernes sont à la recherche de sens et cela s'incarne à travers les mouvements d'éco-développement, de bien-être, de réflexivité, de communion avec la nature, et l'idée d'attachement aux liens entre l'individu et ce qui le relie au milieu :

"Et après, moi, c'est mon côté écolo aussi qui fait que je suis plus portée vers la nature. Et même si c'est à la mode en ce moment de parler de reconnexion à la nature, moi, je l'ai toujours fait et je pense que, voilà, c'est important de se poser et développer ses sens. Moi, je travaille beaucoup sur les sens. C'est juste, des fois, juste se balader, s'allonger dans l'herbe et écouter les bruits. Prendre du temps pour soi, en fait." Angèle, Directrice village vacances, 26

L'objectif à travers les activités proposées est double : se reconnecter avec la nature et, à travers ce lien, se recentrer sur soi et développer sa sensorialité. C'est aussi cette idée de se découvrir à travers les pratiques récréatives de nature qu'Albin met en avant :

"Je le dis souvent à mes collègues, en fait on va faire du VTT, c'est pas que pour l'activité en tant que telle, mais l'activité doit devenir un support, si les participants le souhaitent, pour qu'on évoque plein d'autres aspects. En fait c'est un prétexte finalement, c'est un prétexte pour mieux se connaître, mieux connaître les autres, mieux connaître notre environnement. C'est ça en fait, à chaque fois c'est comment je fais évoluer ma relation à moi-même déjà, vis-à-vis des autres et vis-à-vis de notre

environnement. Pour moi [les vacances] c'est vraiment un moment où vous avez l'opportunité de découvrir quelque chose. Alors ce n'est pas tant de découvrir quelque chose, c'est se découvrir finalement qui est le plus important. Mais il faut bien un support pour apprendre sur soi.” Albin, Directeur centre de vacances, 74

Cette idée de développer et surtout de révéler ses potentialités grâce à la nature peut être éclairée par le concept d'authenticité existentielle. Cette approche philosophique de l'authenticité correspond à l'état dans lequel l'individu est fidèle à lui-même. Dans cette perspective, on ne s'intéresse pas à l'aspect authentique, entendu comme vrai ou faux, de l'objet visité mais on opère un déplacement vers le soi et le vécu de l'expérience touristique. Ainsi, « l'authenticité existentielle fait référence à un état existentiel potentiel de l'être qui doit être activé par les activités touristiques. En conséquence, les expériences authentiques du tourisme doivent atteindre cet état existentiel activé de l'être dans le processus liminal du tourisme. L'authenticité existentielle ne peut avoir rien à voir avec l'authenticité des objets parcourus. » (Wang, 1999, cité par Ben Ghorbal, Temessek-Behi, p. 135). Dans cette perspective, l'authenticité a un lien fort avec l'identité de l'individu. Ce concept met l'accent sur les sensations corporelles, la libération de son corps dans l'optique de se réaliser pour devenir son “soi authentique”. Cette recherche d'authenticité deviendrait une motivation des touristes, qui auraient recours aux expériences touristiques pour atteindre leurs objectifs et leurs ambitions qu'ils auraient du mal à poursuivre du fait du caractère routinier de la vie quotidienne.

Figure 1 : Styles de pratique et forme culturelle transmoderne

Styles de pratique	Forme moderne	Forme postmoderne	Forme transmoderne
Pratiques	Randonnée, kayak alpinisme,...	VTT ride, surf, parapente, canyon, kayak surf,...	Eco (rando, surf, VTT,...), art, musique,...
Itinérance	GR, conquête, objectifs, projet séquentiel	Spot and spot Surfing	Multi-culturels ; mode de vie ; projet circulaire
Public	Adulte, homme sportif, élite, aventuriers	Individus, segments, style, jeune	Femmes, seniors créatifs culturels néo-ruraux,...
Corps	Energétique	Ludique Vertigineux	Ecologique
Principes culturels	Séparation Uniformisation, Centralisation	Hybridation Fragmentation, Esthétisation	Métissage culturel Transculturel Naturalité
Ligne	Droite	Courbe	Spirale ⁷
Dimension Géo-sportive	Ailleurs (APPN)	Indoor / Aroundoor	Outdoor / Wildoor Transversalité
Imaginaire	Epreuve, Performance Compétition	Défi Ludisme, vertige Emotion, sensation	Atmosphère Rencontre Re-création

Source : Corneloup, 2011, p. 11

Face à la montée de la forme transmoderne, un certain nombre de professionnels souhaiteraient s'engager dans « l'éco-développement récréatif » où « les activités et les produits devront produire de la naturalité, du métissage culturel, du transculturel sportif, respecter une chaîne écologique ou encore favoriser la convocation des imaginaires et des spiritualités spécifiques ». Pour autant, Albin note que :

"Tous ceux qui sont sensibilisés et qui sont déjà dans la transition, ce sont des gens qui organisent eux-mêmes leur séjour. Sur le plan touristique, j'ai le sentiment que ce sont des gens qui ne sont pas dans le collectif, en tout cas pendant leurs vacances. Ils vont organiser eux-mêmes leurs vacances, ce sont des baroudeurs, qui finalement ne sont pas dans les radars, en tout cas des centres de vacances, des structures de vacances. Tous ceux que je connais bien, qui sont dans ces mouvances-là, ils ne vont pas aller dans un village vacances Ternelia par exemple." Albin, Directeur centre de vacances, 74

Il fait le constat que les individus déjà sensibilisés aux enjeux de transition écologique ne partent pas en vacances en collectif, et c'est parce que ceux qui viennent y sont moins sensibilisés que les actions de sensibilisation et d'éducation des vacanciers prennent toute leur importance. Les individus au profil sensible, qualifiés de « baroudeurs », sembleraient adopter un rapport plus transmoderne aux pratiques récréatives de nature et intégrer davantage ces préoccupations environnementales à leur mode de vie. Corneloup aborde la question de la transition et, dans une époque où le temps libéré du travail est important, l'étude des pratiques récréatives est selon lui indispensable pour imaginer la transition : « La perspective que nous envisageons consiste à étudier la façon dont le champ culturel des pratiques récréatives est concerné par la question de la transition et comment il formule des réponses, des propositions pratiques pour accompagner les autres approches de la transition sociétale » (2011, cité par Dacheux, 2023, p. 260). L'enjeu des pratiques récréatives aujourd'hui ne se situerait ni au niveau de la découverte, ni de l'expérience, mais plutôt de l'habitabilité. Le concept de transmodernité est donc « une utopie de la réconciliation culturelle, mais aussi et surtout, tel est l'apport de Jean Corneloup, une utopie de la fabrique d'un commun territorial évitant l'effondrement. » (p. 260). Se posent alors les questions suivantes : y a-t-il un enjeu pour les directeurs et directrices de centres et de villages vacances à développer une offre touristique plus orientée vers la transmodernité ou est-ce que ces structures de vacances sont par définition trop éloignées de ces possibilités ? La recherche de sauvagerie, de liens proches et forts à la nature est-elle compatible avec ce type de séjours fortement organisés ?

Même si elle n'est pas mise en avant par l'ensemble des enquêtés, la question de l'ancrage territorial et du lien à la nature apparaît comme un indicateur clé de l'authenticité de

l'expérience touristique. Les opérateurs cherchent ainsi à se démarquer d'une approche purement consumériste, incarnée par les activités sensationnelles, au profit d'une relation plus sensible avec le territoire et la nature. Au-delà d'une simple posture de protection, certains visent à instaurer un autre type de rapport à la nature, en l'explorant en profondeur pour favoriser une connexion plus intime, faisant d'elle un véritable support de réalisation personnelle. Après avoir développé les représentations des vacances et des besoins des publics, la diversité de l'offre du tourisme social et solidaire et les valeurs qui y sont associées, il s'agit maintenant de s'intéresser aux représentations des directeurs et directrices de centres et de villages vacances en ce qui concerne leur rapport à l'économie et la manière dont ils se positionnent par rapport au tourisme lucratif.

V. LE RAPPORT AU TOURISME LUCRATIF : ENTRE DENONCIATION ET REFUS DE POLARISATION

Il s'agit à présent d'interroger la manière dont les acteurs du tourisme social et solidaire se représentent leur activité économique, la notion de marché, et les acteurs du tourisme lucratif. L'analyse vise à comprendre également comment ils se situent par rapport au système économique et social dominant et les ambitions qu'ils formulent vis-à-vis de celui-ci.

1. UN RAPPORT AMBIGU A LA NOTION DE MARCHE

Une activité est productive au sens de l'INSEE si elle est "exercée sous le contrôle, la responsabilité et la gestion d'une unité institutionnelle qui combine des ressources en main-d'œuvre, capital et biens et services pour fabriquer des biens ou fournir des services." (2021). La production peut être marchande, non marchande, ou pour usage final propre. Ce qui nous intéresse ici est la production marchande, qui "se compose de la production écoulee ou destinée à être écoulee sur un marché.", et qui comprend entre autres "les produits vendus à un prix économiquement significatif (c'est-à-dire à un prix couvrant plus de 50 % des coûts de production)." (INSEE, 2021). On a déjà montré qu'un certain nombre d'enquêtés rejettent le prisme de la consommation qui est associé au tourisme de masse, à du sensationnalisme et à un tourisme qui manque d'authenticité. La relation de consommation va ainsi être euphémisée pour protéger l'image d'un tourisme différent, et l'on va voir qu'il en est de même pour la figure du marché. Certains ne considèrent pas être dans une activité de production marchande, cette dernière étant parfois associée de fait à de la lucrativité ou à une activité qui véhiculerait des valeurs qui ne correspondent pas à celles du tourisme social et solidaire :

"Ben, le secteur marchand, nous, c'est pas notre truc, c'est pas nous. Le secteur marchand, c'est les gîtes, c'est les hôtels. Donc on fait pas la même chose. C'est-à-dire qu'à l'hôtel, tu vas, tu dors et tu fais ta vie, quoi. Nous, on apporte autre chose. On apporte le côté relationnel, on apporte le côté convivialité." Patrice, Directeur village vacances, 43

Ce que souligne cette citation, c'est la négation de la nature marchande de la relation. Le terme de "marchand" n'est pas ici utilisé par Patrice dans le sens économique du terme mais pour souligner l'opposition entre le tourisme social et solidaire et le tourisme lucratif en termes

d'offre touristique. Même pour ceux qui ne nient pas la nature marchande de la relation, la figure du marché constitue un repoussoir :

"Pour moi on est social et solidaire, mais pas marchand. Et je sais que c'est faux, parce qu'en fait, c'est une activité économique, elle est marchande. On sort du bénéfice depuis quelques années, donc c'est marchand au sens commercial du terme. Pour moi, la notion de marchand, je sais que ce n'est pas le cas, mais c'est ma représentation, c'est lié au bénéfice, et moi le bénéfice que je fais, je le réinjecte dans mon fonctionnement. Mes salariés sont payés pareil, ils ne sont pas intéressés aux résultats. Pour moi, on serait non-marchand au sens désintéressé, au niveau économique. Mais pour moi, il y a une connotation péjorative dans le mot marchand." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Même s'il est conscient de mener une activité marchande, Sébastien associe comme Patrice la relation marchande à de la lucrativité et à un partage des bénéfices qui serait intéressé. Si l'on peut expliquer le rejet de la lucrativité, on ne peut que spéculer sur les raisons du rejet du côté marchand. On peut avancer ainsi l'hypothèse que, par association d'idées, l'adjectif "marchand" renvoie au monde de l'entreprise et pas au monde associatif, bien que certaines associations aient une activité marchande. Par extension, le monde de l'entreprise est perçu comme orienté vers la recherche de bénéfice et la lucrativité. Cet enchaînement d'idées pourrait permettre d'expliquer le rejet de la notion de "marchand". S'il ne critique pas ouvertement ce terme, Albin se dit mal à l'aise vis-à-vis de l'argent mais se rassure avec le sentiment d'être "au juste prix" :

"Et moi-même, je peux vous assurer que vis-à-vis de la notion d'argent et tout ça, je suis assez mal à l'aise. Et en fait ce qui me permet finalement de faire ce métier depuis 25 ans, c'est que j'ai le sentiment qu'on est au juste prix. Pour nous c'est avant tout une relation humaine avant une relation commerciale." Albin, Directeur centre de vacances, 74

Il cherche à mettre à distance la nature marchande de la relation en expliquant que, ce qui prime pour lui sont les relations humaines qui sont permises par l'idée d'un tourisme qui serait au "juste prix". Jules aussi met en avant l'importance d'être transparent et honnête concernant le prix des séjours :

"On essaie d'équilibrer, moi j'essaie d'être le plus transparent possible avec les clients, avec les enseignants et puis les professeurs donc voilà. Le soir je me couche je suis assez en harmonie avec ce que j'ai fait la journée quoi, je suis pas là à dire "on a fait une grosse marge dessus ils ont rien vu" ou un truc comme ça. Voilà il y a cette notion là d'honnêteté." Jules, Directeur centre de vacances, 15

Pour autant, il n'essaie pas de se distancer de la relation marchande et pour lui elle peut même être positive en cela qu'elle participe à l'économie locale :

"La valeur marchande, elle est quand même très importante parce qu'on a des frais de fonctionnement et on a aussi des coûts d'activité... il faut qu'on rentre dedans quoi, on équilibre ce budget-là. Donc finalement ce tourisme-là, il est quand même marchand et c'est peut-être pas plus mal parce qu'on fait vivre on beaucoup d'intervenants." Jules, Directeur centre de vacances, 15

Ce rejet du tourisme marchand, bien que l'activité soit de nature marchande, traduit aussi des difficultés à définir le secteur du tourisme social et solidaire. Ce dernier est parfois mis en opposition avec les entreprises touristiques "privées". Pourtant, les associations sont aussi des personnes morales de droit privé. L'ambiguïté opère : le tourisme social et solidaire est-il marchand ou non ? S'il ne l'est pas, quelle est la nature de l'activité ? Si elle ne relève pas de la sphère privée, est-ce à dire qu'elle relèverait de la sphère publique ? Nous pouvons avancer l'hypothèse que ce rapprochement entre secteur public et secteur associatif fait référence au sentiment de poursuivre une mission d'intérêt général et de faire ainsi partie de ce que Mathieu Hély nomme "la quatrième fonction publique" (2018) et que nous avons déjà explicité dans la partie II. C'est ce qu'explique Sébastien :

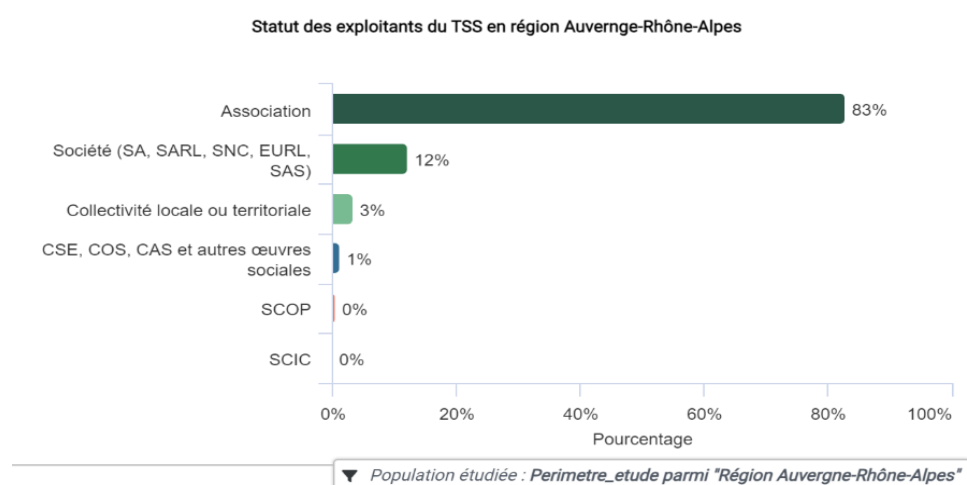
"Pour moi, on est quasiment une mission de service public. Pour moi, un privé à but lucratif ne devrait pas pouvoir être considéré de la même manière qu'une structure associative et désintéressée au sens de distribution de bénéfices du terme. Pour moi, c'est une incompatibilité dans l'objet."
Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Les directeurs et directrices de centres et de villages vacances du tourisme social et solidaire entretiennent des rapports ambigus au marché. Certains rejettent d'emblée l'idée que leur activité puisse être de nature marchande. D'autres reconnaissent que si c'est le cas, ils ne sont pas à l'aise avec cette notion qu'ils associent à de la lucrativité et qui mettrait au second plan les relations humaines. D'autres encore en ont une vision positive, l'inscrivant dans une conception d'une économie qui serait vertueuse. Il s'agit maintenant d'expliquer ce rejet de la lucrativité et ce que cela révèle des acteurs du tourisme social et solidaire.

2. LA LUCRATIVITE COMME FREIN A L'ACCESSIBILITE AUX VACANCES

Comme on l'a vu, la nature marchande de la relation est parfois niée, parfois mise à distance car souvent reliée à la notion de lucrativité et méprisée pour cela. Afin d'éclaircir les raisons de ce rejet, il s'agit d'abord de revenir brièvement sur les statuts des structures du tourisme social et solidaire et sur le concept de lucrativité. Les acteurs du tourisme social et solidaire de l'UNAT AuRA sont des structures faisant partie de l'ESS, majoritairement à statut associatif. Selon la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire,

font partie de l'ESS les structures qui justifient : d'un autre but poursuivi que le seul partage des bénéfices, d'une gouvernance démocratique, et d'une gestion où les bénéfices sont majoritairement consacrés à l'objectif de maintien ou de développement de l'activité de l'entreprise et où les réserves obligatoires constituées ne peuvent être distribuées. L'ESS inclut les personnes morales de droit privé constituées sous la forme de coopératives, de mutuelles, de fondations, d'associations et d'entreprises commerciales qui possèdent l'agrément Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale. Le secteur de l'ESS regroupe ainsi des structures non lucratives, et des structures à lucrativité limitée. Les associations, les mutuelles et les fondations sont définies par la loi comme étant à but non lucratif. Cela signifie qu'aucun bénéfice ne peut être redistribué à des personnes physiques ou morales ayant un intérêt dans l'organisation. Les coopératives et les sociétés commerciales de l'ESS sont, quant à elles, à lucrativité limitée. Si la majorité des bénéfices sont réinvestis dans l'activité, il est possible d'en redistribuer une partie mais sous plafonds légaux et avec des réserves bloquées qui ne peuvent être redistribuées. Les structures du tourisme social et solidaire dans la Région AuRA sont majoritairement associatives, et 12% ont le statut de société d'après le graphique suivant :



Légende : Etude diagnostic et stratégies de développement du TSS en AuRA et sur le massif des Alpes, 2025, UNAT AuRA

La question de la lucrativité est souvent mise en avant par les enquêtés comme caractéristique distinctive entre leur activité et celle des acteurs du tourisme lucratif. En effet, dans les entreprises qui ne font pas partie de l'ESS et qui fonctionnent selon un régime de lucrativité non limitée, les bénéfices sont librement distribués aux actionnaires ou associés qui sont rémunérés selon leur apport en capital, sans plafond. Cette relation aux actionnaires est critiquée pour plusieurs raisons. Premièrement, elle est qualifiée par certains enquêtés de

dépendance aux financeurs et pourrait venir compromettre l'autonomie du projet. Ce modèle entre en contradiction avec l'idéal démocratique revendiqué par les structures de l'ESS et basé sur la prise de décision de type "un homme, une voix". En effet, dans une structure organisée autour d'actionnaires, le pouvoir de décision est proportionnel à l'apport en capital. Détenir des parts financières permet alors d'avoir plus de pouvoir et ce fonctionnement est dénoncé par les enquêtés qui y voient de l'injustice car la participation aux prises de décision n'est pas égalitaire. De plus, ils soulignent que les gros actionnaires, ayant investi des sommes importantes, peuvent exercer une pression pour obtenir un retour sur investissement. Les choix peuvent alors se faire en fonction de ces acteurs et au détriment de l'intérêt général et des valeurs du projet :

"Et l'autre élément bien entendu [du tourisme social et solidaire] c'est l'indépendance par rapport à des actionnaires et donc ça signifie sur le plan économique d'avoir une plus grande liberté d'orienter les excédents sur les projets qui sont en phase avec ce qu'on veut faire." Léna, Directrice village vacances, 73

"Est-ce que c'est une structure avec des actionnaires et là, malheureusement, vous êtes un peu pieds et mains liés par rapport aux choix qui sont faits et vous, vous en tant que dirigeant de ces entreprises, vous êtes contraint, ou alors si vous n'êtes plus d'accord, vous démissionnez. Même si le directeur peut avoir des valeurs extraordinaires, le problème c'est qu'il y a un moment, ce sont les actionnaires qui guident les choses aussi, qui orientent les choses. Lui-même, à titre personnel, si à un moment, c'est insupportable, bien sûr, il démissionnera, mais pour le client, on ne change pas grand-chose." Albin, Directeur centre de vacances, 74

Le fonctionnement en termes de gouvernance et l'objectif des structures seraient bien distincts selon si le but de l'entreprise est lucratif ou non :

"C'est une association, donc ça reste du tourisme associatif. On a vraiment un fonctionnement associatif avec un conseil fédéral. C'est du tourisme marchand parce que c'est commercialisé, il y a quand même un objectif. Après, l'objectif n'est pas de faire des bénéfices. L'objectif est de pouvoir être rentable pour pouvoir continuer à investir et maintenir les équipements en bon état. Il n'y a pas cette volonté d'enrichissement, contrairement aux grandes chaînes d'hôtels. Ce n'est pas du tourisme marchand dans ce sens-là." Léna, Directrice village vacances, 73

La relation aux actionnaires est critiquée dans la mesure où elle est perçue comme un détournement des ressources du projet initial pour venir enrichir des individus. Les associations du tourisme social et solidaire, même si elles évoluent dans un univers marchand, ne seraient pas dans une recherche de bénéfice mais plutôt dans l'optique de garantir un équilibre financier sans "volonté d'enrichissement" selon l'expression de Léna. On retrouve de plus, dans le discours de l'enquêtée, l'ambiguïté du concept de "marchand" exposée dans la partie précédente, souvent associé à de la lucrativité. Sylvia, qui a longtemps travaillé dans le secteur

du tourisme lucratif, souligne cette différence d'objectifs qui conditionnerait ce qui est possible de mettre en place dans les structures :

"Quand on sort du privé, on a plus une précaution sur les chiffres etc et d'arriver dans de l'associatif et bah du coup ça nous permet d'avoir d'autres valeurs, des valeurs plus humaines. C'est vrai qu'on va pour rentrer du chiffre tout ça, mais je trouve que dans l'associatif on nous donne du temps et les moyens de faire d'autres choses et c'est chouette. Il y a beaucoup moins de pression, c'est pas du tout le même rythme et c'est pas du tout les mêmes enjeux et je pense que dans le privé on est encore plus sur les chiffres et ratios." Sylvia, Directrice village vacances, 74

Le secteur associatif, bien que soumis à un impératif de rentabilité, laisserait plus de place pour développer des projets "humains", comme des projets d'insertion, qui tiennent à cœur à la directrice. Le tourisme lucratif quant à lui serait plus orienté vers "les chiffres", ce qui laisse moins de liberté de mettre de type de projets en place. Ces différences entre acteurs associatifs et acteurs lucratifs sont parfois essentialisées. Certains enquêtés parlent alors d'un ADN ou de "gènes tourisme social et solidaire". L'histoire des structures et la mission sociale qu'elles poursuivent seraient alors profondément inscrites dans leur fonctionnement actuel :

"Et après, tourisme social, solidaire, ben ouais, c'est... C'est les gènes, c'est les gènes de l'association, quoi, depuis le début. Si tu n'adhères pas à cet ADN, c'est qu'il y a un truc qui te coince. Voilà. Et si tu n'adhères pas, tu n'adhères pas. Dans ces cas-là, tu ne viens pas chez nous." Patrice, Directeur village vacances, 43

On a vu dans la première partie que l'accessibilité aux vacances était au cœur du tourisme social et solidaire. Cette volonté d'accessibilité se traduit par une adaptation aux différents publics avec une attention particulière sur l'accessibilité financière aux vacances et à l'accueil des publics handicapés. La recherche de lucrativité des structures qui ne font pas partie du tourisme social et solidaire et la dépendance aux actionnaires sont perçues comme des facteurs pouvant limiter cette accessibilité :

"Quand on fait du tourisme à but lucratif, on dégrade l'accessibilité. Forcément, on dégrade l'accessibilité. Forcément, la dynamique tarifaire n'est pas du tout la même. Forcément, une partie de la clientèle n'a plus accès. Je pense qu'aujourd'hui, c'est quand même une réalité. Les marges changent. Ça a un impact direct sur la clientèle qui a accès." Léna, Directrice village vacances, 73

Cette vision du tourisme lucratif comme dégradant l'accessibilité est partagée par Sébastien. Il explique que le fonctionnement de ses établissements est orienté par la rentabilité, c'est-à-dire la volonté de couvrir les coûts de fonctionnement. Il se demande de quelle manière les acteurs lucratifs réussissent à faire du profit, mis à part les grandes entreprises qui peuvent compter sur des économies d'échelle. Comment arrivent-ils à être dans une logique de bénéfice et pas seulement de rentabilité ? C'est ce qui lui fait dire que la recherche de lucrativité, qui consiste

alors à augmenter les tarifs des séjours ou à baisser la qualité des prestations, se fait au détriment de l'accessibilité, "sur le dos des enfants" :

"C'est le modèle économique qui veut ça, c'est-à-dire que le principe de la lucrativité, c'est que l'un des objectifs du responsable de la structure, du gérant, c'est de faire des bénéfices. Donc à un moment donné, c'est forcément au détriment d'un prix... Il va proposer une politique tarifaire qui est plus chère que la réelle pour faire du bénéfice, ou alors à prix constant, comme nous on pourrait le faire, il va tirer les prix sur peut-être du social en termes de masse salariale, peut-être sur la qualité d'hébergement, peut-être sur la qualité d'alimentation. Parce qu'à un moment donné, nous on est quasiment à un prix constant qui intègre tout juste nos frais de fonctionnement, donc si derrière je dois faire du bénéfice, à un moment donné, ou j'augmente mon coût de séjour, c'est-à-dire ma facturation, ou je diminue mes dépenses." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Il considère que les acteurs orientés par la lucrativité ne devraient pas faire partie du tourisme social et solidaire. Il fait référence aux entreprises à lucrativité limitée et trouve injuste que, si elles réalisent du bénéfice pour les raisons évoquées ci-dessus, elles puissent bénéficier d'aides à la pierre et recevoir des publics bénéficiaires d'aides à la personne, alors même qu'elles reversent une partie de leurs bénéfices à leurs actionnaires. De plus, dégrader l'accessibilité contribuerait à dégrader la mixité sociale. En effet, on tomberait forcément sur un "tourisme à deux vitesses" où les enfants de classes supérieures peuvent se permettre d'aller dans des colonies de vacances "de riches" auxquelles les enfants défavorisés n'ont pas accès. La poursuite d'un objectif lucratif serait alors incompatible avec l'objet social et la volonté d'accessibilité. Il caricature volontiers sa manière de penser :

"Donc voilà, mais là encore je te dis, on est dans de la représentation, dans du ressenti, mais je ne dois pas être très loin de certaines réalités qui font la différence entre les privés à but lucratif et tous les autres. Des méchants, versus tous les gentils." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Cette différence de statut entre structures de l'ESS, qui sont à but non lucratif ou pour certaines qui peuvent poursuivre un objectif de lucrativité mais qui doit être limité, et celles qui n'en font pas partie, justifie alors l'appellation tourisme lucratif, que nous devrions même appeler tourisme à lucrativité illimitée pour être exact. L'idée n'est pourtant pas de polariser d'emblée les différents acteurs du tourisme. L'analyse mettra en évidence que ce n'est pas non plus l'intention des enquêtés qui refusent de polariser entre les acteurs lucratifs et les acteurs du tourisme social et solidaire. C'est les raisons du refus de cette opposition qu'il s'agit maintenant d'analyser.

3. COMPLEXIFICATION DE L'UNIVERS TOURISTIQUE : UN REFUS DE POLARISATION ENTRE LES DIFFERENTS ACTEURS

Dans ses recherches sur des réseaux du commerce équitable, Ronan Le Velly (2017) observe que les acteurs de ces organisations critiquent les modes de fonctionnement du commerce conventionnel et cherchent à montrer comment le commerce équitable peut pallier ces dysfonctionnements. Cette opposition entre commerce équitable et conventionnel "est une constante dans les cadrages interprétatifs des organisations du commerce équitable". L'identification d'injustices, de victimes et de coupables organise la dénonciation du commerce conventionnel. Les acteurs adjoignent à cet exposé l'identification d'un mobile : la poursuite du profit. Ce constat pose la question de la transposabilité du cadre d'analyse pour notre recherche : le TSS a-t-il vocation à remplacer le tourisme lucratif ? Comment les deux univers sont-ils appréhendés par les acteurs ? Quelles sont leurs ambitions ?

Si l'on aurait pu penser le TSS comme un univers alternatif sur la base du commerce équitable, on observe pourtant des représentations différentes. Là où il y a une vraie opposition entre commerce conventionnel et commerce équitable dans l'enquête de Le Velly, on observe dans notre recherche que les acteurs du tourisme social et solidaire se refusent à polariser ces types de tourisme, malgré leur constat que la lucrativité peut limiter l'accessibilité. Comme le soulignent de nombreux enquêtés, les acteurs touristiques de ces deux secteurs peuvent avoir la même activité, c'est-à-dire qu'ils ont en commun de réaliser une activité touristique d'accueil d'enfants ou de familles :

"C'est pas foncièrement différent parce que parce qu'ils organisent des séjours collectifs pour des accueils collectifs de mineurs avec des activités où ils vont faire du surf dans l'océan Atlantique, faire une semaine de ski à la montagne... Moi aussi je propose une semaine de ski à la montagne et mes collègues en bord de mer, ils font faire du surf aux enfants, donc non c'est pas foncièrement différent. Le touriste privé qui part en vacances avec ses enfants, il fait vivre le centre équestre, il fait vivre le boulanger le restaurateur... Tu vois on n'est pas dans une opposition quoi." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Jeanne rejette ainsi frontalement une opposition entre ces deux formes de tourisme. Tous les acteurs, peu importe leur statut, participeraient à proposer des séjours à leurs publics et à faire vivre l'économie locale. Pour Samuel, si certains peuvent avoir un statut de société, cela ne signifie pas pour autant qu'ils défendent des valeurs différentes de celles des acteurs du tourisme social et solidaire :

"Aujourd'hui, 60-70% des centres de vacances qui sont dans le TSS sont associatifs. Il y a aussi des centres de vacances qui ont monté des sociétés. Eux, on ne va pas les rentrer dans le TSS. Et pour

autant, ils font la même chose que nous. C'est normal aussi qu'on défende notre TSS par rapport à l'idéologie associative, etc. Mais néanmoins, pour moi, un centre de vacances qui accueille des enfants, qui fait des classes découvertes, des colos, peut être associatif ou pas, mais du coup, ils peuvent avoir exactement les mêmes valeurs. Et pour autant, il y en a un qui sera dans le TSS et l'autre qui le sera pas." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

Samuel remet en cause le statut juridique des structures comme fondement de l'appartenance au TSS. Selon lui, certains acteurs "défendent beaucoup les valeurs du TSS, en disant : nous c'est comme ça, les autres, c'est des vilains", mais il refuse cette logique de polarisation fondée sur le statut juridique. Son positionnement brouille les pistes de ce qui définit le TSS et invite à reconsidérer le secteur par son domaine d'activité. Pour autant, la question du prix juste et de la gestion de l'argent reste importante à ses yeux. Il explique que les structures de tourisme qui sont en société et qui gèrent des centres de vacances ne se font pas d'argent de toute manière, que c'est une activité qui n'est pas bénéficiaire ou alors les bénéfices réalisés vont être réinvestis dans le fonctionnement, au même titre qu'une gestion associative :

"Des fois, il y a des gens qui achètent un bâtiment ou un ancien centre de vacances. Ils vont monter une société pour l'acheter et pour la gérer. Mais ce n'est pas pour autant qu'ils vont se faire de l'argent dessus. Du coup, leur business model a été fait en société. Mais en fait, ils vont gérer la structure comme moi, je gère ma structure en association. C'est-à-dire qu'en fait, l'argent qu'ils vont avoir en fin d'année, ils ne vont pas se le mettre dans la poche. Ils vont le garder pour pouvoir faire des travaux, etc" Samuel, Directeur centre de vacances, 26

Pour Samuel, la possibilité de réaliser des bénéfices importants dépendrait plus de la taille des structures que de leurs statuts juridiques :

"En fait, moi, je te parle vraiment des centres de vacances. Je pense que tu as des organismes, des très gros organismes qui font partir des enfants en colonies. Et là, ça reste, on va dire, une démarche commerciale avec des activités même je dirais plutôt chères, etc. C'est une communauté d'entreprises qui paient, etc. C'est des grosses communautés d'entreprises, etc. Et ces organismes-là sont là aussi pour faire de l'argent." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

D'autres éléments viennent encore plus brouiller les pistes entre tourisme lucratif et TSS. Les enquêtés eux-mêmes ne savent pas toujours différencier entre une structure qui appartiendrait au TSS et une qui serait inscrite dans le champ du tourisme lucratif :

"Évidemment que j'ai un jugement et que je fais des blagues à mes collègues en leur disant : on n'est pas à l'UCPA ici. C'est juste que quand tu vas chercher les chiffres, l'UCPA ils font beaucoup, beaucoup, beaucoup d'argent et à la différence d'une asso, l'UCPA ils mettent de l'argent dans la poche des actionnaires." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Jeanne se représente l'UCPA comme un acteur du tourisme lucratif qui n'a pas les mêmes objectifs que le TSS, qui enrichit ses actionnaires et qui pratique des prix de séjours importants. Pourtant, l'UCPA est une association, et qui plus est, une structure adhérente de l'UNAT. Lorsque je lui explique, elle me déclare :

"C'est dingue parce que leur prix de séjour il est ouf parce qu'ils ont pas de politique... enfin pour moi ils ont pas de politique sociale quoi..." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Cette association n'est pas identifiée comme telle par la directrice parce qu'elle considère sa politique sociale trop éloignée de celle que devrait proposer une association. Cette idée que les structures du TSS puissent avoir des fonctionnements qui s'éloignent de l'idéal de ce qu'elles devraient être, est aussi soulignée par d'autres enquêtés :

"Et donc, il peut y avoir aussi, dans le TSS, il y a aussi des mauvaises associations. Donc, en fait, il y a des bons et des pas bons de partout." Samuel, Directeur centre de vacances, 26

"On parle facilement de greenwashing, on peut parler de social washing aussi. Même chez nous, il faut être clair." Angèle, Directrice village vacances, 26

Angèle explique que certaines entreprises de tourisme lucratif mais aussi de TSS peuvent faire preuve de ce qu'elle qualifie de "social washing", c'est-à-dire utiliser des techniques marketing pour améliorer leur image et faire croire à une politique sociale sans mettre en place la politique nécessaire. Si Jeanne explique ne pas reconnaître l'UCPA comme un acteur de tourisme social et solidaire, Jules m'explique que ce n'est que récemment qu'il identifie son activité comme appartenant au champ du TSS :

"Là je suis intégré moi à une fédération et puis du coup adhérent aussi à l'UNAT et avant ça en fait je me définissais pas comme faisant partie du tourisme social et solidaire. C'est vraiment cette année depuis que je discute un peu avec des confrères que cette notion de tourisme social et solidaire et d'économie sociale et solidaire est arrivée en fait. C'est en discutant avec Sébastien avec qui tu t'es aussi entretenue que ces notions là en fait sont arrivées quoi, l'idée que c'était un secteur un peu particulier, qu'on n'était pas un club vacances, on n'est pas une grande chaîne d'hôtel. Je te parlais de Sébastien je pense qu'il a vraiment cette caractéristique-là d'être vraiment plongé dans le truc, presque un syndicaliste d'économie sociale et solidaire." Jules, Directeur centre de vacances, 15

À la suite d'un parcours dans l'animation, comme l'écrasante majorité des autres enquêtés, Jules a accédé au poste de direction il y a trois ans. Ce changement de fonction peut expliquer que, bien que sa structure soit rattachée à l'UNAT, et donc inscrite dans le champ du TSS, il explique ne prendre conscience de la spécificité de son secteur que par le biais de discussions avec ses pairs. Il souligne l'influence de ses échanges avec un autre directeur, Sébastien, qu'il décrit comme militant du secteur.

Ces difficultés à identifier ce qui relève du tourisme social et solidaire et le refus de polarisation questionnent les critères qui permettent d'identifier une structure de tourisme social et solidaire et ce qui les distingue du secteur lucratif. Si l'on considère que les structures de tourisme social et solidaire peuvent ne pas être identifiées comme telles, voire être assimilées à une gestion lucrative, ou encore qu'elles puissent ne pas être vertueuses et avoir une politique sociale perçue comme limitée, peut-on alors considérer que le statut juridique ne serait pas suffisant pour différencier l'activité du tourisme social et solidaire de celle des lucratifs ? C'est ce que semblent dire les enquêtés lorsqu'ils insistent sur la personnification des valeurs. Celles-ci dépendent alors des personnes qui les incarnent, que ce soit au poste de direction ou pour les personnes au contact des publics comme les animateurs, et de ce qu'elles choisissent de mettre en place. Concernant le "fair washing" évoqué plus haut, Angèle souligne qu'au-delà de l'appartenance officielle au TSS, l'adhésion aux valeurs dépend des personnes et de l'importance qu'elles leur accordent :

"Les personnes qui se revendiquent du tourisme social et solidaire. Il y a toujours cette apparence et qu'est-ce qu'on fait vraiment sur le terrain ? Il y a toujours ça. Il y a les beaux discours et après, je pense que ça, c'est une question de personne aussi. Et après, il y a des gens qui portent plus facilement des valeurs que d'autres. C'est une question d'individus aussi." Angèle, Directrice village vacances, 26

Jeanne souligne que le statut de la structure n'influence pas forcément le type d'activité, même dans le cadre de séjours coûteux. Elle explique qu'elle transmettrait les mêmes valeurs, peu importe le type de séjours :

"Je pense que tu peux véhiculer ce que tu veux, où tu veux, comme tu veux, quand tu veux et que tout dépend de ce que tu amènes et de ce que tu proposes et avec qui tu te retrouves en séjour quoi. Demain si j'allais faire un séjour à l'étranger avec des copains animateurs pour qu'on se fasse plaisir et qu'on partait un jour avec des ados à Tokyo ou en Thaïlande ben je véhiculerais pas des valeurs différentes tu vois. Donc je pense que c'est vraiment une question de personne." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Jules lui, ajoute une distinction entre les individus qui font du tourisme avec l'intention d'en tirer des bénéfices et ceux qui font ça par passion. Le distinguo dépend de la personne à la tête de la structure, et ce n'est pas parce que la structure est associative que le président n'est pas "une vraie tête de con" selon son expression, et de même, le directeur d'une société commerciale peut très bien avoir une politique "bienveillante" :

"Je pense qu'il y en a qui font ça par lucrativité, et d'autres qui font ça parce que c'est vraiment leur truc et même s'ils se font même s'ils font de l'argent, on va dire c'est honnête aussi quoi. Sans prendre des gens pour des vaches à lait, ça peut être ça peut être vertueux aussi de monter une société qui

fait du tourisme un peu comme ça et qui tire des bénéfices de ça. Je pense t'as des entreprises qui sont très bienveillantes et des assos où le président ou le directeur sont des vraies têtes de cons et sont un peu autocrates, où tu vois où il y a pas de démocratie et de bienveillance quoi. Maintenant je pense vraiment que c'est la personne à la tête que ce soit la présidence pour la gouvernance ou la direction qui fait la valeur de la structure quoi, c'est pas le nom." Jules, Directeur centre de vacances,

15

De plus, les choix et les statuts peuvent évoluer en fonction des choix portés par les individus. Si Patrice essentialise en partie l'existence d'un ADN tourisme social et solidaire, il souligne que ce n'est pas gravé dans le marbre. Il estime que cela dépend des convictions individuelles qui peuvent être amenées à évoluer :

"C'est pour ça que, tu vois, à l'UNAT, on n'a pas les grosses structures sans les nommer, mais avec le Trident et tout ce qui s'en suit, qui sont chez nous parce que ce n'est pas leur devise [de favoriser l'accessibilité aux vacances] en fait. Mais alors que je pense que ça l'était au départ. Tu vois, quand le Club a été créé, je pense que c'était aussi pour l'accessibilité à toute personne de pouvoir partir en vacances, et notamment les vacances à l'étranger. Parce que c'était des séjours pas chers, tu reviens. Maintenant, c'est devenu autre chose." Patrice, Directeur village vacances, 43

Il fait référence sans le nommer au Club Med qui aurait fortement évolué, passant d'une offre touristique accessible à des séjours plus onéreux. Il explique que cette évolution serait due à un choix de prestation, à la volonté de proposer des séjours plus luxueux.

Le constat qui émerge met en évidence des représentations de l'économie globalement homogènes. Bien que différentes des constats de Le Velly sur le commerce équitable, les analyses n'en demeurent pas moins cohérentes. En effet, comme le souligne Diane Rodet (2019), l'économie sociale et solidaire est une construction sociale récente et un espace regroupant des acteurs hétérogènes. Si les acteurs se retrouvent dans "la volonté de produire et d'échanger autrement que ne le permet le système économique dominant" (p. 21), cela se traduit dans les faits par des pratiques et des représentations diverses. Le terme est brumeux : en effet, que recouvre le fait de produire autrement ? Les organisations ne s'accordent pas sur ce que recouvre cette différence et "certains visent un renversement du système actuel, d'autres une amélioration des pratiques (Rodet, 2014). La question de savoir si celles-ci sont susceptibles de se substituer au capitalisme ou ne font qu'en corriger les faiblesses, c'est-à-dire s'il s'agit d'une économie « alternative » ou « de réparation », ne cesse d'être posée par les praticiens et les acteurs académiques (Lipietz, 2001 ; Hersent et Palma Torres, 2014 ; Hély et Moulévrier, 2013)." (cité par Rodet, 2019, p. 22). En refusant de polariser les acteurs du tourisme en catégories imperméables, les enquêtés viennent brouiller les frontières : le tourisme

social et solidaire serait-il seulement une question de statut ou de valeurs incarnées par des personnes ? Ces formes de tourisme, pas toujours si différentes comme on vient de le voir, sont même parfois considérées comme complémentaires par les enquêtés, pour des raisons qu'il s'agit maintenant de détailler.

4. LA LIBERTE DE CHOISIR : UN PRINCIPE FONDATEUR GARANTISSANT LA COEXISTENCE NECESSAIRE ENTRE LES DIFFERENTES FORMES DE TOURISME

À la question : "Pensez-vous que le tourisme social et solidaire a vocation à remplacer le tourisme lucratif ?", les enquêtés répondent quasi unanimement par la négative. Ils expliquent que, outre le fait que ces formes de tourisme ne sont pas opposables de manière stricte comme on vient de le voir, les propositions d'offre des différentes structures touristiques sont complémentaires. En effet, les hébergements touristiques marchands sont multiples : hôtels, campings, hébergements en meublés de courte durée, résidences de tourisme, villages vacances, centres de vacances pour enfants et adolescents, auberges de jeunesse et refuges, etc. Ces différents types d'établissements sont vus comme proposant des offres différentes et complémentaires :

"Pour moi on fait des choses très différentes, je pense que c'est complémentaire. Je suis pas du tout en capacité et j'ai pas du tout envie d'offrir à des gens un hôtel, un service à table, une salle de bain dans la chambre, un collègue ou une collègue qui fait le ménage dont on connaît pas le prénom et qu'on voit jamais... Tu vois on fait pas du tout la même chose, en même temps moi quand je pars en vacances des fois je vais dans des hôtels aussi, enfin moi je pars pas en séjour collectif." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

Cette diversité d'offre permettrait d'offrir des séjours pour tous les besoins et tous les goûts. Il est alors important pour les enquêtés de respecter la liberté de choisir des clients qui ne recherchent pas tous la même chose, et ne sont pas forcément intéressés par les séjours collectifs :

"Il y a des gens qui ont pas envie de partir en collectif, qui n'ont pas ce besoin et en même temps taper sur les acteurs du privé et du tourisme marchand ça n'a pas trop d'intérêt. Mon public, il n'est pas le même et il n'a pas du tout les mêmes envies quand il vient chez moi qu'un particulier qui part en vacances avec ses enfants quoi." Jeanne, Directrice centre de vacances, 38

"Et je pense que voilà, on ne peut pas correspondre à tout le monde. Il y a des gens qui aiment partir au Club Med. Il y a des gens qui aiment ça. Tant mieux pour eux. Donc non, moi je pense plutôt qu'on ne peut plus facilement se compléter." Angèle, Directrice village vacances, 26

"Tu as des gens qui n'adhèrent pas au principe du TSS. Donc, ils iraient forcément voir ailleurs. Donc, autant qu'ils restent sur le territoire et qu'ils aillent dans un autre établissement qui n'est pas du TSS, parce que l'esprit TSS ne leur convient pas. Et non, même dans un monde idéal, je pense qu'il ne faut pas qu'il y ait qu'une couleur. Il faut toujours qu'il y ait plusieurs couleurs, au moins trois. C'est pour avoir le choix. Il en faut pour tout le monde, pour toutes les bourses, pour tous les goûts, pour toutes les tranches d'âge, pour tout le monde. Il faut qu'il y ait de tout. Il faut que tout le monde s'y retrouve à un moment ou à un autre. Voilà. Et c'est comme ça qu'on pourra faire partir le maximum de personnes en vacances." Patrice, Directeur village vacances, 43

Si le tourisme social et solidaire cherche à faciliter l'accès aux vacances, la complémentarité des offres touristiques permettrait, comme l'explique Patrice, de faciliter encore les départs selon la logique que si les vacanciers peuvent partir là où ils veulent, alors ils seront plus prompts à partir en vacances. On en revient à la nécessité de s'adapter aux publics déjà évoquée dans la partie I, cruciale pour garantir l'accessibilité aux vacances. Les propos tenus soulignent aussi la volonté de "ne pas imposer aux gens comment il faut vivre" selon l'expression d'Albin. D'autant plus que certains enquêtés expliquent ne pas forcément partir en vacances dans des structures de tourisme social et solidaire ou faire des vacances en collectif et qu'ils comprennent donc et respectent ces envies :

"Moi je pense que chacun a sa place, après mon avis personnel, j'aimerais qu'il y ait un petit peu plus de tourisme, du slow tourisme on va dire. Mais après non, je souhaite pas forcément qu'il y ait que du tourisme social et solidaire, il faut un peu de tout. Mais même moi des fois je suis consommateur aussi de choses de choses rapides et à effet non durable quoi, donc ce serait un peu dur de vouloir qu'il y ait que du tourisme social et solidaire oui." Jules, Directeur centre de vacances, 15

Seul Sébastien a un avis différent des autres. L'accessibilité est plus importante que tout, et la lucrativité, même limitée dégrade cette dernière. Dans son domaine d'activité, les séjours pour enfants, il estime que les opérateurs du tourisme social et solidaire pourraient proposer tous types de séjours. Les acteurs lucratifs n'apporteraient rien que les acteurs du tourisme social et solidaire ne sauraient faire dans ce domaine et leur existence n'est donc pas nécessaire :

"S'il n'y avait que nous, s'il n'y avait que le TSS demain, très bien. Déjà, on récupérerait une part de marché dont ça nous ferait plus de gens pour nos réseaux, et les autres, ils font autre chose, ils vendent des transats à la plage, ils vendent ce qu'ils veulent, mais ils nous laissent. Après, je caricature, et je suis un peu provoc', mais pour moi, oui, s'il n'y avait que nous, ça me dirait bien." Sébastien, Directeur centre de vacances, 63

Il donne l'exemple des séjours à l'étranger comme activités qui pourraient très bien être organisées par des acteurs associatifs et prend comme exemple l'association Temps Jeunes qui organise des colonies de vacances de ce type.

Pour conclure cette dernière partie, on a analysé que les directeurs et directrices de centres et de villages vacances entretenaient un rapport ambigu au marché. On observe en effet un flou dans la définition de ce que recouvre une activité marchande, qui est parfois associée à la figure de la lucrativité. Si la figure du marché peut faire office de repoussoir, certains insistent plutôt sur les retombées positives que cela engendre. Les enquêtés relèvent une opposition dans le fonctionnement des structures du tourisme social et solidaire et celles appartenant au tourisme lucratif en ce qui concerne les buts poursuivis : simple rentabilité ou lucrativité. Cette dernière est associée à une dégradation de l'accessibilité des vacances, valeur cardinale du tourisme social et solidaire. Pourtant, les enquêtés refusent une polarisation trop stricte de ces différentes formes de tourisme et entretiennent un flou entre les acteurs touristiques. Certaines structures, bien qu'exclues du champ du TSS compte tenu de leur statut juridique, peuvent pourtant poursuivre une activité semblable à celles des acteurs du tourisme social et solidaire en termes de valeurs et d'activités proposées. La quasi-totalité des acteurs du tourisme social et solidaire refusent ainsi de se substituer aux autres formes de tourisme et mettent l'accent sur la liberté pour les vacanciers de passer leurs vacances comme ils l'entendent. La diversité et la complémentarité des modèles touristiques revêtent ainsi une importance majeure en cela qu'elle garantit aux vacanciers de pouvoir choisir entre les différentes offres.

CONCLUSION

Ce mémoire propose de compléter le vide analytique concernant le tourisme social et solidaire, sujet peu investi en sociologie et que nous avons analysé par le prisme de la “production engagée”. Nous avons ainsi envisagé notre recherche en interrogeant le point de vue de ceux qui font le tourisme plutôt que les pratiques et les représentations des touristes qui sont un champ d’étude plus investi. Doublement original par le sujet et l’angle d’analyse, nous avons étudié les représentations des opérateurs touristiques de l’UNAT AuRA, en interrogeant leurs valeurs phares, les pratiques mises en place, la manière dont l’offre touristique se déploie sur le territoire et le rapport à l’économie dominante et aux acteurs de ce qu’on a choisi d’appeler le tourisme lucratif.

L’importance accordée aux vacances par les enquêtés justifie à leurs yeux la nécessité de renforcer leur accessibilité. Le constat des inégalités face aux départs en vacances, souvent dues à des difficultés financières, incite les opérateurs du tourisme social et solidaire à développer des politiques tarifaires adaptées pour favoriser les départs. L’accessibilité se joue également sur le plan physique, les personnes handicapées accédant moins que les autres aux vacances. Toutefois, la recherche de rentabilité peut venir en tension avec la finalité sociale recherchée, malgré cette volonté d’accessibilité. Les capacités d’adaptation des opérateurs aux besoins des différents publics sont vues comme autant de moyens de favoriser les départs en vacances. Pourtant, ces logiques d’adaptation sont parfois subies car y renoncer c’est prendre le risque de perdre en compétitivité sur le marché touristique et de mettre son établissement en difficulté. Ces tensions mettent à l’épreuve les valeurs portées par le tourisme social et solidaire.

Les vacances répondent à des besoins différenciés selon les publics mais elles convergent sur certains points. Elles offrent une rupture avec le quotidien, notamment pour les adultes, inscrits dans un monde de contraintes importantes. Elles répondent aussi à un besoin de sociabilité et la temporalité singulière du temps des vacances permettrait l’apprentissage du vivre-ensemble, et ce pour tout type de publics. La mixité sociale et l’éducation sont des valeurs phares défendues par les centres et les villages vacances. Cela s’explique par le fait que les vacances ne sont pas seulement vues comme un temps de repos ou de loisirs, mais sont

également envisagées comme un temps qui doit être utile et permettre de favoriser l'exercice de la citoyenneté.

Le lien au territoire et à la nature, s'il n'est pas mobilisé par tous les enquêtés, nous permet tout de même de continuer à comprendre les valeurs du tourisme social et solidaire par la manière dont les enquêtés envisagent leur rapport à leur environnement. L'ancrage territorial apparaît comme un indicateur clé de l'authenticité de l'expérience touristique où les opérateurs cherchent à se démarquer d'une approche qu'ils qualifient de consumériste. Concernant le rapport à la nature, certains mettent en valeur une attitude de protection qui s'inscrit dans la logique du développement durable. D'autres cherchent à instaurer un type de rapport à la nature, que l'on a qualifié de transmoderne, et qui consiste à l'explorer de manière plus sensible pour favoriser une connexion plus intime, tout en faisant d'elle un véritable support de réalisation personnelle.

Les directeurs et directrices de centres et de villages vacances entretiennent un rapport ambigu au marché. La frontière entre activité marchande et lucrative est parfois floue, les deux notions pouvant être utilisées de manière interchangeable et le lien au marché oscille entre rejet et reconnaissance de ses apports positifs. Les enquêtés opposent le fonctionnement des structures du tourisme social et solidaire et celles appartenant au tourisme lucratif, ce dernier étant associé à une logique de profit perçue comme un facteur d'inégalités puisqu'elle compromet l'accessibilité des vacances. Malgré ce constat, les enquêtés refusent une polarisation trop stricte entre les acteurs touristiques et expliquent que certaines structures, bien qu'exclues du champ du tourisme social et solidaire compte tenu de leur statut juridique, peuvent pourtant poursuivre une activité et des valeurs similaires. Dans l'ensemble, les acteurs défendent surtout la complémentarité des différents modèles touristiques, cette diversité garantissant aux vacanciers la liberté de choisir les séjours qui leur conviennent.

Alors que mon enquête montre que les acteurs du tourisme social et solidaire se refusent à polariser les différents types de tourisme. Cette posture interroge sur la continuité entre ces deux univers. Dans cette perspective, il serait alors pertinent d'élargir l'analyse à une étude comparative, afin d'interroger la manière dont les acteurs à lucrativité illimitée, ceux qui ne rentrent pas dans le cadre du tourisme social et solidaire, conçoivent leur activité. Dans quelle mesure les valeurs, les représentations et les finalités portées par ces acteurs trouvent-elles un écho par rapport à celles mise en avant par le secteur du tourisme social et solidaire ? En interrogeant leurs représentations du tourisme, les valeurs qu'ils portent, et leur rapport à

l'économie, au regard des représentations que les acteurs du TSS se font de leur activité, on pose une réflexion sur les zones de continuité entre les deux univers. Cette approche contribue à complexifier la compréhension du tourisme au regard des représentations croisées.

BIBLIOGRAPHIE

ACADÉMIE DU CLIMAT. *Allier dépassement de soi, exploits sportifs et protection de la nature* [en ligne]. 18 juin 2024. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=UMI8wrN-0IY>

BANQUE DES TERRITOIRES. *Loi de 2005 sur le handicap : "une promesse non tenue", pour les députés Christine Le Nabour et Sébastien Peytavie.* Paris : Banque des territoires, 2025. [en ligne]. Disponible sur : <https://www.banquedesterritoires.fr/loi-de-2005-sur-le-handicap-une-promesse-non-tenue-pour-les-deputes-christine-le-nabour-et#:~:text=%22Avanc%C3%A9e%20majeure%20de%20la%20loi,10%25%20des%20ressources%20de%20la>

BEN GHORBAL, Yasmine et TEMESSEK-BEHI, Azza. *Théories et pratiques du marketing de la culture et du tourisme.* [Lieu] : EMS Edition, 2022.

BODSON, Paul ; STAFFORD, Jean ; NICOL, Richard. *Éléments pour une économie du tourisme social.* *Téoros*, vol. 1, no 3, 1982, p. 22–25.

CHABLOZ, Nadège. « Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs ». *Autrepart*, no 4, 2006, p. 45–[fin].

CORNELOUP, Jean. *La transition récréative. Une utopie transmoderne.* Préface de Bernard Kalaora. Rouen : PURH, 2022.

CORNELOUP, Jean. « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature ». *Développement durable et territoires*, vol. 2 no 3, 2011.

COUSIN, Saskia et RÉAU, Bertrand. *Sociologie du tourisme.* Paris : La Découverte, coll. Repères, 2009, 126 p.

CRAVATTE, Céline. « La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la ‘population locale’ ». *Autrepart*, 2006, p. 31–44.

DAUPHIN, Laurence ; LE GARREC, Marie-Anne et TARDIEU, Frédéric. *Les vacances des Français depuis 40 ans.* [Lieu] : Insee Références, 2009.

FRANCE. *Loi n° 98-657 du 29 juillet 1998 d'orientation relative à la lutte contre les exclusions.* *Journal officiel de la République française*, 31 juillet 1998.

FRANCE. *Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées,* *Journal officiel de la République française*, 12 février 2005.

FRANCE. *Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire.* *Journal officiel de la République française*, 1er août 2014.

GODRIE, Baptiste ; JUAN, Maïté et CARREL, Marion. « Recherches participatives et épistémologies radicales : un état des lieux ». *Participations*, no 32, 2022, p. 11-50

GREFFIER, Luc. « Le Tourisme social et associatif : illusion entretenue ou contexte singulier ? ». *Sud-Ouest européen*, no 29, 2010, p. 65-76.

HÉLY, Matthieu. « Genèse de “l’entreprise de l’ESS” et désétatisation de l’intérêt général ». *Informations sociales, Économie(s) sociale(s) et solidaire(s)*, no 199, 2019, p. 88-94.

JUAN, Maïté. « Les recherches participatives à l’épreuve du politique ». *Sociologie du travail*, vol. 63, no 1, 2021.

JOLIN, Louis ; PROULX Luce. “L’ambition du tourisme social : un tourisme pour tous, durable et solidaire !”. *Interventions économiques*, 32, 2005.

LE VELLY, Ronan. « Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché ». *Revue Française de Sociologie*, vol. 47, no 2, 2006, p. 319–340.

LE VELLY, Ronan. *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence.* Paris : Presses des Mines, 2017.

OBSERVATOIRE DES INÉGALITÉS. *Les enfants inégaux face aux vacances.* [en ligne], 2023. Disponible sur : <https://www.inegalites.fr/Les-enfants-inegaux-face-aux-vacances>

OBSERVATOIRE DES INÉGALITÉS. *40% des Français ne partent pas en vacances.* [en ligne], 2023. Disponible sur : <https://www.inegalites.fr/depart-vacances>

OBSERVATOIRE DES INÉGALITÉS. *Près de 40% des adultes handicapés n’ont pas les moyens de partir une semaine en vacances.* [en ligne], 2024. Disponible sur :

<https://www.inegalites.fr/Pres-de-40-des-adultes-handicapes-n-ont-pas-les-moyens-de-partir-une-semaine-en>

PACTE MONDIAL. *Qu'est-ce que le développement durable ?* [en ligne], [s. d.]. Disponible sur : <https://pactemondial.org/rse-mode-d-emploi/quest-ce-que-le-developpement-durable/>

RÉAU, Bertrand. *Les Français et les vacances*. Paris : CNRS Éditions, 2011.

RODET, Diane. « L'économie sociale et solidaire : une réalité composite issue d'histoires plurielles ». *Informations sociales, Économie(s) sociale(s) et solidaire(s)*, no 199, 2019, p. 14–25.

RODET, Diane. « Produire un peu ou totalement autrement ». *Lien social et Politiques*, no 72, 2014, p. 209–228.

RODET, Diane. « L'économie solidaire comme mouvement social : des dispositifs de qualité pour s'identifier, agir et mobiliser ». *Revue française de socio-économie*, no 15, 2015, p. 193–212.

SCHNAPPER, Dominique. « Idéal et limites de la mixité sociale : les arguments du débat public ». *Informations sociales*, 125(5), 2005, p. 6–15.

THEYS, Jacques. « Le développement durable face à sa crise : un concept menacé, sous-exploité ou dépassé ? ». *Développement durable et territoires*, vol. 5, no 1, 2014.

UNAT AUVERGNE-RHÔNE-ALPES. *Diagnostic et stratégies de développement du tourisme social et solidaire*. Lyon : UNAT AuRA, 2025.

UNAT AUVERGNE-RHÔNE-ALPES. *Présentation de l'UNAT Auvergne-Rhône-Alpes*. [en ligne], [s. d.]. Disponible sur : <https://unataura.fr/qui-sommes-nous/presentation-de-lunat-auvergne-rhone-alpes/>

UNAT AUVERGNE-RHÔNE-ALPES. *Agir pour le départ en vacances*. [en ligne], [s. d.]. Disponible sur : <https://www.unat.asso.fr/agir-pour-le-depart-en-vacances/>

UNAT AUVERGNE-RHÔNE-ALPES. *Le droit aux vacances, un droit fondamental*. [en ligne], [s. d.]. Disponible sur : <https://www.unat.asso.fr/actualites/le-droit-aux-vacances-un-droit-fondamental/>

ANNEXES

GRILLE D'ENTRETIEN SUR LES REPRESENTATIONS DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE :

Présentation de l'enquêté :

Description du parcours professionnel

Description de la structure (offre, nombre de lits etc)

Définition par les acteurs sociaux :

Qu'est-ce que c'est le tourisme social et solidaire ? Qu'est-ce que ça vous évoque ?

Comment définir le qualificatif de social ? de solidaire ?

Vous diriez que vous faites plus du tourisme ? du social ?

Vous faites du tourisme associatif ? social et solidaire ? marchand ?

Rapport au tourisme lucratif :

Comment pensez-vous que le fait d'être lucratif fait évoluer les valeurs ?

Le tourisme social et solidaire a-t-il vocation à remplacer le tourisme lucratif ?

Incarnation des valeurs dans l'offre touristique :

Comment la dimension sociale et solidaire s'inscrit dans votre offre touristique ?

Y a-t-il des choses que vous avez dû abandonner et que vous regrettez ?

Sur quoi vous ne feriez pas de compromis dans votre offre touristique ?

Si tout était possible qu'est-ce que vous feriez ?

Causes et effets du problème :

A quel(s) besoin(s)/problème(s) répond le tourisme social et solidaire ?

Quelle(s) est/sont la/les cause(s) du problème ?

Qu'est-ce que représentent les vacances pour vous ? (importantes ? quel(s) but(s) ?)

Quel(s) effet(s) de ne pas partir en vacances sur les individus ? la société ?

Solutions envisagées :

Quel(s) acteur(s) doit/vent se saisir du problème ? Que faudrait-il faire ?

Image du futur :

Comment pensez-vous que la situation du tourisme social et solidaire va évoluer ?