



CENTRE D'ETUDES DE PROJETS
Université de Montpellier 1
cep@univ-montp1.fr

Utilité économique et sociale du tourisme social en Languedoc-Roussillon.

Sommaire

I-INTRODUCTION
II-PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE.
III-LE TOURISME SOCIAL EN L-R
IV-COMPOSANTES DE L'UTILITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIALE.
V-MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE
VI-ESTIMATION DES EFFETS ÉCONOMIQUES
VII-RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE UTILITÉ SOCIALE
VIII-ENQUÊTE EXPERTS ÉLABORATION EXPERTON
IX-CONCLUSION
X-ANNEXES

Novembre 2005

Ont participé à cette étude :

Eugénie CAMPEIS
 Sandrine MICHEL
 Emilia PADAREVA
 Benoît ZENOU

Sous la direction de Michel GARRABÉ

SOMMAIRE

I-Introduction.....	p3
II-Problématique générale.....	p10
III-Le Tourisme social en L.R.....	p20
IV-Composantes de utilité économique et sociale.....	p35
V- Méthodologie générale.....	p46
VI-Estimation des effets économiques.....	p67
VII-Résultats de l'enquête utilité sociale.....	p84
VIII-Enquête experts élaboration Experton.....	p101
IX-Conclusion.....	p112
ANNEXE 1 : Les villages vacances du L.R (ORT L.R)...	p118
ANNEXE 2 :Listes des répondants (C.E.P.).....	p125
ANNEXE 3 : Les Questionnaires (C..E.P.).....	p127
ANNEXE 4 : Les multiplicateurs (C.E.P.).....	p129
ANNEXE 5 : Bibliographie.....	p146

I

INTRODUCTION.

Le secteur du tourisme en général, connaît actuellement de très profondes mutations, tenant à l'évolution des techniques de communication, à l'émergence de nouvelles exigences pour les publics traditionnels, ainsi qu'à l'apparition de nouveaux produits et de nouveaux acteurs. Dans cette perspective le tourisme social, est appelé à connaître lui-même un certain nombre de transformations, d'autant plus que s'ajoutent aux bouleversements évoqués, les difficultés qu'il rencontre du fait des contraintes qu'il supporte, mais aussi de l'incertitude politique du pouvoir, soumis aux intérêts de la libéralisation « du marché social du tourisme¹ »

A-DEFINITION DU TOURISME SOCIAL.

1-Pour le bureau international du tourisme social (BITS), ce secteur d'activité représente : « l'ensemble des rapports et phénomènes résultant de la participation au tourisme des couches sociales à revenu modeste, participation qui est rendue possible ou facilitée par des mesures d'un caractère social bien défini »².

2-Pour la commission des communautés européennes (CCE) : « le tourisme social, appelé aussi parfois tourisme populaire, est dans certains pays organisé par des associations, mutualités, coopératives et syndicats, et est destiné à rendre le voyage effectivement accessible au plus grand nombre et notamment aux couches les plus défavorisées de la population »³

3-Pour L.Jolin⁴. « Il s'agit d'un concept qui réfère aux programmes, aux réalisations et aux actions visant à rendre effectifs le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de la population, notamment les jeunes, les familles, les retraités, les handicapés, les personnes aux revenus modestes...mais qui visent aussi la qualité de la relation entre les visiteurs et les communautés d'accueil . Il doit être accessible à tous, sans discrimination et pratiqué solidairement dans des conditions conciliables avec le développement durable (p11)».

4-On peut aussi citer Urbain Claeys⁵ : « Il s'agit du tourisme s'adressant à un maximum de personnes. Il se distingue des autres formes de tourisme de par l'attention particulière qu'il consacre aux personnes freinées dans la participation à part entière aux vacances en dehors de leur domicile, de par les efforts qu'il consent pour favoriser l'accessibilité à la participation, et ce indépendamment de raisons qui constituent un frein à cette participation-âge, santé, facteurs économiques.»

Ces définitions soulignent l'aspect, le trait de caractère spécifique du tourisme social, par rapport à l'activité du tourisme en général. Il s'agit d'un tourisme aidé d'accessibilité et d'intégration. Bien que comme le soulignait, il y a déjà quelques années, le premier secrétaire général du BITS, M. Arthur Haulot⁶, le tourisme le plus

¹ Greffier L (2003) : Les villages de vacances du tourisme social :enjeux des dynamiques territoriales Thèse Bordeaux III (3-12-2003) p 78.

² BITS : www.bits-int.org

³ Ces deux citations figurent dans la thèse de Greffier Luc : Les villages de vacances du tourisme social : enjeux des dynamiques territoriales Thèse Université de Bordeaux III 12-2003 (p79).

⁴ Jolin L. (2004) : L'ambition du tourisme social : un tourisme pour tous, durable et solidaire : www.bits-int.org.

⁵ Claeys U : Secrétaire général du Bits :Bits Information n°36 p3

⁶ Haulot. A. (1980) : Tourisme social, phénomène universel. Caractéristiques sociologiques et culturelles, BITS, 1980, (p.5)

subventionné n'est peut être pas celui que l'on pense si l'on tient compte des infrastructures d'aménagement et de transport financées par les collectivités publiques et locales.

B-ÉVOLUTION DU SECTEUR EN FRANCE.

Le tourisme social s'est développé en France à partir de la fin du second conflit mondial⁷ sous la forme « mixte » d'un tourisme social de type corporatif, privé et géré par les comités d'entreprises, et d'un tourisme social associatif financé par des fonds publics et sociaux destiné prioritairement aux familles déshéritées. Le tourisme social relevait des quatre sources principales de financement que sont l'Etat, le CNAF, les comités d'entreprise et les collectivités locales.

Jean Froidure (op.cit p23-24) distingue trois périodes dans l'évolution du secteur, Luc Greffier six (op.cit p78),

L.Jolin constate que récemment, le concept du tourisme social a semble t-il évolué pour intégrer plus spécifiquement les questions d'équité et de solidarité avec les communautés d'accueil. L'accessibilité au tourisme ne concernerait pas uniquement les visiteurs (même si il reste encore beaucoup à faire de ce point de vue) mais aussi les visités qui doivent avoir accès à leurs ressources touristiques ainsi qu'aux bénéfices du tourisme, dans le cadre d'une préservation de leurs ressources. « En introduisant une relation de solidarité ente les touristes et les populations d'accueil et (en) ayant comme objectif "le développement durable", le tourisme social est tout le contraire d'un tourisme de masse envahisseur et spoliateur des ressources »⁸.

C-EXISTENCE D'UN DROIT AU TOURISME.

Le Code mondial d'éthique du tourisme, adopté par l'OMT, reconnaît l'importance du tourisme social⁹. L'article 7 intitulé droit au tourisme stipule :

1) La possibilité d'accéder, directement et personnellement, à la découverte des richesses de la planète constitue un droit également ouvert à tous les habitants du monde ; la participation toujours plus étendue au tourisme national et international doit être considérée comme l'une des meilleures expressions possible de la croissance continue du temps libre, et ne pas se voir opposée d'obstacles.

2) Le droit au tourisme pour tous doit être regardé comme le corollaire de celui au repos et aux loisirs, et notamment du droit à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés payés périodiques, garanti par l'article 24 de la Déclaration universelle des droits de l'homme et l'article 7.d du Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels.

3) Le tourisme social, et notamment le tourisme associatif, qui permet l'accès du plus grand nombre aux loisirs, aux voyages et aux vacances, doit être développé avec l'appui des autorités publiques.

⁷ Lanquar R. et Raynouard Y : Le tourisme social et associatif Que sais-je ? PUF 1991. FROIDURE J. Du tourisme social au tourisme associatif L'HARMATTAN 1997 (en particulier le premier chapitre).

⁸ L Jolin op.cit (p2)

⁹ Cité par Jolin op.cit (p3).

4) Le tourisme des familles, des jeunes et des étudiants, des personnes âgées et des handicapés doit être encouragé et facilité.

D-LA SITUATION ACTUELLE DU TOURISME SOCIAL.

La situation dans le domaine du tourisme social est à l'image de ce que l'on observe dans la plupart des secteurs d'activité, une profonde transformation des structures accompagnée d'une formidable ouverture des possibilités d'accès à de nouveaux biens et services, d'une part, la marginalisation croissante des exclus du processus d'autre part.

Dans une étude de l'Association française des experts scientifiques du tourisme (Afest) intitulée « Le tourisme des années 2010¹⁰ », on observe un développement rapide (et qui ne fera sans doute que s'accélérer) des produits touristiques standardisés, formatés au marché d'internet, très attractifs tant du point de vue du prix que de la diversité de leur contenu. L'apparition des low costs dans le domaine plus spécifique du transport, s'accompagne d'une diversification des propositions de séjours. Cette évolution devrait s'accompagner d'une réorganisation spectaculaire de l'offre touristique, d'ailleurs un certain nombre de concentrations et de fusions sont d'ors et déjà en cours.

Parallèlement à ce processus, l'on constate en France que le chiffre des français qui ne prennent pas de vacances reste de 60%¹¹. Même si ce chiffre comprend pour partie des acteurs dont les contraintes sont d'abord professionnelles (par exemple les agriculteurs), il reste tout de même qu'un peu moins d'un français sur deux ne part jamais en vacances, et pour la moitié d'entre eux les raisons en sont économiques.

Cette situation n'a pratiquement pas évolué depuis près de vingt ans. La cinquième semaine de congés payés n'y a rien changé. Le problème à des conséquences différentes lorsque l'on distingue le cas des adultes et celui des enfants et adolescents. Dans ce dernier cas, nous savons qu'un jeune sur quatre ne part jamais en vacances, or les vacances ont un rôle important de socialisation, et d'éducation, d'autant plus important que cette participation à la vie collective se fait en dehors de la cellule familiale¹².

En ce qui concerne la durée des séjours, elle passe de 21 jours en 1974 à 14 en 1994, puis à 12 en 1998¹³. Cette durée s'est même réduite depuis. L'émergence de la semaine de vacances d'hiver aux alentours des années 1990 y a certainement contribué. Nos enquêtes en Languedoc-Roussillon dans le cadre du tourisme

¹⁰ [Le tourisme des années 2010 : La mise en futur de l'offre.](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z3/conseil/publications/liste/futur_2010.jsp#top)

http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z3/conseil/publications/liste/futur_2010.jsp#top

¹¹ Secrétariat d'État au tourisme : enquête annuelle 2002 (n'ont pas pris de vacances ou n'ont effectué qu'un ou deux « petits voyages » selon l'enquête (1 ou 2 jours au plus).

¹² Marziani C. (2005) : Le tourisme social moteur du développement des territoires Cahier de l'Iforep N°114

¹³ Melquiond M (2005) : Demande touristique mythes ou réalités Cahiers de l'IFOREP N°114 Juin (p28).

social, attestent même d'une durée inférieure, de 7 à 10 jours en moyenne¹⁴. On pourrait penser que cette réduction s'accompagnerait du développement des séjours week-ends ; il n'en est rien, plus de 55% des français ne partent jamais en week-ends. Pourtant la réduction du temps de travail a favorisé l'allongement des vacances et des week-ends de ceux qui partent (30%) selon une enquête du Credoc¹⁵ de décembre 2002, mais n'a pas eu d'effet notable sur ceux qui ne partaient pas.

Une étude du Bipe¹⁶ de 2002 montre que 28% des partants induisent 45% des séjours. De plus 6% de la population de plus de quinze ans effectuent 35% des voyages. Enfin 48% d'entre eux partent entre 11 et 14 fois par an et 28% entre 15 et 19 fois. Ce qui atteste du fait que ceux qui partent le font aujourd'hui davantage, et confirme l'apparition d'une forte polarisation sociale des départs en vacances.

Parallèlement à ce raccourcissement de la durée des vacances, à cette polarisation des départs, on note aussi une modification de l'organisation sociale du temps libre, avec l'émergence d'une articulation des temps de loisir, porteuse d'une formulation nouvelle de la demande touristique.

Concernant les catégories sociales les plus modestes, les prix du tourisme marchands restent toujours trop élevés, mais ceux du tourisme social également, même s'ils lui sont inférieurs de 30 à 40%¹⁷. Pourtant on note sur le plan des prix de vrais efforts des associations du tourisme social puisque 40% d'entre elles pratiquent le quotient familial, avec des réductions de tarif qui atteignent les 20%.

Comme le note J.J.Mignon¹⁸, les organisations syndicales qui depuis un certain nombre d'années s'étaient éloignées d'une véritable politique sociale des vacances semblent y revenir¹⁹. C'est d'ailleurs ce que nous avons constaté dans nos entretiens avec des responsables des CE EDF-GDF et SNCF en Languedoc-Roussillon²⁰. Il reste cependant que le tourisme marchand concerne, encore pour le moment, 95% de l'offre des 38000 CE en France²¹, et seuls 5% des 11 Milliards de budget sont consacrés au tourisme social.

Ce qui atteste le mieux de la réalité de l'insuffisance de moyens financiers des catégories défavorisées est le fait que 30% des bons de la CAF ne sont pas utilisés²². Même aidées ces catégories ne partent pas, ce qui montre les limites des politiques actuelles.

Il reste, cependant, que malgré un certain nombre d'inadaptations, sur lesquelles nous reviendrons dans la problématique de cette étude, dont les prix pratiqués, le

¹⁴ Enquête sur les villages vacances du LR et entretiens avec des représentants des CE EDF-GDF et SNCF pour le LR.

¹⁵ Croutte P. et Hatchuel G.(2003) : Les incidences des 35 heures Consommation et modes de vie N°101 Credoc

¹⁶Bipe (2002):In Melquiond M op cit

¹⁷ Mignon J.M. : délégué général de l'Unat :(2005) :Cahiers de l'Iforep de Juin (p30).

¹⁸ Mignon op cit

¹⁹ Il ne faut tout de même pas oublier que le tourisme social est né de l'activité des C.E.

²⁰ cf infra IV partie.

²¹ Fournier J L :président ANCAV /TT touristra ;(2005) cahier de l'Iforep juin (p32)

²² Fournier J.L. opcit.

caractère de l'offre proposée notamment, le tourisme social joue un rôle considérable tant du point de vue de son apport économique aux territoires²³, que de sa production de capital humain et social²⁴.

En effet 40% de ses infrastructures sont situées en milieu rural ou en petite montagne²⁵, et elles contribuent ainsi directement au maintien d'activités, indirectement à la cohésion territoriale et même à la survie de la diversité des paysages. En France sur 587 villages de vacances 125, soit plus de 20%, appartiennent à des communes ou des collectivités locales²⁶, et constituent souvent un instrument non négligeable de la politique de développement local.

Le problème est qu'une grande partie de ces structures a besoin d'être rénovée, mise aux normes et adaptée aux nouveaux besoins des vacanciers. Ces besoins correspondent à l'évolution des techniques et des mentalités, et justifient de nouvelles activités. Malheureusement les charges financières occasionnées par ces rénovations et adaptations sont souvent trop lourdes pour les communes, qui soit renoncent soit abandonnent au secteur marchand la poursuite de l'activité d'accueil touristique.

En réalité la question financière est même plus compliquée que cela, du fait que les rénovations et mises aux normes ne font que s'ajouter à la charge déjà représentée par l'entretien et la réparation des dégradations des équipements par les communes²⁷. La pratique d'une tarification sociale, n'autorise plus dans de nombreux cas, le maintien et à fortiori l'amélioration des équipements²⁸.

E-PRESENTATION DE L'ETUDE.

Pour ce qui est plus spécifiquement du Languedoc-Roussillon, ces préoccupations sont évoquées clairement par la lettre de l'Unat N°130 de juin 2003 : « En Languedoc-Roussillon, les associations sont confrontées à une vive concurrence de la part des prestataires touristiques marchands reprenant le contenu des produits jusque-là dévolu au tourisme associatif. Par ailleurs, les comités d'entreprises ouvrant l'accès à leurs équipements à d'autres que leurs ayant-droits, l'offre en tourisme social et familial est en nette augmentation. Le transfert de compétences aux collectivités territoriales risque aussi de provoquer des tensions au niveau local entre les différents prestataires ».

C'est dans ce contexte que se situe notre interrogation sur le fonctionnement de ce secteur en Languedoc-roussillon. La problématique de développement de cette activité, et donc l'identification des contraintes internes et externes qui pèsent sur les conditions économiques et sociales de sa production actuelle, apparaît donc comme un préalable nécessaire à notre étude, mais celle-ci portera explicitement sur l'identification, et l'évaluation des composantes de la production économique et

²³ Cf infra partie III

²⁴ Cf infra partie IV

²⁵ Marziani C. (2005) op cit p33.

²⁶ Unat 2004.

²⁷ Au cours de notre enquête, dans plusieurs cas, il nous a été signalé que les déprédations à répétition était responsable du désengagement de la commune.

²⁸ Cette situation n'est pas la même pour ce qui est des comités d'entreprises.

sociale du tourisme social, à travers des méthodes d'estimation et d'extrapolation pour l'utilité économique, des méthodes d'enquête et d'estimation d'indicateurs pour l'utilité sociale.

Ce qui caractérise notre démarche méthodologique, est notre proposition d'organiser les composantes de l'utilité économique et sociale, produites par le tourisme social, en termes de flux de biens et de services, et d'accumulation de capital sous ces différents aspects, technique, humain, social, naturel et institutionnel.

Une telle option correspond à la volonté d'analyser le fonctionnement du secteur²⁹ du point de vue de sa contribution à la satisfaction des usagers, et à l'accumulation de ressources, dans le cadre des concepts en usage dans les théories de la croissance et du développement.

Concernant l'utilité sociale, notre démarche nous a conduit à réaliser deux enquêtes auprès de responsables de villages de vacances, à l'aide de deux questionnaires différents et également un certain nombre d'entretiens (hors de ces enquêtes), auprès notamment de responsables de la gestion de comités d'entreprises importants sur la région (EDF-GDF et SNCF).

Préalablement à ces enquêtes il a été nécessaire de réaliser un travail préparatoire sur les fichiers d'information auxquels nous avons eu accès. Nos sources principales sont le fichier Sirène, dont nous avons demandé une extraction croisant les codes juridiques et les établissements relevant des activités touristiques ; le fichier des villages vacances de l'ORT, et les sources de l'Unat pour le Languedoc-Roussillon.

Un travail ultérieur a consisté en l'identification des différents types d'effets économiques et sociaux (sociétaux), à partir d'entretiens libres avec des gestionnaires de centres³⁰ et des usagers. A partir de ces effets nous avons élaboré une première grille d'indicateurs puis conçu des questions permettant de les renseigner.

La première de ces enquêtes a concerné l'ensemble des villages vacances identifiés par l'Observatoire Régional du tourisme du L-R. Sur ce choix nous apporterons quelques précisions dans la partie méthodologie. Elle a eu pour support un questionnaire relativement lourd, destiné à mobiliser des informations sur la production d'utilité sociale des structures concernées. La deuxième est une enquête mobilisant une information « imprécise » sur les préférences observées des vacanciers réalisée auprès des responsables des centres considérés³¹. Cette information imprécise a été traitée par la méthode des experts.

Les différentes parties de ce travail seront donc relatives respectivement à la problématique et à la méthodologie, à l'évaluation de l'utilité économique et à l'analyse de l'utilité sociale du tourisme social en Languedoc Roussillon.

²⁹ Le recours permanent au terme de secteur pour des raisons de simplification d'expression, ne doit pas faire oublier que le tourisme n'est pas un secteur au sens de la comptabilité nationale mais une activité.

³⁰ Nous tenons à remercier Mr Hinterseber (Secrétaire de l'Unat L.R) pour sa disponibilité à cet égard.

³¹ Les villages vacances réalisent des études de satisfaction auprès des vacanciers dont le traitement permet de disposer d'un point de vue synthétique.

II

PROBLEMATIQUE GÉNÉRALE

1-LES CARACTERISTIQUES DU TOURISME SOCIAL

La recherche des caractéristiques du secteur du tourisme social, à travers littérature et entretiens, devrait nous permettre de dégager un certain nombre d'hypothèses de travail que les enquêtes ultérieures conduiraient à confirmer ou à infirmer.

Acteur central du développement touristique en général, le tourisme social est au centre du processus de démocratisation que celui-ci a connu, et qu'il a largement accompagné depuis 1936. Deux mouvements ont contribué à son architecture, les mouvements associatifs et d'éducation populaire, ainsi que le développement des comités d'entreprise. De l'après guerre aux années 80 le tourisme social a joué un rôle irremplaçable dans la promotion des valeurs d'épanouissement, de solidarité et de mixité sociale³².

A-LES OBJECTIFS DU TOURISME SOCIAL.

La responsabilité du secteur du tourisme social s'est enrichie du fait de la montée des exigences sociales et en même temps son rôle social ne s'est probablement pas développé autant qu'il aurait pu, du fait de ses manques de moyens. Ses objectifs restent cependant toujours les suivants :

1-Permettre à ceux qui ne partent pas traditionnellement en vacances pour des raisons financières de pouvoir néanmoins y accéder.

2-Permettre à ceux dont les moyens sont très limités d'accéder à des vacances d'une qualité égale à celles dont ils disposeraient dans le secteur du tourisme traditionnel.

3-Permettre à travers les prestations offertes, mais aussi de la manière dont elles sont offertes, de proposer naturellement la satisfaction de la demande de loisirs, mais dans le cadre de la promotion de valeurs éthiques et citoyennes.

D'après une étude INSEE de 1999 (confirmée depuis par d'autres), près de 40% des français ne sont pas partis en vacances, soit 23Mls³³ ; sur ces 40%, :

- 20% (8% des français) choisissent de ne pas partir,
- 18% (7%) invoquent des raisons familiales,
- 10% (4%) des motifs de santé,
- 10% (4%) des mobiles professionnels (dont les agriculteurs),

Le reste, 42% (soit 16% de la population totale), ne partent quasiment jamais en vacances pour des raisons essentiellement financières (37% des personnes qui ne sont pas parties ont invoqué le motif financier).³⁴ Ce qui représente une population de près de 10Mls de personnes.

³² Dominati E. (2002) : Quel avenir pour le tourisme social et associatif DESS Economie et gestion du tourisme Univ d'Aix en Provence. <http://ceders.org>

³³ Rouquette C. (2001): Départs en vacances : persistance des inégalités. INSEE Economie et statistique N°345 2001(pp33-53).

³⁴ Rouquette C. (2001): op cit p36.

La répartition en déciles du niveau de vie donne les résultats suivants³⁵ : (départ par rapport au niveau de vie des ménages : 58% des 10% ayant le plus faible niveau de vie ne partent pas en vacances).

Tableau N°1

Premier décile	2 ième décile	3 ième décile	4 ième décile	5 ième décile	6 ième décile	7 ième décile	8 ième décile	9 ième décile	10 ième décile
58%	48%	48%	47%	37%	33%	32%	23%	21%	14%

Une enquête BVA³⁶ montre que parmi les 40% qui ne partent pas 15% sont des hommes et 25% des femmes.

B- LES FONCTIONS DU TOURISME SOCIAL.

1-Pour le Bits³⁷ « l'objectif du tourisme social repose sur la participation touristique autre que typiquement propre à la consommation et purement commerciale, sur la participation orientée vers le bien être (psychique, socioculturel). »

Il semblerait que le Bits distingue deux types de tourisme social :

- le tourisme social traditionnel orienté
- vers les plus défavorisés
- les moins valides
- ceux nécessitant des soins

le nouveau tourisme social qui porterait une attention plus grande,

- aux familles monoparentales
- aux familles et aux personnes âgées à faibles revenus
- aux personnes handicapées
- aux jeunes

ce qui impliquerait des modifications d'infrastructures.

2-La déclaration de Montréal (1996) en particulier dans son point deux : « Les atouts du tourisme social pour demain. Le tourisme social « faiseur de société », apporte les précisions suivantes : l'accès au tourisme pour le plus grand nombre (art 3) implique la lutte contre l'inégalité et contre l'exclusion de ceux qui :

- ont une culture différente
- des moyens financiers limités
- des capacités physiques restreintes
- habitent un pays en développement

Le tourisme social est un facteur de cohésion sociale et un facteur d'enrichissement personnel :

- par la rencontre, la découverte des personnes, des milieux, des cultures
- par l'exercice d'activités physiques et sportives artistiques ou ludiques

³⁵ Rouquette C. (2001): op cit p38

³⁶ Enquête pour le compte du CRT du LR.

³⁷ CLAEYS U. op. cit p3

-par les responsabilités assumées librement par les touristes eux-mêmes.

3-Les fonctions du tourisme social.

On peut distinguer les fonctions suivantes :

1-Fonction de production : services touristiques directs mais aussi d'accumulation des toutes les formes de capital nécessaire au développement (technique, humain, social, naturel et institutionnel).

2-Fonction de redistribution : Seul moyen d'accès aux vacances pour certaines catégories défavorisées économiquement.

3-La fonction d'articulation : Il permet de mettre en oeuvre la mixité sociale et territoriale,

4-La fonction d'innovation sociale : le tourisme social est un lieu de pratiques sociales nouvelles, le tourisme éthique en est un exemple parmi d'autres.

5-La fonction de préservation : le secteur joue un rôle important dans la préservation de l'identité territoriale par son action en faveur du développement local, par la préservation des activités de proximité, par la préservation des actifs naturels et culturels, ainsi que la construction de formes institutionnelles comme les labels locaux notamment.

C-ÉVOLUTION DU TOURISME SOCIAL.

L. Greffier³⁸ distingue six étapes dans l'histoire du tourisme social :

1-1936-1950 : Cette période qu'il qualifie de genèse, est caractérisée par l'absence de marché structuré du tourisme en tant qu'activité économique. C'est la période de l'émergence d'organisations communautaires.

2-1950-1975 : C'est une étape caractérisée par l'institutionnalisation du développement touristique, avec la création du BITS en 1963 et de la chartre de Vienne (1972), ainsi que la mise en oeuvre de politiques touristiques telles que les aides à la pierre et les aides à la personne.

3-1975-1981 : Ces années marquent une crise du tourisme social marquées par le désengagement de l'Etat et des organismes publics. La crise économique s'accompagne d'une réorganisation du secteur au profit d'opérateurs privés recherchant la diminution de leurs coûts dans une meilleure intégration des activités du tourisme.

4-1981-1999 : Le tourisme devient le poste principal de la balance devises. Le tourisme social s'organise pour faire face à la concurrence croissante du secteur privé, dans le domaine de la qualité des services hôteliers notamment. La déclaration de Montréal propose implicitement une dissociation du tourisme social et des statuts

³⁸ Greffier L.(2003) : Les villages de vacances du tourisme social ;enjeux des dynamiques territoriales Thèse Bordeaux III (p78).

juridiques des opérateurs. Cette période est qualifiée par L.Greffier de période de gestation.

5-1999-2002 : C'est une période de mobilisation des acteurs. Les états généraux du tourisme social et associatif se caractérisent par une mobilisation des acteurs au sein de l'Unat, soucieux de réactiver la coopération avec les pouvoirs publics. Création de la coordination du Tourisme Social et Associatif ainsi que des bourses solidarité vacances.

6-Depuis 2002 règne une « période d'incertitude » du fait de fortes pressions tentant d'imposer une politique de libéralisation du « marché social du tourisme » soutenue par le Medef. La coordination créée précédemment est implicitement dissoute, et apparaît l'agrément tourisme social.

D-LE CONTENU DU TOURISME SOCIAL.

Les composantes du tourisme social seront abordées, dans le troisième point de ce travail. Celles-ci dans leur diversité s'efforcent de traduire leur objectif social dans des pratiques de solidarité telles que leurs politiques tarifaires, et leurs actions de solidarité pour compenser, dans la mesure de leurs moyens, les effets que les contraintes économiques font peser sur le coût des vacances,

Le temps des vacances est, un temps qui joue un rôle important dans l'équilibre des personnes et contribue donc fortement au maintien de la cohésion sociale (voir résultats enquête). De plus elles jouent, dans certains cas, un rôle important dans des actions humanitaires.

D'une façon non exhaustive, nous pourrions retenir les principales catégories d'actions suivantes :

- 1-La gestion de villages ou de gîtes destinés prioritairement aux familles modestes.
- 2-Les projets spécifiques permettant à des jeunes de bénéficier de chèques nuitées .
- 3-Les actions importantes d'insertion par les loisirs de proximité.
- 4-L'accessibilité des jeunes à faibles ressources à de stages d'activités.
- 5-L'accueil de populations en difficulté (handicap ou exclusion)
- 6-L'accompagnement de premiers départs en vacances de familles et de jeunes.
- 7-L'accompagnement d'un suivi social adapté aux familles accueillies.

Il existe aussi des types d'actions hors du domaine des vacances. Les associations de tourisme social, peuvent avoir une action qui dépasse souvent le strict domaine des vacances et des loisirs.

- 1-Satisfaction de demandes ponctuelles d'accueil de populations, sans domicile et en recherche de logement pour un court séjour.

2- Accueil de réfugiés et de populations en transit.

L'utilité sociale des associations de tourisme se mesure, par rapport aux acteurs de la population accueillis dans leurs structures, mais aussi par rapport à la collectivité dans son ensemble.

On peut penser que les associations de tourisme social sont en effet de possibles acteurs d'aménagement du territoire et de développement local. De ce point de vue, il s'agit de voir en quoi les associations de tourisme social jouent, dans ce domaine, un rôle qui, n'est joué par aucun autre type de structure, ou du moins de façon moins flagrante.

En ce qui concerne la création et le fonctionnement d'équipements touristiques, le tourisme social ne fait que contribuer comme les structures spécifiquement marchandes à la création ou au maintien de ressources et d'emplois locaux.

Cependant la volonté d'intégration et le souci de mixité qui président à l'action associative, est de nature à favoriser l'articulation des activités des centres touristiques avec l'économie des communes, en contribuant à la création et à l'organisation de liens avec les commerces locaux (points de vente à l'intérieur des structures), mais aussi en mettant à disposition des installations hors saison ,ou en utilisant des installations locales parfois sous utilisées.

Dans ce sens le développement d'un accueil touristique peut constituer une activité de substitution ou, une activité complémentaire permettant à des familles ou à des communes de conserver des emplois suffisamment rémunérateurs pour rester au pays et faire subsister les commerces et services nécessaires à la vie locale.

Dans l'analyse des effets économiques et sociaux globaux du tourisme social régional en Languedoc-Roussillon nous serons conduits à proposer une typologie des effets économiques et sociaux pour tenter de retrouver au cours d'une enquête les particularités des conséquences de son action sur les différentes formes d'accumulation.

E-LES DISPOSITIFS D'AIDE AU DEPART EN VACANCES.

La question de l'aide au départ en vacances (aide à la personne) est centrale dans la problématique de développement du tourisme social et un des problèmes révélé par de nombreux gestionnaires de sites, et celle de l'insuffisance de ces aides, qui est très probablement une des causes du raccourcissement de la durée des séjours.

Les principales sources d'aide sont les suivantes.

1-Le chèque vacances (ordonnance n°82-286 du 26 Mars 1982). Trois milliards FF en 1998. Selon l'ANCV 15 à 35% du budget des bénéficiaires, (créateur d'un montant de dépenses touristiques égal à 3 fois son montant).

2-La bourse solidarité vacances (BSV), (mai 1999) concerne les chômeurs en fin de droit, les titulaires du RMI, les contrats précaires, les familles à revenus modestes, les SDF, (10000 bénéficiaires depuis sa création)

3-Les bourses IPA.

4-Les bourses-vacances de l'ANCV.

5-Les bons de caisse d'allocation familiale,

6-Les bons des comités d'entreprises,

7-Accompagnement au départ en vacances des structures sociales, de jeunesse et de l'éducation spécialisée (UCPA)

8-Aide aux vacances familiales (VACAF)

9-Séjours sociaux (VACAF)

10-Association de vacances de la mutualité agricole (AVMA)

11-Vacances et familles

12-Vacances pour tous (Secours populaire).

13-Autres dispositifs concernant des catégories spécifiques (personnes handicapées, jeunes...).

2-LES DIFFICULTÉS DU TOURISME SOCIAL.

A-LES FAITS STRUCTURANTS DE LA PERIODE RECENTE.

A partir des années 80 un certain nombre de faits vont contrarier l'action du tourisme social dans son objectif de contribution au droit aux vacances.

1-Le remplacement de l'aide à la pierre par l'aide à la personne.

2-L'insuffisance des aides aux personnes (30% des bons des CAF ne sont pas utilisés, symptôme qu'ils ne suffisent pas à permettre des vacances.).

3-Le développement des réglementations dans le domaine des loisirs ;

4-La réorganisation du tourisme marchand et la concurrence des opérateurs privés qui pratiquent les low costs.

5-La mauvaise gestion de certains opérateurs du secteur.

6-La modification du régime fiscal des associations.

7-L'augmentation des exigences des acteurs du tourisme social.

8-La modification des publics concernés (grands parents et petits enfants).

9-Le passage aux 35h a diminué le temps de présence des salariés d'encadrement et d'animation.

10-La forte croissance du SMIC rend la gestion des centres plus difficile.

11-Incertitude sur la politique publique actuelle du fait de la tentation de libéralisation du marché social du tourisme.

La diminution de la durée des séjours est une conséquence de faits convergents, pas une cause. Mais ce qui est devenu manifeste depuis quelques années, aux dires des acteurs du secteur, se sont **les contradictions** qui apparaissent de plus en plus. Parmi ces contradictions il est possible d'évoquer les suivantes :

1-60% des français ne partent pas en vacances et des bons distribués par la CAF, notamment, ne sont pas utilisés,

2-Les besoins des usagers augmentent et les moyens financiers des structures du tourisme social sont insuffisants (augmentation des coûts de production + tarifs bas),

3-Les objectifs éthiques se heurtent à l'exigence de rentabilité (L'augmentation du smic a valeur redistributive mais elle pèse sur les comptes, la production culturelle paraît à beaucoup nécessaire or elle est coûteuse et ne paraît pas prioritaire dans les choix³⁹),

4-Le rôle de développement territorial et la concentration de l'activité dans le temps (la recherche d'une amélioration des comptes risque d'avoir des conséquences sur les approvisionnements locaux, et de surcroît la réduction des temps de séjour, nuit à la mixité sociale et territoriale).

B-LES MENACES POUR LE SECTEUR.

Le processus de développement du tourisme social se fait dans un contexte socio-économique et culturel en transformation. Un certain nombre de caractéristiques comportementales peuvent être évoquées.

1-L'augmentation des exigences indépendamment du degré de solvabilité.

Le tourisme est un produit, fut-il social, et la demande sociale est devenue exigeante fut-elle faiblement solvable, (exigences de consommateur dont les besoins ont évolué depuis quarante ans, mais aussi exigences de citoyen voulant consommer globalement utile).

Face à ces exigences l'offre de tourisme social ne s'est probablement pas suffisamment adaptée, par manque de moyens financiers, mais aussi du fait des politiques hésitantes.

³⁹ Cf infra: résultats enquête experts.

2- Une production de services vieillissante.

Le produit du tourisme social est-il devenu vieillissant ? Certains le pensent car trop homogène (faiblement différencié) , Le décalage par rapport au secteur privé flexible, est devenu un handicap qui conduit à la fuite des catégories les plus solvables de sa clientèle. Le différentiel de prix n'est probablement plus suffisant pour cette catégorie sociale, pour justifier sa fidélité.

Il reste la clientèle plus ou moins captive, insolvable pour le secteur privé. Les nouvelles exigences sociales que sont l'informatique, l'environnement , la pleine nature, doivent s'articuler avec le besoin de retrouvailles familiales et l'accueil des handicapés. Le risque de ghettoïsation peut être évoqué, dans certaines situations, mais le choix de la satisfaction du consommateur sur le citoyen peut aussi être retenu par les gestionnaires .

3- Les raisons de l'inadaptation du secteur.

En Paca comme en Midi-Pyrénées et il en est probablement de même en Languedoc Roussillon :

- 1/3 du parc nécessite
- des rénovations à court terme
- des mises aux normes
- des transformations ou des extensions

Dans cette perspective, on doit évoquer l'évolution du montant de l'aide publique à la construction et à la rénovation des équipements du tourisme social . Le passage de l'aide « à la pierre » à l'aide « à la personne » y a probablement été pour quelque chose.

Le désengagement de l'Etat central vers les collectivités locales, aux motifs de la subsidiarité et de la solidarité territoriale, dans le cadre de la décentralisation, s'est soldé par une réduction des moyens affectés au tourisme social. Il en résulte une inadaptation d'au moins un tiers des structures⁴⁰.

4- La situation financière du tourisme social⁴¹.

La crise des finances publiques, la baisse des subventions, les attentes exprimées par des "clientèles" plus diversifiées ont amené les responsables du tourisme social à recourir à de nouvelles méthodes de gestion, à mettre en oeuvre des stratégies de marketing, à revoir leur offre de services.

Le tourisme social ne s'oppose pas au tourisme "commercial" comme l'économie sociale et solidaire ne s'oppose pas à l'économie de marché ou à l'économie publique. Il s'agit d'une autre voie dont il faut reconnaître les mérites dans une économie plurielle.

⁴⁰ Maziani C (2005) : op cit p34.

⁴¹ Jolin L. (p10)

Le tourisme social "est la démonstration que pertinence économique et gestion sont compatibles avec accessibilité au plus grand nombre, mixité sociale et développement local. Le tourisme en économie sociale est aussi l'illustration que valeur ajoutée économique peut rimer avec valeur ajoutée sociale." ⁴²

Il reste que les besoins financiers du tourisme social, justifiés par les adaptations nécessaires aux nouvelles exigences de la demande, ne sont pas couverts par les dispositifs d'aide actuels. Les collectivités locales gestionnaires de plus d'un cinquième des structures, subissent de plein fouet le désengagement de l'Etat et de l'Europe.

De telle sorte que devant la perspective d'accroissement de l'endettement certaines communes renoncent à la rénovation nécessaire, prenant ainsi le risque de voir la demande se tarir, et à terme compromettre le projet de développement local, sauf à organiser le transfert de l'activité au secteur marchand traditionnel. Situation que nous avons observée dans notre enquête⁴³

Dans ce sens les tendances pourraient paraître préoccupantes. La croissance des coûts de production et la disparition de nombre de structures, ainsi que l'inadaptation des services concurrencés (en particulier hôteliers), pour certaines, pourraient conduire à la perte d'une partie de leur identité dans la recherche systématique de nouveaux publics plus argentés.

⁴² Chauvin, J.(2002) : Le tourisme social et associatif en France. Acteur de l'économie sociale, Paris, l'Harmattan.

⁴³ Cf infra partie IV

III

LE TOURISME SOCIAL EN
LANGUEDOC-ROUSSILLON

1-LE TOURISME SOCIAL ET CONTRAT DE PLAN ETAT-REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON 2000-2006

Le contrat de Plan Etat-Région prévoit des actions d'accompagnement du tourisme social qui constitue un cadre de développement du secteur pour les années en cours. Il s'agit essentiellement de la mesure IV, intitulée « Développement d'un tourisme de qualité » et plus particulièrement de l'action IV.4 « Concrétiser le droit aux vacances pour tous » dont les principales caractéristiques sont les suivantes.⁴⁴

A-LES OBJECTIFS

Le Languedoc-Roussillon dispose d'un important patrimoine affecté au tourisme social. Or, ce patrimoine a vieilli et souffre d'une désadaptation aux aspirations de la nouvelle clientèle. Outre un objectif économique, cette mesure poursuit un objectif social, notamment en faveur des jeunes et des personnes dépendantes.

B-L'ACTION ET PROJETS ÉLIGIBLES.

-l'accent sera mis sur la réhabilitation du parc immobilier à travers le soutien aux études préalables et à la réhabilitation des villages et centres de vacances (région).

-un schéma régional et départemental d'organisation en faveur des vacances de handicapés sera également soutenu.

-cette initiative comprendra la mise en œuvre de schémas, le soutien aux équipements ainsi qu'à la promotion et à la communication.

-l'amélioration des conditions de travail des saisonniers sera aussi recherchée.

C-LES BENEFICIAIRES.

Celles-ci sont les personnes morales, associations et collectivités locales.

D-LES INDICATEURS.

1. indicateurs de réalisation

- montants des ressources engagées
- nombre d'actions réalisées

2. indicateurs de résultats

- nombre de lits rénovés

⁴⁴ Information du conseil régional.

- nombre de schémas d'organisation élaborés

3.indicateurs d'impact

-nombre de nuitées dans les hébergements de type villages et centres de vacances⁴⁵.

E-LE FINANCEMENT.

Tourisme social	Etat	Conseil Régional
Concrétiser le droit aux vacances pour tous	8,00 MF	8,00 MF

Tableau N°2 : Source Conseil régional

2-LES COMPOSANTES DU SECTEUR.

A – PROBLEMATIQUE.

La France dispose de nombreux outils d'enregistrement de l'activité touristique. On pense plus particulièrement au Compte satellite du tourisme, aux enquêtes annuelles d'entreprise de l'Insee, aux données sur l'emploi, aux données sur les produits fiscaux perçus dans le cadre des activités touristiques. Ces supports conçoivent l'activité touristique comme un tout homogène. Or le tourisme présente une diversité interne qu'une vision trop globale masque totalement. Ainsi, les données françaises sur le tourisme ne permettent pas de saisir l'organisation et la dynamique du tourisme social.

Pour les appréhender, nous nous sommes donc attachés à reconstruire l'information sur le tourisme social. Le but de cette étude étant de comprendre le fonctionnement du tourisme social en Languedoc Roussillon, il nous a paru opportun de repartir de ses structures. Celles-ci ont été définies à partir des types d'hébergement et sont considérées comme les composantes du secteur. La nomenclature de l'UNAT (Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air) et sa quantification, constituent le point de départ de notre recherche, sachant que l'UNAT fait par ailleurs une référence explicite au tourisme social.

		Structures totales	Structures du tourisme social
1	Villages de vacances	594	Cette identification statistique a pour but d'offrir une information semblable pour le tourisme social
2	Maisons familiales et de vacances		
3	Centres de vacances		
4	Auberges et centre d'accueil de		
5	jeunes		
6	Centres sportifs		
7	Refuges et chalets		
	Autres	229	
	Total	95	
		137	
		106	
		1161	

⁴⁵ On peut remarquer que les indicateurs d'impact peu développés.

Tableau 3 - Les structures de l'hébergement touristique Source : Unat 2005

L'identification statistique des composantes du tourisme social vise à en dresser un panorama précis et exhaustif afin d'obtenir, à travers une enquête qualitative, les renseignements relatifs à leur fonctionnement. Pour identifier ces différentes structures en Languedoc Roussillon, nous avons eu recours à différentes sources.

B -LES FICHIERS DISPONIBLES

Les bases de données utilisées dans cette étude sur le Languedoc Roussillon proviennent principalement de 3 sources: le fichier SIRENE de l'Insee, les fichiers de l'UNAT et le fichier de l'Observatoire Régional du Tourisme. Ces bases ont été interrogées à partir des structures d'hébergement.

a- Le fichier SIRENE

1-Présentation

Un décret de 1973 institue un système national d'identification des personnes physiques et morales et de leurs établissements articulé autour du répertoire SIRENE. Ce fichier comprend l'ensemble des personnes physiques exerçant une profession non salariée et les personnes de droit public ou privé exerçant une activité commerciale. Ce répertoire a été confié à l'Insee.

L'Insee réalise 3 missions sur le fichier SIRENE :

-La gestion de ce répertoire ;

-Une mission de coordination et d'information administratives :

-L'Insee attribue un identifiant unique, le numéro SIREN aux personnes morales et physiques et le numéro SIRET à chacun de leurs établissements,

-L'Insee informe en permanence les associés et partenaires de SIRENE des mouvements enregistrés dans le répertoire ;

-Une mission statistique : SIRENE est un outil de connaissance du système productif. L'Insee détermine et attribue à chaque entreprise et établissement un code APE, représentant l'activité principale exercée par l'unité. SIRENE gère également d'autres données économiques dont les principales sont les données de localisation (adresse), l'effectif salarié, l'entreprise à laquelle appartient l'établissement⁴⁶ ou encore la nature des mouvements qui affectent chaque unité ainsi que leur historique.

Ces caractéristiques font de SIRENE un fichier de référence servant de base pour toutes les investigations statistiques sur les entreprises, enquêtes ou exploitations de sources administratives.

⁴⁶ La NAF (Nomenclature d'Activité Française) permet une identification des différents niveaux d'activité au sein du fichier SIRENE.

2-Extraction du fichier SIRENE pour le Languedoc-Roussillon

Une extraction du fichier Sirène nous a permis de disposer d'une liste d'établissements relatifs au tourisme social en Languedoc-Roussillon. Pour réaliser cette extraction, nous avons posé les prescriptions suivantes : croisement des codes APET du tourisme avec les codes des catégories qui relèvent d'une pratique d'économie sociale.

- Les codes APET retenus ont été les suivants :
 - 551A Hôtels touristiques avec restaurant
 - 551C Hôtels touristiques sans restaurant
 - 551E Autres hôtels
 - 552A Auberges de jeunesse et refuges
 - 552C Exploitation de terrain de camping
 - 552E Autres hébergements touristiques
- Codes juridiques relevant d'une pratique d'économie sociale
 - 9220 Association déclarée
 - 9230 Association déclarée reconnue d'utilité publique
 - 9260 Association de droit local
 - 9300 Fondation
 - 9210 Association non déclarée
 - 8210 Mutuelle
 - 8250 Assurance mutuelle agricole
 - 8290 Autres organismes mutualistes
 - 8310 Comité central d'entreprise
 - 8311 Comité d'établissement

Ce croisement nous a permis d'isoler l'ensemble des structures du tourisme social dans ce fichier. Cela représente 334 unités.

b- L'UNAT

1-Présentation

Créée en 1920, l'UNAT remplit plusieurs types de missions :

- Représenter le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux dans le but d'apporter une contribution active au maintien, voire au développement, d'une politique sociale des vacances et du tourisme ;
- S'investir dans les actions sociales en matière de vacances pour l'accueil des handicapés et le partenariat avec les syndicats et les comités d'entreprise ;
- Réaliser des études et diffuser des informations sur le secteur d'activité. Depuis 1993, l'UNAT a mis en place un centre de documentation et une base de données sur le secteur ;
- Développement et promotion d'outils pour les adhérents (chartes de qualité, aide à la promotion, évaluations statistiques et économiques, fonds de garantie...).
-

En France, L'UNAT fédère 59 acteurs du tourisme social et associatif. Ces derniers gèrent des centres d'accueil de jeunes, des auberges de jeunesse, des centres de vacances d'enfants, des villages de vacances. Ils organisent également des voyages

à l'étranger ou des séjours linguistiques... L'UNAT s'appuie sur un réseau régional mis en place entre 1984 et 1987.

2-Les fichiers UNAT

Pour la région Languedoc Roussillon, l'UNAT nous a fourni deux fichiers :

-Fichier des associations (87 entités). Il permet d'identifier la forme juridique des entités répertoriées. Ce fichier ne nous sera pas utile pour quantifier les structures du tourisme social. Mais, une fois cette première étape franchie, il nous servira en revanche à identifier les structures à partir de leur type détaillé, retraçant les formes juridiques ou d'organisation.

-Fichier de l'équipement (99 entités). Ici les entités sont repérées en fonction du type d'hébergement proposé.

c-L'Observatoire régional du tourisme

1-Présentation

L'ODIT France, Observation, Développement et Ingénierie Touristiques France, a succédé en 2004 à l'Observatoire National du Tourisme en élargissant les missions de ce dernier. Parmi les activités de l'ancien Observatoire transférées dans la nouvelle structure figure le maintien des observations locales en matière d'hébergement touristique, de fréquentation, de clientèle... et leur compilation à différents niveaux territoriaux jusqu'à la nation.

Les Observatoires Régionaux du Tourisme synthétisent les données locales. De ce fait, ils constituent un lieu privilégié de production de l'information sur les pratiques touristiques.

2-Le fichier ORT : les villages vacances en Languedoc-Roussillon.

L'ORT du Languedoc Roussillon nous a fourni un fichier comportant l'ensemble des villages vacances de la région (116 entités).

Fichier SIRENE	Fichier UNAT- Equipement	Fichier ORT
334	99	116

Tableau 4 - Récapitulatif des informations brutes acquises sur les entités du tourisme social en Languedoc Roussillon

Ces trois sources offrent une information quantitative et territoriale puisque chaque structure est identifiée par département.

Les informations quantitatives brutes issues de ces 3 sources appellent des traitements supplémentaires pour identifier les structures du tourisme social car du fait des définitions propres à chaque base, il existe des zones de recouvrement entre les 3 sources mais aussi des zones propres. Plusieurs obstacles sont à prendre en considération :

-l'extraction du fichier SIRENE, qui répond pleinement à notre objectif puisqu'elle ne comprend que des structures d'hébergement du tourisme social, ne présente pas le degré de précision requis pour procéder à l'identification recherchée. En effet, dans ce fichier, les structures de tourisme social peuvent être répertoriées à partir de la NAF en 4 catégories principales : camping, auberges de jeunesse, refuges, hôtels, autres hébergements touristiques.

	Nombre	%
Campings	63	18,9
Auberges de jeunesse + Refuges, Hôtels	7	2,1
Autres Hébergements Touristiques (AHT)	264	79,0
Total	334	100,0

Tableau 5 – Les types d'hébergements du tourisme social de la base SIRENE
Source : extraction CEP du fichier SIRENE

La nomenclature utilisée, trop agrégée, pose deux problèmes :

-Les catégories permettant a priori d'identifier les structures (campings + Auberges de jeunesse et Refuges et Hôtels) agrègent, sous ces intitulés des structures d'hébergement diverses (exemple : village vacances rangé dans la catégorie camping).

-En Languedoc Roussillon 79 % des structures du tourisme social comptabilisées dans le fichier SIRENE relèvent de la catégorie résiduelle "Autres Hébergements Touristiques" et ne sont, par conséquent, pas identifiables à partir de cette source.

Au total, la nomenclature du fichier SIRENE ne nous permet pas de procéder à l'identification recherchée des structures d'hébergement du tourisme social. A l'inverse, les fichiers UNAT et ORT qui permettent d'identifier les structures, comportent un grand nombre d'entités qui ne font pas parties du tourisme social.

A ce stade, l'objectif est donc toujours de catégoriser les 334 structures du fichier SIRENE selon la nomenclature UNAT du type d'hébergement proposé.

C- LES TRAITEMENTS DES FICHIERS

Pour tenir notre objectif d'identification quantitative des composantes du tourisme social en Languedoc Roussillon, nous avons procédé au croisement du fichier SIRENE avec les autres bases de données dont nous disposons : UNAT – équipement et ORT - liste des villages de vacances en Languedoc-Roussillon

	Nombre de structures	Nombre de structures présentes dans la base et dans SIRENE	Structures communes à la base et à SIRENE - %
UNAT – Equipement	99	42	42,4
ORT Villages-Vacances	116	38	32,8
Total	215	63*	29,3

Tableau 6 – Les structures du tourisme social communes aux bases UNAT, ORT comparées à SIRENE

***Remarque :** Le total de la 2^{ème} colonne ne correspond pas à la somme des structures. En effet, 17 entités se retrouvant à la fois dans les bases UNAT et dans la base ORT elles ont été déduites pour éviter les doubles comptes

A partir de ce tableau, nous observons que les bases UNAT et ORT comportent moins d'1/3 de structures relevant du tourisme social.

Cette zone de recouvrement nous permet d'identifier 63 établissements que nous sommes dans l'incapacité d'affecter aux catégories de la nomenclature UNAT du type d'hébergement (tableau 1). Nous proposons donc de les répartir sur les bases du *type d'hébergement* et du *type détaillé*.

Le *type détaillé* (tableau 5) reprend toutes les formes juridiques ou d'organisation que sont susceptibles de prendre les structures repérées par le *type d'hébergement*. Ce degré de précision permet d'allouer toutes les structures identifiées dans la nomenclature du type d'hébergement.

Symbole	Légende	Symbole	Légende
adm	Administration	vv	Village Vacances
ah	Autres Hébergements (gîtes, refuges...)	Caj	Centre Accueil Jeune
ass	Associations	mf	Maisons Familiales
rel	Structures Religieuses	cvl	Centres de Vacances et de Loisir
c	Campings	r	Relais
ce	Comités d'Entreprises	rvc	Relais Centres de Vacances
mut	Mutuelles	rah	Relais Autres Hébergements

Tableau 7 – Nomenclature du type détaillé

Dans le *type détaillé*, sont reprises les catégories de la nomenclature UNAT auxquelles sont adjointes toutes les formes juridiques et d'organisation possibles. Il faut cependant noter que deux catégories nouvelles ont été créées : d'une part, Administration, et d'autre part, les structures relais qui permettent de faire le lien entre les sites d'hébergement et les usagers (associations, comités d'entreprise ...).

Type	Type détaillé	Nombre
Autre Hébergement	ah	2
Camping	c	4
Centre accueil jeunesse	caj	2
	caj/ass	1
Maison Familiale	mf	1
Village Vacances	vv	38
	vv/ass	6
	vv/c	4

	vv/cv/ce	1
	vv/cvl	1
	vv/cvl/ce/ass	1
	vv/mut	1
	vv/rel	1
Total		63

Tableau 8– Répartition des 63 structures identifiées selon le type d'hébergement global et le type détaillé

Les bases UNAT et la base ORT contenant un grand nombre de structures qui ne font pas parties du tourisme social, il nous faut maintenant déterminer la zone de recouvrement de ces bases avec l'extraction du fichier SIRENE.

	Nombre de structures se trouvant dans les bases et dans SIRENE	de se dans	Structures par rapport à SIRENE* %
UNAT – Equipement	42		13
ORT - Villages Vacances	38		11
Total	63		18,9

Tableau 9- Recouvrement du fichier SIRENE et des autres bases de données

La zone de recouvrement des bases UNAT et ORT avec SIRENE est restreinte. Avec 18,9 %, elle ne représente que près d'une structure sur 5 enregistrées dans SIRENE⁴⁷.

Etant donnée l'imprécision du fichier SIRENE concernant l'hébergement du tourisme social, le recours aux autres bases (ORT et UNAT) a été nécessaire. Mais ce croisement n'a pas été suffisant puisque seules 18,9 % des entités ont pu être identifiées par ce biais. Par conséquent, aucune base ne semble être suffisamment détaillée pour réaliser un traitement du tourisme social régional puisque près de 80 % des structures du tourisme social, soient 271 structures, restent à identifier. Pour procéder à cette identification, nous avons utilisé les sites internet⁴⁸ issus d'une interrogation à partir des adresses et des communes d'implantation rapportées par le

⁴⁷ le fichier Sirène comporte 334 observations

⁴⁸ <http://www.pagesjaunes.fr/> et http://www.asma.educagri.fr/circulaires/ASMA_catalogue_2005.pdf,
<http://www.asmeg.org/sejours/region.php?region=5>, <http://www.assopropulsion.fr/pages/68.html>,
<http://www.balaruc-les-bains.com/htfr/0022.htm>,
<http://www.carcassonne.fr/carcassonne2.nsf/agcGeneral?OpenFrameSet&Frame=Contenu&Src=i5thm2sj3c5pn6rredpij4bjeedj2uc1fc4o3gd9j6og3ap9jcos6cp1h6lhj2chl6pi3iohg60p3gc9ocdj3ujrgcln48rr3elmmarjk>, http://www.cg66.fr/solidarite/pers_handicapees/association/doc/serv_aux_ph.PDF,
<http://www.chez.com/lacoume/>, <http://www.gaf.tm.fr>, <http://grandeur.nature.chez-alice.fr/>,
<http://www.lvt-cotesud.com/>, <http://www.mutuelledesdouanes.fr/htm/as/bodyedito.htm>,
http://www.papvacances.fr/fr/aussi/liste_camp.Asp?Region=11&Dept=34, <http://www.rochebelle-vacances.com/site/maj/phototheque/photos/association/rv2005.jpg?PHPSESSID=bf3e4063729ea717a0d920b647ef65cc>, <http://www.tourinfos.com/fr/r0011/d0011/m0002/j0019/p004041.htm>,
<http://www.tourisme-dev-solidaires.org/sejours/Programme%20+%20bulletin%20inscription%20version%2004-08-05.pdf>,

fichier SIRENE. Cette démarche a été fructueuse puisque sur les 271 unités restant à identifier, toutes l'ont été. Toutefois, 19 d'entre elles n'ont pu l'être suffisamment pour être allouées dans l'un des types d'hébergement.

Type	Type détaillé	Nombre
Administration	Adm	5
Camping	C	23
	c/ass	5
	c/ass/rel	1
	c/ce	5
	c/ce/ass	3
Centre d'accueil jeunesse	Caj	6
Centre sportif	Cs	6
	cs/ass	1
Centre de vacance et de loisir	cvl	48
	cvl/ass	16
	cvl/ce	7
	cvl/ce/ass	3
	cvl/ceEP	8
	cvl/ceEP/ass	14
	cvl/ep	1
	cvl/mf	2
Maison Familiale	mf	12
	mf/ass	1
	mf/ce	2
Structure Relais	rah	2
	rah/ce	1
	rcv	10
	rcv/ass	1
	rcv/ass/rel	3
	rcv/ce	1
	relais	13
Villages Vacances	vv	21
	vv/ass	5
	vv/c	1
	vv/ce	3
Autres Hébergements	ah	16
	ah/ass	1
	ah/ce	5
Indéterminé	ass	10
	ass/rel	3
	Sans Dénomination	6
Total		271

Tableau 10 - Répartition des 271 structures restant à identifier selon le type d'hébergement global et le type détaillé

Synthèse: En agrégeant cette information, qui portent sur 271 structures, avec celle issue du croisement des bases, qui en concernait 63, nous sommes en mesure de proposer la distribution des 334 structures du tourisme social en région.

Type	Type détaillé	Nombre
Administration	adm	5
Camping	c	27
	c/ass	5
	c/ass/rel	1
	c/ce	5
	c/ce/ass	3
Centre d'accueil Jeunesse	caj	8
	caj/ass	1
Centre Sportif	cs	6
	cs/ass	1
Centre de Vacance et de Loisir	cvl	48
	cvl/ass	16
	cvl/ce	7
	cvl/ce/ass	3
	cvl/ceEP	8
	cvl/ceEP/ass	14
	cvl/ep	1
	cvl/mf	2
Maison familiale	mf	13
	mf/ass	1
	mf/ce	2
Structure Relais	rah	2
	rah/ce	1
	rcv	10
	rcv/ass	1
	rcv/ass/rel	3
	rcv/ce	1
	relais	13
Village Vacance	vv	59
	vv/ass	11
	vv/c	5
	vv/ce	3
	vv/cv/ce	1
	vv/cvl	1
	vv/cvl/ce/ass	1
	vv/mut	1
	vv/rel	1
Autre Hébergement	ah	18
	ah/ass	1

	ah/ce	5
Indéterminé	ass	10
	ass/rel	3
	Sans Dénomination	6
Total		334

Tableau N°1

Avant de présenter la répartition des structures du tourisme social en Languedoc Roussillon obtenue à l'issue de ce travail, il convient de rappeler que ces résultats sont acquis sur des informations hétérogènes (fichier SIRENE, bases UNAT, base ORT et sites web), de qualité variable.

En dépit des précautions d'usage qui doivent prévaloir, la base obtenue offre cependant une répartition des structures du tourisme social selon leur type et selon le territoire, élément qui faisait défaut jusqu'ici. Cette base appelle bien entendu des investigations supplémentaires, notamment en vue de redresser sa qualité. Elle reste toutefois un outil disponible pour analyser le secteur du tourisme social en Languedoc Roussillon.

Type	Nombre
Hébergement	279
Camping	41
Centres d'accueil Jeunesse	9
Centres sportifs	7
Centres de Vacances et de Loisir	99
Maisons familiales	16
Villages Vacances	83
Autres hébergements	24
Gestion de la relation touristique	36
Structures relais	31
Administration	5
Indéterminé	19
Total	334

Tableau 12 – Les structures du TS en LR

Comparaison avec PACA

En Paca le tourisme social représente :

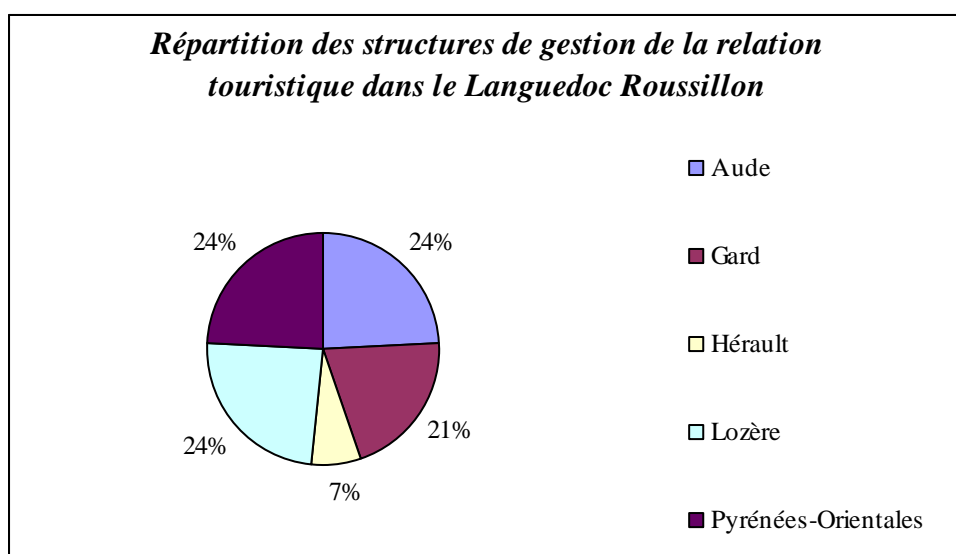
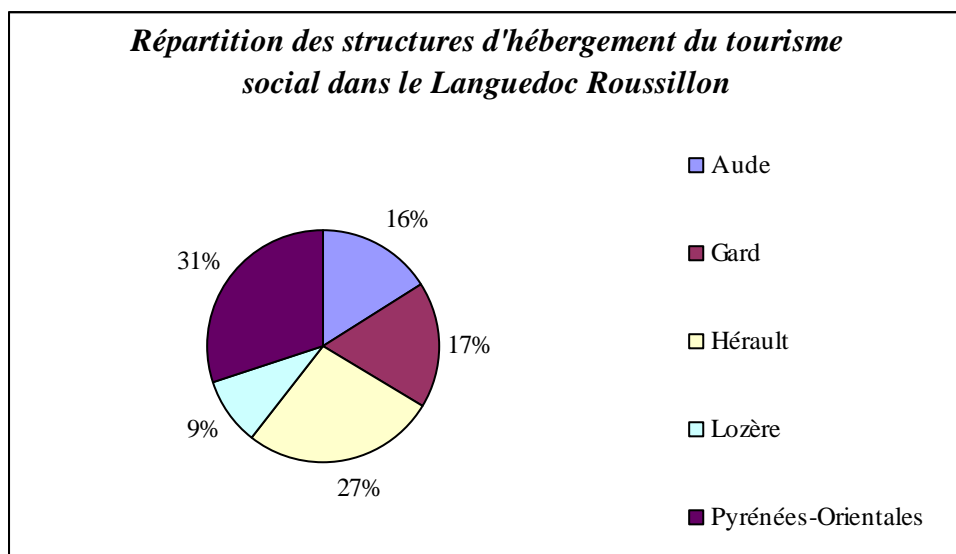
- 503 structures d'hébergement
- 64381 lits (soit 45% de l'hôtellerie classée et 25% de l'hôtellerie de plein air)
- 85% de structures sont en dur
- 45% des structures sont des centres de vacances pour jeunes
- 25% des villages vacances
- 1% pour le camping
- 75% de ce patrimoine est géré par des associations
- 13% par des collectivités
- 10% par des comités d'entreprise.

Comparaison avec Midi-Pyrénées

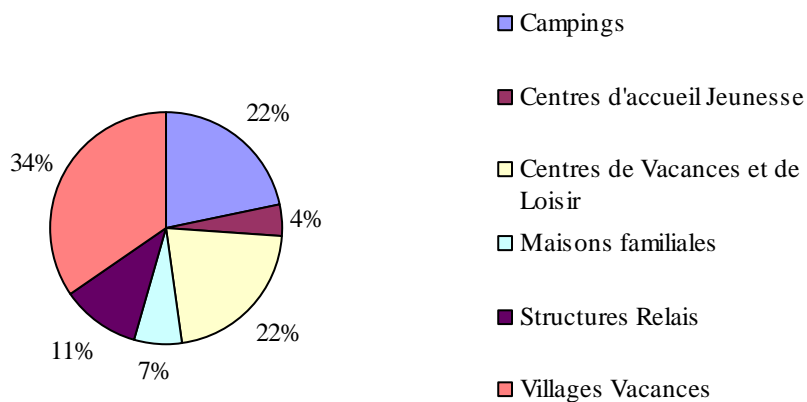
-400 structures
 -12% de la capacité d'accueil marchande
 -1000 équivalents temps plein.

D – SYNTHESSES DES RESULTATS

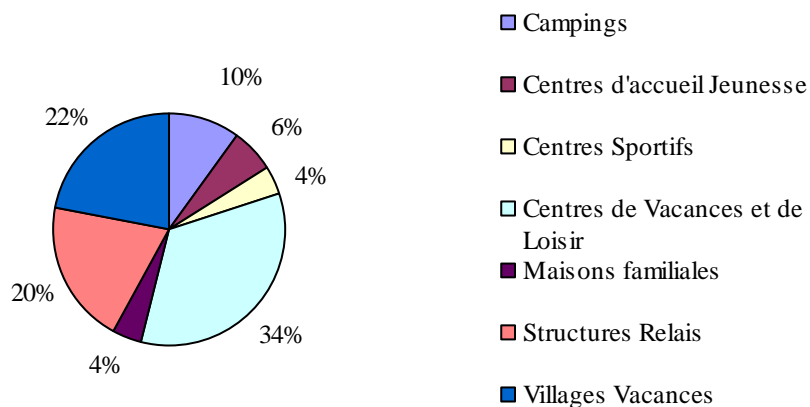
1 – La répartition en Languedoc Roussillon



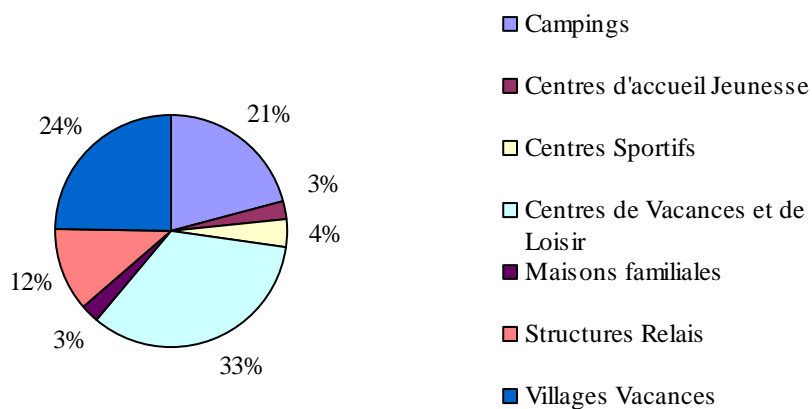
Répartition des structures d'hébergement du tourisme social dans l'Aude



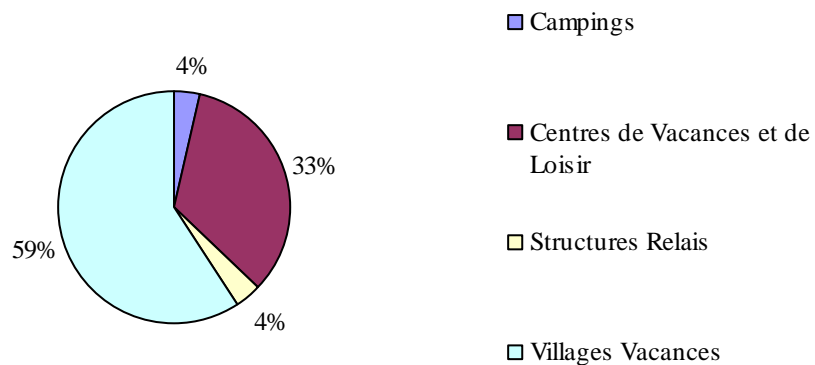
Répartition des structures d'hébergement du tourisme social dans le Gard



Répartition des structures d'hébergement du tourisme social dans l'Hérault



Répartition des structures d'hébergement du tourisme social dans la Lozère



IV

LES COMPOSANTES DE L'UTILITE ECONOMIQUE ET SOCIALE

Par la déclaration de Manille (1980), l'OMT stipule que l'évaluation des effets du tourisme doit considérer, non seulement, les conséquences économiques de son activité, mais doit également intégrer des éléments de développement humain et social⁴⁹.

Les organisations de l'économie sociale et solidaire (OESS), dont font partie les structures du tourisme social, sont productrices de flux de biens et services destinés à une utilisation immédiate, mais elles proposent aussi des productions qui constituent un potentiel de développement futur. En ce sens elles font l'objet d'une accumulation de capital qui font de l'utilisateur un consommateur « social », qui contribue à la production de services sociaux (sociétaux) présents et futurs.

C'est dans le cadre de cette perspective que nous avons voulu placer notre approche de l'estimation des effets du tourisme social. Le point de vue sur la production d'effets externes des OESS est bien connu, mais il nous a semblé possible de proposer de détailler ici ce contenant. Notre approche s'inscrit parmi d'autres, mais avec un objectif précis, celui de conserver la problématique de l'accumulation pour tenter de comprendre comment l'économie sociale et dans notre cas ici, le tourisme social, contribue au développement humain.

Sur l'utilité économique il n'y a pas de véritable débat, elle concerne la production de biens et de services destinés à des usagers individuels. Toutefois on pourra préciser ultérieurement qu'une distinction entre production de flux nets et de variation de capital peut apporter des éléments à la réflexion⁵⁰.

A-DEFINITIONS DE L'UTILITÉ SOCIALE.

Concernant l'utilité sociale, Il existe de nombreuses définitions de l'utilité sociale.

1-Pour la DIES (2003): « est d'utilité sociale toute action qui vise, notamment la satisfaction de besoins qui ne sont pas normalement ou suffisamment pris en compte par le marché, et s'exerce au profit de personnes dont la situation nécessite la compensation d'un désavantage sanitaire social ou économique »

2-Pour le CNVA (Conseil national de la vie associative), l'utilité sociale répond à cinq critères, la primauté de l'objet sur l'activité, la dimension non lucrative, l'apport social de l'association, le fonctionnement démocratique, l'existence d'un agrément.

3-Pour le groupement national de la coopération, une entreprise est d'utilité sociale si sa finalité distincte de l'entreprise traditionnelle, est la valorisation maximale du capital social.

4-On peut considérer également ce que nous nommerions la définition des quatre P : Une activité est d'utilité sociale, si elle satisfait un besoin non pris en compte par le marché, ou de façon peu satisfaisante, faute de rentabilité (produit). Si, par ailleurs elle a pour usagers des personnes exclues du marché pour cause de faibles revenus ou de handicap (public), Si ses prix sont différents de ceux pratiqués dans le secteur lucratif (prix). Si enfin elle ne pratique que la communication et non la (publicité).

⁴⁹ Greffier L. :(2003) op.cit.p78 voir www.bits-int.org

⁵⁰ Dans méthodologie et à partir de la page 66

5-Selon Gadrey J.⁵¹ « Est d'utilité sociale l'activité d'une OES (i.e. d'une organisation d'économie sociale) qui a pour résultat constatable et, en général, pour objectif explicite (...) de contribuer :

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

Plus loin dans son rapport, il propose une déclinaison de ces niveaux en dix points :

- Egalité et développement de capacités
- Solidarité internationale et développement humain
- Lien social
- Démocratie locale
- Dynamique des territoires
- Développement durable
- Innovation sociale, économique et institutionnelle
- Désintéressement, dons et bénévolat
- Gouvernance interne, alternative et démocratique
- Professionnalisme associatif

L'inconvénient d'une liste, si judicieuse soit-elle, est qu'elle regroupe forcément des points d'inégale importance, qui parfois se recoupent, mais aussi et surtout qu'elle n'est opérationnelle, pour la compréhension du fonctionnement d'un système qu'à la condition qu'on puisse l'organiser à l'intérieur d'un modèle.

Nous retiendrons pour notre part, une approche en terme de variation de capital parce que c'est l'articulation des formes de capital qui est à l'origine de la croissance et du développement. L'identification et l'organisation des différentes variables retenues seront proposées dans le point sur la méthodologie.

B-LES EFFETS IMMÉDIATS DES PRODUCTIONS DES OESS.

Le propos concernera tout d'abord les organisations de l'économie sociale et solidaires dans leur ensemble, nous déclinerons ensuite notre démarche au secteur du tourisme social plus particulièrement dans les chapitres suivants.

Leur production a un double effet immédiat : la production de satisfaction pour le consommateur (détente, plaisirs sportifs ou culturels, dépaysement etc...), des effets de création de richesse pour la zone concernée. Le premier aspect constitue la production de valeur d'usage des OESS, le second la production d'impact. Les composantes de cet usage concernant le tourisme social seront déclinées à travers les résultats des enquêtes.

⁵¹ Gadrey J.: (2004) : rapport DIES/MIRE

Du point de vue de l'estimation des effets, il conviendra de ne pas compter deux fois la même chose, car la valeur de l'usage est généralement mesuré par la valeur d'échange⁵² et celle ci se retrouve dans l'estimation de la valeur ajoutée directe (composante de la valeur ajoutée marchande).

- Contribution à la valeur ajoutée marchande
- Contribution au surplus de solidarité
- Contribution à la valeur ajoutée non marchande
- Contribution à l'emploi régional
- Contribution à la productivité du secteur privé
- Contribution à la réduction des dépenses publiques

1-Contribution à la valeur ajoutée marchande directe et indirecte.

Le sous-secteur Marchand Concurrentiel et Solidaire (MCS), auquel appartient le tourisme social, produit de la valeur ajoutée marchande directe et indirecte.

La valeur ajoutée marchande directe constitue la production nette du sous-secteur. La valeur ajoutée marchande indirecte est constituée par les productions intermédiaires induites, nécessaires au fonctionnement du sous secteur MCS.

On pourrait souligner également la création de valeur ajoutée secondaire, liée aux dépenses des salariés du secteur, ainsi qu'à celles des salariés des activités induites.

2- Contribution au surplus de solidarité.

Le « surplus de solidarité » représente l'ensemble des avantages perçus par les usagers du fait de prestations du secteur moins chères qu'elles ne seraient sur le marché, ou de meilleure qualité pour un prix identique (sous-secteur MNCS).

En fait ce surplus n'est pas mesuré par la valeur ajoutée directe. En effet, il représente une quantité de satisfaction supplémentaire pour un même prix. Il ne s'identifie pas non plus à un surplus de consommateur, dans la mesure ou l'écart entre disposition à payer et prix, peut être nul du fait de l'insolvabilité de certains acteurs qui profitent de cette situation⁵³.

3- Contribution à la valeur ajoutée non marchande.

La contribution à la valeur ajoutée non marchande concerne la création de valeurs ajoutées sociales. C'est le cas d'avantages gratuits résultant de prestations qui ne sont pas valorisées par le marché, mais qui sont fondamentales d'un point de vue social et sociétal, comme par exemple la solidarité, l'insertion.

4- Contribution à l'emploi direct et indirect.

⁵² Ce qui constitue une approximation, car le surplus du consommateur, n'est pas pris en compte. Il faudrait utiliser la disposition à payer. C'est un des problèmes posés par les méthodes d'impact.

⁵³ Il faut être prudent dans l'estimation de ce surplus, car il a des contreparties comme le bénévolat mais aussi les subventions reçues.

Ces emplois concernent les emplois occupés par les entreprises de l'ESS, les emplois créés par les demandes à l'économie du secteur de l'Economie sociale, mais aussi les emplois secondaires, liés aux dépenses des revenus distribués par le secteur de l'Economie sociale et ses filières (au prorata pour ces dernières des demandes du secteur).

5-Contribution à la productivité du secteur privé.

L'activité des OESS contribue très directement, le plus souvent, à l'amélioration de la productivité des entreprises privées du secteur marchand.

a-Par la proposition d'aides directes et indirectes, accompagnement d'entreprises naissantes, crédit solidaire, formation etc...

b-Les acteurs affiliés à des associations sont considérés comme en général plus productifs que ceux qui ne le sont pas⁵⁴.

c-Les entrepreneurs du secteur marchand ayant eu une expérience préalable dans le secteur des OESS, réussissent mieux ensuite dans le secteur privé.

d-La protection de la nature par les OESS, entraîne un évitement de surcoût pour les entreprises marchandes utilisant les actifs naturels.

e-L'encadrement social, produit de la confiance, favorise l'aménité et donc réduit les risques liés à la délinquance.

Dans le domaine du tourisme social, les structures de ce secteur, ont des effets sur la productivité de la production de commerce et de services locaux (cf résultats d'enquête)

6-Contribution à la réduction des dépenses publiques.

La réduction des dépenses publiques du fait des OESS permet de dégager des moyens pour d'autres actions et donc contribue à l'accroissement de la production publique.

a-Les coûts publics évités mesure l'écart entre les coûts de prise en charge par la collectivité des activités de maintien par exemple des capacités contributives des acteurs productifs, et la valeur des subventions accordées pour cette tâche (coût de production du service moins le coût de la subvention).

b-Les coûts sociaux évités représentent le coût collectif des effets de situations sociales dégradées qui a été évité, du fait de l'action des OESS. De tels coûts ont fatalement des conséquences sur les budgets publics (coût de répression, coût de réparation...) ⁵⁵.

⁵⁴ Putnam (1993).

⁵⁵ Ces derniers sont difficiles à identifier concrètement. Pour se faire il conviendrait de construire des protocoles particuliers.

c-Les OESS contribuent à la réduction des dépenses publiques, en général des Informations sociales relatives aux besoins ou aux risques sociaux, qui une fois mobilisées permettent aux acteurs publics d'en prendre conscience et d'y répondre (coût de collecte de l'information : enquêtes...)

d-Enfin le secteur fonctionne comme un laboratoire d'innovation sociale et d'expérimentation de politiques sociales en permettant de les mettre en œuvre (aides à la personne).

C- CONTRIBUTIONS A L'ACCUMULATION DES OESS.

a-Les OESS jouent un rôle fondamental dans la constitution du capital productif nécessaire à la croissance et au développement durable régional. En fait le processus de croissance et de développement durable régional est un système à capitaux multiples.

En effet ce sont des formes différentes de capitaux, technique, naturel, humain, social et institutionnel qui sont articulées et qui permettent à moyen terme ce processus de développement.

Cette accumulation résulte du fait que certaines des productions de l'ESS ne disparaissent pas sous forme d'une consommation de biens ou de services mais sont accumulées⁵⁶.

Ces formes de capital obéissent bien aux phases d'accumulation, de production et de dépréciation.

b-Les interactions de l'ensemble des cinq catégories de stocks d'actifs mentionnées constituent le système dans lequel s'inscrit le processus quantitatif et qualitatif de la croissance et du développement. Certaines de ces relations ont été largement étudiées notamment celles entre le capital humain et le capital construit⁵⁷, d'autres restent plus obscures.

c-Nous ne disposons pas pour le moment d'un modèle satisfaisant permettant de comprendre comment cette articulation est organisée, ni même d'analyses et de mesures permettant d'établir quelles doivent être, selon les situations, les parts relatives de l'accumulation de chacune de ces formes de capital. Ce que nous savons, par contre, c'est qu'elles contribuent au processus, et que les OESS participent de façon significative à sa mise en œuvre.

- Contribution à l'accumulation de capital technique.
- Contribution à l'accumulation de capital humain.
- Contribution à l'accumulation de capital naturel.
- Contribution à l'accumulation de capital social.
- Contribution à l'accumulation de capital institutionnel.

1-Contribution à l'accumulation de capital technique.

⁵⁶ Garrabé (2003b)

⁵⁷ BeckerG. (1993), Barro R. (2001),

Le capital technique recouvre toutes les capacités productives constituant les structures et infrastructures dans lesquelles s'organise le travail. Les OEES contribuent à l'accumulation de capital technique ainsi :

a- Constitution d'un capital technique propre (coopératives, SCOP, SCIC, structures du tourisme social, maisons de retraite etc...).

b- Maintien de structures et/ou accumulation dans des entreprises du secteur privé qui disparaîtraient en l'absence d'OEES (commerce éthique, artisans, ...)

c- Aménagement du territoire et maintien-développement de structures collectives (actions en milieu rural, quartiers urbains, structures sportives...)

2-Contribution à l'accumulation de capital humain.

Le capital humain est constitué d'un ensemble de ressources accumulées et structurées, comprenant la santé, le savoir et les compétences. Cependant la mobilisation de cette forme de capital nécessite le développement de capacités d'accès, nommées capabilités.

a- Production de Capabilités. Les capabilités⁵⁸ de base correspondent au fait qu'une personne puisse accomplir certains actes fondamentaux, se déplacer, assurer la satisfaction de ses besoins nutritionnels, participer à la vie sociale de la communauté⁵⁹.

De ce point de vue les capabilités constituent un stock de capacités d'accès. Les capabilités correspondraient à des opérateurs de transformation de biens et services en utilités individuelles.

Elles sont notamment une production « sur mesure » destinée à une population économiquement et socialement fragile. L'économie sociale est une productrice essentielle de capabilités. Elles sont d'évidence, la production commune de toutes les structures d'insertion.

b- La production de qualifications physiques (santé), est l'objet de l'action de tout le secteur sanitaire et social par exemple. Les structures sportives jouent de ce point de vue un rôle considérable sur l'état de santé général, constitutif de l'accumulation en capital humain.

c- La production de qualifications cognitives. La formation interne (salariés et membres) et externe (bénéficiaires) ou l'accès au savoir scientifique, technique ou culturel) est le fait de très nombreuses structures du secteur (éducation populaire).

On peut rattacher à ce niveau de qualification cognitive, les actions de production et de préservation culturelle (langues régionales, mémoires locales).

⁵⁸ SEN A.K (1993).: Ethique et économie Paris PUF

⁵⁹ idem (p 210)

d-Enfin la production de qualifications intellectuelles et sociales non cognitives, telles que les aptitudes diverses personnelles comme l'aptitude relationnelle et l'innovation intellectuelle, est aussi l'objet de l'action d'OESS.

3-Contribution à la production de capital naturel.

Dans ce domaine l'activité de certaines structures de l'ESS s'exerce au triple niveau de la prévention, de la protection et de la restauration des actifs patrimoniaux naturels.

a-Ces aspects de l'action de structures du secteur ont des conséquences sur la situation productive de certaines activités comme l'agriculture ou le tourisme, mais aussi des conséquences sur l'utilité présente et future des usagers du patrimoine naturel.

b-A ce titre d'ailleurs le terme d'usager n'est que partiellement adapté tant il est vrai que la profusion de valeurs du capital naturel ne concerne que pour partie les usagers. Un travail de repérage des éléments constitutifs de l'actif forestier est, à titre d'exemple, de ce point de vue significatif⁶⁰. En effet on peut distinguer douze composantes différentes, représentant des valeurs de nature différentes.

c-Le capital naturel est pourvoyeur de valeurs d'usage présentes et futures, appropriables ou collectives, mais aussi de valeurs d'existence ou d'héritage⁶¹. La prévention de son gaspillage, la protection de son renouvellement, voire sa restauration participent de sa durabilité, et donc de la durabilité du développement régional par exemple.

4-Contribution à la production de capital social.

a-Le capital social est constitué d'un stock de liens sociaux volontaires⁶² sorte de potentiel relationnel productif. Il représente la densité et l'intensité de l'ensemble des liens dont les individus et les groupes, disposent comme ressource, et dont ils peuvent user pour des raisons personnelles, de solidarité ou autres.

Le capital social se réfère aux connexions entre les réseaux individuels et collectifs, aux normes de réciprocité et à la confiance qui les caractérisent⁶³. Les plates-formes d'initiative locale sont des exemples de l'efficacité de ces réseaux sur la création de richesse et d'emploi au niveau de la région L-R-S.

b-Cependant il ne faut pas réduire le capital social à l'existence de simples réseaux, il est aussi porteur de normes, de valeurs et de convictions communes⁶⁴.

⁶⁰ Garrabé M (2002) : Evaluation des fonctions non marchandes in Usages et fonctions multiples de la forêt méditerranéenne Chap 8 CEMAGREF

⁶¹ La valeur d'existence d'un actif représente la disposition à payer pour protéger par exemple un actif naturel sans objectif d'usage

⁶² Cette caractéristique est importante.

⁶³ Putnam R. : (2000) (p 19).

⁶⁴ OCDE (2001) : (p47)

c- Les OESS jouent un rôle particulier et déterminant dans la production du capital social. En effet l'activité associative en particulier, inculque à ses membres des habitudes de coopération, de solidarité, et de civisme⁶⁵.

La disposition d'un stock de liens personnels, à comme conséquence la confiance en soi et dans les autres⁶⁶, elle constitue un facteur de cohésion sociale, au moins dans le cas général, susceptible de générer des comportements altruistes. On pourrait distinguer deux types de cohésion :

-la cohésion sociale interne

a-La plupart des associations ont une approche volontariste des relations avec leurs salariés. Elles ont dans la mesure du possible, un volet de formation interne, visant à l'amélioration de la compétence des salariés, et à leur promotion.

b-Beaucoup mettent aussi l'accent sur la complémentarité entre administrateurs - élus et bénévoles - et salariés, contribuant ainsi à produire la culture solidaire d'association.

-la cohésion sociale externe.

C'est sans doute par le rôle particulier qu'elles jouent que les associations de tourisme contribuent le plus à la cohésion sociale externe.

a- D'une part par leur action en partenariat avec les organismes sociaux et une politique rigoureuse des prix, les associations participent de la mise en œuvre « du droit aux vacances », estimant que « c'est un dû pour chacun et qu'elles sont un facteur d'équilibre » (Unat).

b- D'autre part le refus de transformer leurs équipements en " ghettos " pour populations en difficulté, et permettre de ce fait un plus grand brassage social est à l'origine d'une production d'utilité sociale spécifique.

Cela nécessite un effort de préparation, d'accueil, d'encadrement, car il est difficile d'accueillir en même temps des groupes très différents, ce qui génère un surcoût rarement souligné.

d-Putnam (2000) a montré que le capital social informel, influe sur l'efficacité des organisations chargées de l'insertion et de la cohésion sociale. Les associations civiques bénévoles, qu'il appelle les « écoles de la démocratie », sont déterminantes dans le développement des compétences sociales et civiques.

e-Les OESS et plus particulièrement les associations sont, pour beaucoup, des organisations qui ont plusieurs fonctions importantes dans la production de capital social et donc concourent à la production de richesses, de façon directe, mais aussi indirecte.

⁶⁵ Knack 2001: (p219).

⁶⁶ Même si pour Olson M. : (1982) les autres représentent seulement le groupe.

f-Au niveau micro, le capital social et la confiance qu'il génère, réduisent les coûts de transaction, facilitent l'exécution des contrats et permettent l'accès au crédit dans de meilleures conditions. Au niveau macro, la cohésion sociale facilite le fonctionnement démocratique et améliore la qualité et l'efficacité des politiques⁶⁷.

g-Putnam (1993)⁶⁸ considérait que la participation aux associations horizontales était une source de confiance et de liens sociaux favorisant l'efficacité gouvernementale et la performance économique. En effet, pour lui, le succès relatif de l'Italie du Nord par rapport à celle du Sud serait dû, pour une part importante, à la richesse de sa vie associative.

h-Le capital social joue, naturellement, un rôle important dans la réussite personnelle (Temple 2001). Il améliore le Bien Etre de l'enfant (Putnam 2000), diminue le niveau de maltraitance (Kobbin et Coulton 1997) et facilite l'accès à la vie adulte. Il peut même être l'occasion d'une diminution du développement de certaines maladies dégénérantes (Rose 2000) du fait du rôle de l'entourage du malade. On constate une corrélation entre les variations de capital social et la santé (Putnam 2000).

i-Il est un facteur de la baisse de la délinquance. Une baisse du capital social se traduit par un accroissement de la criminalité, par l'éclatement des familles et par une baisse de la confiance (Fukuyama 1995). Pour Kawachi (1997), la délinquance est en effet due pour partie au manque d'estime de soi, de dignité et de statut social. Une étude de Sampson et alii (1997) montre que la confiance mutuelle et l'altruisme de voisinage explique la différence de criminalité entre certains quartiers de Chicago.

j-Le capital social pourrait avoir sur le bonheur un effet supérieur à celui de l'instruction et du revenu au moins pour les tranches de revenu moyennes et supérieures (Blanchflower et Oswald (2000).

5-Contribution à la production de capital institutionnel.

a-Pour Helliwell⁶⁹, ce que nous nommons le capital institutionnel, se compose des institutions publiques,et privées, au nombre desquelles figurent les appareils politiques (gouvernance) et juridiques.

b-Dans la mise en place de ce capital institutionnel, on distingue classiquement des organisations publiques, privées et sociales.

c-Le développement des structures institutionnelles est une activité importante des OESS, normes, label, etc...mais l'ESS produit aussi des organisations internes des structures en regroupements locaux, régionaux, en fédérations etc...

Ces systèmes constituent des avantages importants pour la diffusion de l'information, la représentativité et donc l'action des organisations de base. La constitution de ce capital institutionnel permet des économies de coûts de fonctionnement, et accroît l'efficacité des actions.

⁶⁷ Easterly et Levine: (1997).

⁶⁸ Putnam R.(1993) (pp89-90).

⁶⁹ 2001 intro (p XIV),

L'ensemble de ces composantes, caractéristiques de la production des OESS devrait se retrouver pour l'essentiel, dans la production sectorielle du tourisme social.

C'est l'objectif du chapitre suivant que de construire une procédure permettant de vérifier leur existence et d'en identifier (estimer) le contenu.

V

MÉTHODOLOGIE.

A-PRINCIPES GENERAUX.

Evaluer conduit généralement à identifier et à mesurer les avantages et les coûts respectifs du fonctionnement du secteur. Parler d'utilité économique et sociale est donc insuffisant il faudrait aussi parler de la désutilité collective du secteur et donc identifier et mesurer par exemple les coûts d'opportunité de l'investissement et du fonctionnement (subventions), les coûts d'opportunité du bénévolat, les coûts d'opportunité de l'utilisation de l'espace ainsi que les effets externes négatifs (coûts d'encombrement...) notamment. Notre ambition sera dans cette étude de n'estimer qu'indirectement les retombées économiques du secteur, et de contribuer à repérer les caractéristiques de sa production sociale et sociétale, à travers deux méthodes différentes : une méthode d'extrapolation pour l'estimation des effets économiques, une méthode plus classique d'enquête pour l'évaluation de l'utilité sociale.

B-METHODE DE L'ESTIMATION DE L'UTILITE ECONOMIQUE.

Concernant l'évaluation économique, en préalable à des enquêtes plus approfondies mobilisant les informations comptables indispensables⁷⁰, nous serons conduits à recourir à une procédure d'extrapolation à partir de données nationales (unat, insee et cnt), et locales (unat, insee et crt) concernant :

- les dépenses touristiques, et les nuitées,
- les équipements touristiques (nombre de lits notamment),
- les comptes nationaux (TEE), pour la propension à consommer, le compte satellite du tourisme et des informations des comptes des centres de gestion agréés en Languedoc-Roussillon, pour le calcul de coefficients comme par exemple le ratio de la valeur ajoutée sur le chiffre d'affaire.

Nous utiliserons pour la mesure des effets économiques indirects des multiplicateurs régionaux construits au CEP pour l'évaluation des effets régionaux d'opérations d'investissement et susceptibles d'être adaptés à des niveaux infra régionaux si nécessaire.

La démarche retenue à été la suivante, à partir du chiffre d'affaire du tourisme social national et de son nombre de lits (Unat), nous avons calculé le C.A. du tourisme social de L.R. Ce calcul nous conduit à faire l'hypothèse que le taux d'occupation des lits est en moyenne le même, au niveau national et au niveau régional, et que le tarif moyen pratiqué n'est pas significativement différent en L.R.

A partir de ce C.A., constitué des dépenses touristiques, mais aussi des subventions reçues, un certain nombre de dépenses locales sont effectuées par les structures du tourisme sociale pour s'approvisionner et payer les services nécessaires à leur fonctionnement. Ces dépenses induisent des effets indirects sur le filière du tourisme. Les salaires versés également.

En réalité les dépenses des vacanciers du tourisme social, sont de deux ordres distincts : le tarif à la journée et les dépenses annexes internes ou extérieures à l'établissement. Pour les estimer nous avons deux possibilités dans la mesure ou

⁷⁰ Enquête prévues par l'ORT pour l'année prochaine.

une enquête était impossible, en l'état de la connaissance statistique du secteur, sa représentativité ne pouvant être assurée :

-soit utiliser un tarif moyen par vacancier en L.R., et estimer approximativement ses dépenses annexes, mais dans ce cas il nous aurait fallu identifier l'ensemble des subventions perçues par les établissements, et plus généralement de leurs comptes de résultats pour pouvoir identifier les postes de dépenses,

-soit utiliser les informations des enquêtes régionales des dépenses touristiques en retenant les valeurs inférieures de ces dépenses plus représentatives des budgets moyens des vacanciers de ce secteur.

C'est cette deuxième solution que nous avons retenue. Cela revient à faire l'hypothèse que les vacanciers du tourisme social ne sont pas différents dans leur attitude de consommation des autres vacanciers, si ce n'est que leurs dépenses sont plutôt plus faibles en moyenne. Cela représente toutefois une fiction puisque le tarif comprend généralement un ensemble de services comme l'hébergement et au moins une partie des repas. Par ailleurs le choix de la première solution aurait exigé la connaissance des différences de contrepartie en services du tarif pour chacun des établissements enquêtés.

A partir de ces budgets de consommation par catégories nous avons estimés le chiffre d'affaire hors taxe de secteur par catégorie de dépense (nous avons établi le C.A. global du secteur pour la région, à partir du ratio du nombre de lits régionaux).

A ces données nous avons appliqué des ratios de valeur ajoutée sur chiffre d'affaire. Pour ces derniers nous avons mobilisé deux sources différentes. Celle de l'Insee qui permet de les calculer au niveau national, et des sources locales, issues de synthèses professionnelles de comptes de gestion agréés régionaux⁷¹. Une comparaison de ces deux sources nous a permis de choisir les coefficients les plus conformes à la réalité régionale.

A partir de ces informations nous avons procédé au calcul de la valeur ajoutée directe du secteur. Pour le calcul des effets indirects, qui correspondent à l'induction de la production locale des consommations intermédiaires utilisées par le secteur du tourisme social, nous aurons à identifier les consommations intermédiaires produites localement, d'une part, utiliser un coefficient multiplicateur local, représentant la spécificité du Languedoc-roussillon, notamment parce le coefficient d'importation est calculé en fonction des particularités de son économie, d'autre part. Ce coefficient spécifique est élaboré pour le L.R., mais sa formulation autorise son utilisation à des niveaux infra-régionaux.

Cette méthode nous permettra aussi de calculer les effets induits par les dépenses des salaires versés à la fois directement et indirectement du fait de l'activité du secteur. Enfin nous ferons l'hypothèse de dépenses annuelles d'entretien des infrastructures et de leurs conséquences économiques.

⁷¹ Ces informations n'ont pas toujours un caractère de représentativité satisfaisant du fait de l'étroitesse parfois de la population de certaines strates.

Naturellement cette approche suppose des hypothèses, celles qui président à la construction du multiplicateur, mais aussi l'hypothèse que les coefficients d'importation des achats du tourisme social sont les mêmes que pour la moyenne des autres secteurs. Ce qui n'est pas vérifiés pour certains acteurs du secteurs par exemple les comités d'entreprises.

C-IDENTIFICATION DE L'UTILITE SOCIALE.

a-Principes.

Pour identifier les composantes de l'utilité sociale du tourisme social, nous avons retenu le principe d'une enquête exhaustive à partir de la population des villages vacance du Languedoc Roussillon. Le fichier que nous avons utilisé est celui de l'Observatoire du Tourisme de la région qui comprend 136 structures, mais une fois l'ensemble de celles-ci pressenties, en fait il n'en restait plus que 123 d'exploitables.

Ce fichier, bien qu'intitulé villages vacances, comme nous l'avons vu,⁷² correspond à la fois à des villages vacances et des centres d'accueil jeunesse. Parmi les villages vacances nous avons rencontré des associations, des structures communales et même des structures privées. Les comités d'entreprise sont aussi présents du fait de conventions: places réservées dans les villages vacances.

Le questionnaire a été réalisé à partir d'un travail sur les effets en terme de flux et d'accumulation de capital du tourisme social. A partir de l'identification des effets des indicateurs ont été élaborés puis des questions ont été élaborées pour les renseigner.

Le questionnaire a ensuite été testé puis proposé à l'ensemble des établissements du fichier modifié. Trois modalités d'enquête ont été retenues, par entretien, par téléphone, par fax selon les disponibilités des acteurs.

Le taux de réponse global a été de 39% du fichier⁷³ ce qui correspond à un ensemble de 48 établissements⁷⁴ représentant 12091 lits.

b-Identification d'indicateurs significatifs.

Le travail d'identification s'est déroulé en quatre phases.

- Travail de documentation général.
- élaboration de grilles d'effets
- élaboration de grilles d'indicateurs
- test des grilles auprès des opérateurs de terrain pour validation

D-IDENTIFICATION INDIRECTE DES PREFERENCES.

En plus de l'enquête précédente, nous avons souhaité identifier les préférences des vacanciers concernant les caractéristiques de l'offre des villages vacances. L'impossibilité, en l'état de l'information d'effectuer une étude représentative auprès

⁷² Cf composantes du TRS LR infra p 35 et suivantes

⁷³ voir préalable aux résultats (infra p86)

⁷⁴ La liste des établissements, avec leur nombre de lits figure en annexe 2.

des vacanciers, nous a conduit à utiliser un protocole de consultation de personnes ressources, ayant la capacité de proposer une opinion de référence, du fait de leur position, et de leur disposition.

Nous avons retenu un petit nombre de personne⁷⁵, et à partir d'une enquête sur un échantillon limité de personnes ressources, nous avons procédé à l'utilisation d'une technique peu employée en Economie sociale, mais présentant l'intérêt de ne pas contraindre les enquêtés à s'exprimer à partir d'échelles fermées.

L'avantage de cette méthode dite « des experts » est permettre le choix flou. Nous présenterons, par souci de cohérence cet outil dans le chapitre VIII, avant de l'utiliser, immédiatement sur un échantillon⁷⁶.

⁷⁵ Le nombre d'experts consultés n'a pas d'incidence sur le résultat.

⁷⁶ La liste des personnes consultées figure à l'annexe 2.

E-TABLEAU DES INDICATEURS .

Ce tableau est construit à partir de l'identification des effets du tourisme social⁷⁷, auxquels nous avons associé des indicateurs. La démarche retenue privilégie l'approche en termes de variations de flux et de variations de stocks. Naturellement celle-ci suppose des choix qu'il conviendra de discuter.

Tableau N°13

<u>EFFETS</u>	<u>INDICATEURS</u>
<i>UTILITE ECONOMIQUE</i>	
Estimation des FLUX.	
<p>1-La valeur ajoutée directe : richesse nette créée du secteur du tourisme social et associatif du Languedoc-Roussillon (TSA-LR)</p>	<p>*Chiffre d'affaires du tourisme social régional : Opérateur le ratio technique du nombre de lits. *Dépenses touristiques des résidents relevant du tourisme social. *Chiffre d'affaire correspondant aux dépenses touristiques des résidents du tourisme social au niveau national. *Chiffre d'affaire correspondant aux dépenses touristiques des résidents du tourisme social au niveau régional (Languedoc-Roussillon). *Ratios valeur ajoutée/Chiffre d'affaire pour les activités relevant du tourisme *Valeur ajoutée directe du tourisme social régional Languedoc-Roussillon.(Mls€) $(CA*VA/CA=VA)$</p>
<p>2-La valeur ajoutée induite des entreprises locales : richesse créée par les fournisseurs du TSA-LR</p>	<p>*Consommations intermédiaires du tourisme social régional Languedoc-Roussillon *Multiplicateur régional pour les dépenses des entreprises (CEP-Université de Montpellier1)</p>
<p>3-La valeur ajoutée induite des ménages : richesse créée par les revenus directs et indirects distribués dépensés.</p>	<p>*Dépenses liées aux salaires et charges du secteur. *Multiplicateur des ménages régionaux (CEP-Université de Montpellier1).</p>
<p>4-Le surplus de solidarité : prix moindre à qualité égale. Il s'agit d'un surplus de consommateur qui laisse</p>	<p>*L'économie réalisée par les acteurs du fait de l'écart moyen de prix constaté de 30 à 35% (<u>UNAT 1993</u>) entre le secteur du TSA et le secteur du tourisme marchand.</p>

⁷⁷ Nous sommes redevables de nombreuses informations obtenues lors de nos entretiens, en particulier auprès de Mr Hinterseber (Unat et Renouveau) Mr Belhomme (CE EDF-GDF) et Mme Blaho-Poncé (CRT Hérault).

entière la question du coût des subventions attribuées au secteur TSA-LR.	
5-La valeur ajoutée locale d'investissement.	*Données comptables relatives à l'amortissement et aux provisions constituées par les entreprises du secteur : (Données nationales et locales Insee + comptes de gestion).
6-L'emploi direct et indirect locaux.	*Emplois permanents du tourisme social régional *Emplois non permanents du tourisme social régional *Ratio technique du nombre de lits. *Hypothèse 1 :Joly-Simonin (2001), hypothèse 2 ratio de VA indirecte calculée par nos soins.
7-Le bénévolat en équivalent emplois.	*(Nombre de bénévoles du TSA-LR) x 'nombre d'heure annuel) / 1575
8-Les coûts évités.	*Moindres coûts publics (santé) et sociaux (délinquance), du fait de l'action du TSA et de l'aide aux vacances, de catégories sociales exclues. Le rôle du TSA ne peut pas être directement estimé du fait de l'existence d'autres facteurs.
9-Les effets externes (coûts d'encombrement, avantage pour le territoire du maintien d'activités, effet de productivité sur le secteur marchand...)	*Plaintes de voisins ou d'usagers à la mairie de la commune. *Productions de biens et services maintenues par la présence du TSA. *Effets sur l'organisation des producteurs locaux pour répondre aux demandes (horaires, produits et services,...)
<u>Estimation de variations de CAPITAL</u>	
<u>-Effet sur le capital technique (sur l'accumulation d'actifs physiques)</u>	
10-création d'Infrastructures de loisirs en site	*Nombre et type d'Infrastructures mises à disposition hors période de vacances ouvertes à d'autres usages ou d'autres catégories d'usagers
11-création d'Infrastructures d'accompagnement	*Nombre et types d'Infrastructures d'accès, sentiers de randonnée pédestre, pistes de ski de fond, pistes cyclables, aménagement des rives le long des cours d'eau par exemple, mais aussi infrastructures de transport et de flux, mises à disposition hors période de vacances.
12-dégradation d'infrastructure	*Nombre et type d'Infrastructures subissant du fait du projet une dégradation de leur qualité de service (route, services publics,...)
13-Effet de résilience : effet lié au maintien ou à l'amélioration de la capacité de l'économie locale lui permettant de résister	*Taux d'emploi locaux, taux de CA des entreprises locales, taux de salaires locaux imputable au TSA-LR.

aux contraintes du marché du fait de la présence du TSA-LR).	
<u>-Effet sur le capital naturel (sur l'accumulation d'actifs naturels)</u>	
14-utilisation d'espace	*Surface occupée en % de la surface communale. *Coût d'opportunité de l'occupation du sol. *Conditions d'accès à l'espace occupé par les non usagers.
15-dégradation d'espace	*Coût annuel d'entretien et de réhabilitation des espaces utilisés directement ou indirectement par les vacanciers.
16-consommation d'énergie	*Consommation d'énergie par acteur *Part des énergies renouvelables
17-amélioration des sites	*Surface aménagée en % de l'espace du site. *Nombre d'arbres plantés par le projet. *Actions de prévention proposées *Mesures de protection réalisées *Actions de restauration
18-dégradation ou amélioration des stocks d'autres actifs naturels.	*Type d'actif concernés : déchets, bruit, eau, plage, faune , flore...
<u>UTILITE SOCIALE.</u>	
<u>Indicateurs de FLUX.</u>	
19-Réduction des inégalités et démocratisation des loisirs.	*Taux de familles aidées *Taux de RMI *Origine des familles aidées (zones défavorisées) *Part des tarifs dégressif (-10%, -20%) dans le total. *Poids de l'aide aux familles dans le CA (% plein tarif, %-10, %-20)
20-Reconquête de l'estime de soi par les vacances. Confiance en soi, recouvrement de la capacité d'être acteur par la participation aux activités d'animation.	*Budget d'animation dans les dépenses d'exploitation (Greffier) *Taux de participation aux activités des personnes aidées. *Espaces collectifs/nombre de vacanciers (Greffier)
21-Convivialité et partage, rencontre, découverte de personnes de milieux et de cultures	*Taux de participation moyen aux activités d'animation *Pratique du covoiturage en excursion (taux)
22-Responsabilités assumées librement par les acteurs du tourisme social.	*Conscience et respect des autres dans les activités à nuisances sonores (jeux en nocturne par exemple) * Conscience et respect des espaces de proximité hors site (mesuré par la baisse du coût de

	nettoyage et de restauration).
<u>Indicateurs de variations de CAPITAL.</u>	
<u>- Effet sur le capital humain (sur l'accumulation d'actifs humains).</u>	
23 -capabilités, restauration du rôle d'acteur des exclus	*Effet d'accès aux autres, à la culture locale par l'animation, le jeu. *Opposition au replis social interne : stimulation à la participation aux activités de la part des animateurs.
24 -Restauration de capacités	*Diminution du stress et amélioration de l'état de santé physique et moral des vacanciers.
25 -acquisition de savoirs et compétences pour les usagers	*Animation culturelle folklorique locale favorisant l'accès à la perception de l'identité locale. *Excursions culturelles *Initiations aux sports et autres activités artistiques.
26 -développement personnel et confiance en soi.	*Initiation à l'expression artistique et sportive *Participation aux débats (discussions de veillée)
27 -formation des salariés	*formation à l'animation, à la satisfaction des usagers, à la gestion des conflits parfois *professionnalisation dans la restauration, l'entretien, l'animation *apprentissage du travail en équipe *la fidélisation du personnel renforce la compétence personnelle, la cohésion du groupe et la satisfaction des vacanciers (taux de fidélisation : un salarié qui a deux contrats consécutifs est prioritaire la troisième année (convention collective))
<u>-Effet sur le capital social (sur l'accumulation d'actifs sociaux)</u>	
28 -confiance dans les autres	*les conflits entre voisins sont gérés par l'autorité, pas directement entre acteurs. Ce qui n'était pas le cas il y a quelques années. Ce qui dénote une perte de convivialité générale. Le raccourcissement des séjours n'arrange pas les choses. *Efforts de l'encadrement pour lutter contre le doute de l'autre *le covotage est un indicateur de confiance dans les autres. *participation à des jeux d'équipe
29 cohésion,(appartenance, intégration, participation, reconnaissance, légitimité) -Mixité sociale donc contribution à l'intégration -origines et territoires -milieu socio professionnels	*Mixité économique : du RMI au cadre moyen (taux) *Mixité géographique : origine des vacanciers (taux) *Mixité sociale : professions, ages, handicaps (taux) *Mixité culturelle : confession, convictions, niveau d'études (taux) Attention la mixité suppose autre chose que la simple cohabitation des différentes catégories

-jeunes-moins jeunes -handicapés-non handicapés -Mixité confessionnelle, convictionnelle <i>culturelle,</i>	énumérées. Elle suppose la mesure d'échanges réels entre ces catégories : la participation et l'intégration. Donc il convient de concevoir des indicateurs tels que les taux de mixité par activité.
30-solidarité -adhésion aux valeurs de solidarité -création de liens -mobilisation sur des valeurs collectives	*Taux de relations créées sur le site et qui donnent lieu à des contacts hors site. *Taux d'adhésion post séjour à des associations d'intérêt général. *Meilleure acceptation des autres après séjour.
31-Responsabilité	*Conséquences comportementales durables de la conscience et du respect des autres acquise lors du séjour. *Conséquences comportementales durables de la conscience et du respect des espaces naturels acquise lors du séjour.
32-culture -diffusion de cultures locales -préservation d'identité culturelle	*L'accession par simple initiation à une culture locale s'intègre dans une reconnaissance, voire à une collaboration à sa diffusion. *La connaissance, la reconnaissance d'une expression culturelle (perçue sur site) peut être porteuse plus largement d'une adhésion à la différence culturelle.
<u>-Effet sur le capital institutionnel (sur l'accumulation d'actifs institutionnels)</u>	
33-Innovations sociales et expérimentation des politiques publiques.	*Expériences d'innovations sociales *mises en œuvre des politiques publiques nationales *mises en œuvre des politiques publiques locales.
34-développement associatif	*Le TSA peut contribuer au renforcement de structures associatives créées pour par exemple l'entretien des sentiers, la préservation du milieu naturel, ou l'expression de la culture locale.
35-gouvernance	*-Liens entre structures du tourisme social et maisons de quartier pour organiser l'accès de certains acteurs aux vacances. *-Liens entre TSA et collectivités locales pour organiser l'intégration de l'activité au sein de la collectivité.
36-label	*Participation à l'émergence ou au renforcement de labels de qualité (tourisme et handicaps, eco-label pour l'hébergement touristique)
37-procédure	*Contribution à l'émergence de nouvelles procédures contractuelles vis à vis des salariés ou vis à vis des vacanciers.

F-QUESTIONNAIRE.

A partir des indicateurs identifiés nous avons élaboré un ensemble de questions relatives à chacune des formes de flux et d'accumulation que nous avons retenu comme pertinents.

INDICATEURS	QUESTIONS
1-La valeur ajoutée directe : richesse nette créée du secteur du tourisme social et associatif du Languedoc-Roussillon (TSA-LR)	Estimation par extrapolation
2-La valeur ajoutée induite des entreprises locales : richesse créée par les fournisseurs du TSA-LR	Estimation par extrapolation
3-La valeur ajoutée induite des ménages : richesse créée par les revenus directs et indirects distribués dépensés.	Estimation par extrapolation
4-Le surplus de solidarité : prix moindre à qualité égale. Il s'agit d'un surplus de consommateur qui laisse entière la question du coût des subventions attribuées au secteur TSA-LR.	Estimation par extrapolation
5-La valeur ajoutée locale d'investissement.	Estimation par extrapolation
6-L'emploi direct et indirect locaux.	Estimation par extrapolation
7-Le bénévolat en équivalent emplois.	71-Dans votre activité y a-t-il des <u>bénévoles</u> qui vous aident ?
	72-Si oui combien sont-ils ?
	73-combien <u>d'heures consacrent-ils par semaine</u> à cette activité ?
	74-Combien de <u>semaines par an</u> ?

	75 -Les taches qu'ils accomplissent sont-elles les mêmes que celles des salariés ?
8 -Les coûts évités.	<p>81-On peut faire l'hypothèse que le tourisme social peut permettre <u>d'éviter des coûts</u> de santé ou de délinquance à la société, parce qu'il offre l'occasion à des personnes moins favorisées de prendre des vacances. Qu'en pensez-vous ?</p> <p>82-Si oui avez vous connaissance de faits précis ?</p>
9 -Les effets externes (coûts d'encombrement, avantage pour le territoire du maintien d'activités, effet de productivité sur le secteur marchand...)	<p>92-Votre activité permet-elle de <u>maintenir</u> d'autres activités, à proximité du village qui autrement auraient disparues ?</p> <p>93-Si oui lesquelles ?</p> <p>94-Sont-elles maintenues toute l'année ou seulement la saison ?</p> <p>95-Votre activité a t-elle des effets sur <u>l'organisation de producteurs locaux</u> pour répondre à la demande des vacanciers ? -horaires modifiés -produits particuliers -services nouveaux -autres ?</p>
	<p>101-Certaines des infrastructures <u>appartenant au site</u>, sont-elles mises à disposition, hors période de vacances, -pour d'autres usages -ou d'autres catégories d'usagers ?</p> <p>102-Si oui quelles sont ces infrastructures ?</p>
11 -création d'Infrastructures d'accompagnement	111 -Certaines infrastructures <u>extérieures</u> au village vacance, ont-elles été créées, pour répondre au besoin du village vacances ?

	<p>112-Si oui quelles sont ces Infrastructures <u>hors du site</u>, qui restent à disposition hors période de vacances ?</p> <ul style="list-style-type: none"> -infrastructures d'accès -aménagements de réseaux -mais aussi sentiers de randonnée pédestre, -pistes cyclables, -aménagement des rives le long des cours d'eau. -autres
<p>12-dégradation d'infrastructure</p>	<p>121-Certaines Infrastructures subissent-elles du fait du village vacance, et d'une population accrue, une <u>dégradation</u> de leur qualité de service</p> <ul style="list-style-type: none"> -routes, -services publics, -autre?
	<p>122-Si oui cette dégradation est-elle momentanée ou permanente ?</p>
<p>13-Effet de résilience : effet lié au maintien ou à l'amélioration de la capacité de l'économie locale lui permettant de résister aux contraintes du marché du fait de la présence du TSA-LR).</p>	<p>131-Quel est le nombre <u>d'emplois locaux directs</u> qui auraient pu être supprimés en l'absence du village vacance?</p>
	<p>132-A combien peut-on estimer le <u>nombre de familles</u> demeurant sur place du fait de la présence du village vacance ?</p>
	<p>133-Quels sont les <u>services collectifs</u> demeurant sur place du fait de la présence du village ?</p>
<p>14-utilisation d'espace</p>	<p>141-Quelle est la <u>surface totale</u> occupée par l'ensemble du village vacance?</p>
	<p>142-Quelles sont les <u>conditions d'accès</u> à l'espace occupé pour les non vacanciers ?</p>
<p>15-dégradation d'espace</p>	<p>151-Quel est le <u>coût annuel d'entretien</u> des espaces utilisés directement ou indirectement par les vacanciers ?</p>
	<p>152- Quel est le <u>coût annuel de réhabilitation</u> des espaces utilisés directement ou indirectement par les vacanciers ?</p>

16-consommation d'énergie	161-Quelle est la <u>consommation d'énergie par acteur</u> en moyenne ? 162-Utilisez-vous des <u>énergies renouvelables</u> ? 163-Si oui lesquelles ? 164-Dans quelle proportion ?
17-amélioration des sites (prévention-protection-restauration)	171-Quelles est la surface <u>occupée par les espaces naturels</u> en % de l'espace du site ? 172-Quel est le nombre <u>d'arbres plantés</u> par le village vacance ? 173-Avez-vous entrepris des actions pour améliorer <u>la sécurité du site</u> ? 174-Avez-vous pris des mesures de <u>protection du site</u> ?
18-dégradation des stocks d'actifs naturels.	181-Quels sont les <u>ressources naturelles qui peuvent être dégradées</u> du fait de leur utilisation par une population du village vacance? 182-Si il y a dégradation peut-elle être considérée comme <u>partielle ou définitive</u> ?
19-Réduction des inégalités et démocratisation des loisirs.	191-Quel est en moyenne le taux de vacanciers ou de <u>familles aidés</u>? 192-Quel est le taux de <u>RMistes</u> ? 193-Quelle est la proportion de familles originaires de <u>zones défavorisées</u> ? 194-Quelle est la part des <u>tarifs dégressifs</u> (-10%, -20%) dans le total? 195-Quel est le poids de l'aide aux familles dans le <u>Chiffre d'Affaire</u> -% de plein tarif, -% de moins 10%, -% de moins 20%

<p>20-Reconquête de l'estime de soi par les vacances. Confiance en soi, recouvrement de la capacité d'être acteur par la participation aux activités d'animation.</p>	<p>201-Quel est la <u>part du budget d'animation</u> dans les dépenses d'exploitation ?</p> <p>202-Quel est le <u>taux de participation</u> aux activités des personnes aidées ?</p> <p>203-Quel est le ratio espaces collectifs/nombre de vacanciers.</p>
<p>21-Convivialité et partage, rencontre, découverte de personnes de milieux et de cultures</p>	<p>211-Quel est le taux de participation moyen aux activités découverte ?</p> <p>212-Quel est le taux de <u>pratique du covoiturage</u> en excursion ?</p>
<p>22-Convivialité et responsabilités assumées librement par les acteurs du tourisme social.</p>	<p>221-Avez-vous observé l'existence du <u>respect des autres</u> -dans les activités à nuisances sonores (jeux en nocturne par exemple) ? -dans d'autres activités ?</p> <p>222-En quelle circonstances ?</p> <p>223-Avez-vous observé que les vacanciers respectaient les espaces communs ? si oui lesquels ?</p> <p>224-Si oui cela se traduit-il par une baisse du coût de nettoyage ou de restauration des lieux ?</p>
<p>23-capabilités, restauration du rôle d'acteur des exclus</p>	<p>231-Avez-vous constaté chez certains vacanciers après quelques jours de séjour, <u>la recherche de contacts</u>, d'échanges, d'expression, par l'animation, le jeu ?</p> <p>232-Comment favorisez-vous la <u>participation</u> aux activités des vacanciers les plus isolés?</p> <p>233-Vos animateurs ont-ils des consignes quant à <u>l'intégration des vacanciers</u> dans des groupes hétérogènes ?</p> <p>234-Si oui quelle est le contenu de ces consignes ?</p>

24 -Restauration de capacités	241 -Avez-vous constater une <u>diminution du stress</u> ou une amélioration de l'état de santé physique et moral de certains vacanciers au cours de leur séjour ?
	242 -Si oui est-ce eux qui vous l'ont dit ou cette constatation repose t-elle sur l'observation de certains indices ?
25 -acquisition de savoirs et compétences pour les usagers	251 -Pratiquez-vous des <u>animations culturelles</u> sur le site du village ? -si oui lesquelles ?
	252 -Si vous pratiquez des animations culturelles <u>folkloriques</u> par exemple, celles-ci, favorisent-elles l'accès à la perception de l'identité locale par les vacanciers?
	253 - Pratiquez-vous les <u>excursions culturelles</u> ? -Si oui sont-elles précédées ou suivies d'une discussion en groupe ?
	254 -Pensez-vous que les <u>initiations</u> aux sports et autres activités artistiques conduisent au développement de ces pratiques après les vacances ? L'avez vous constaté en particulier chez les vacanciers qui reviennent plusieurs années de suite au village ?
26 -développement personnel et confiance en soi.	261 -L'Initiation à <u>l'expression artistique et sportive</u> se traduit-elle, pendant le séjour, par des changements de comportements de ceux qui les pratiquent ?
	262 -Organisez-vous des <u>débats</u> , des discussions ou des veillées ?
	263 -Si oui quel en sont les thèmes les plus fréquents ?
	264 -Avez-vous constaté l'expression d'acteurs en général réservés ou isolés ?

27-formation des salariés	271-Assurez-vous une <u>formation</u> -à l'animation ? -à la satisfaction des usagers ? -à la gestion des conflits ?
	272-Le travail exercé contribue t-il à la <u>professionnalisation</u> -dans la restauration, -dans le métiers des services d'entretien, dans l'animation ?
	273-Favorise t-il l'apprentissage du <u>travail en équipe</u> ?
	274-La <u>fidélisation du personnel</u> renforce t-elle -la compétence personnelle, -la cohésion du groupe -la satisfaction des vacanciers ? (taux de fidélisation : un salarié qui a deux contrats consécutifs est prioritaire la troisième année (convention collective)).
28-confiance dans les autres	281-Les <u>conflits entre voisins</u> (à l'intérieur du village) sont-ils gérés par l'autorité, ou directement entre acteurs, (Auparavant par les acteurs, aujourd'hui moins. Ce qui dénote une perte de convivialité générale
	282-Quelles est <u>la part des jeux en équipe</u> dans l'ensemble des animations ? -pour les adultes -pour les enfants
	283-Quel est <u>le nombre de délits</u> constatés (taux par vacancier) -vols -violences
	284-<u>Le covoturage</u> est un indicateur de confiance dans les autres (re prise du résultat de la question 212)

<p>29cohésion,(appartenance, intégration, participation, reconnaissance, légitimité) <i>-Mixité sociale</i> donc contribution à l'intégration -origines et territoires -milieu socio professionnels -jeunes-moins jeunes -handicapés-non handicapés <i>-Mixité culturelle</i>, confessionnelle, convictionnelle <i>(Attention la mixité suppose autre chose que la simple cohabitation des différentes catégories énumérées. Elle suppose la mesure d'échanges réels entre ces catégories : la participation et l'intégration. Donc il convient de concevoir des indicateurs tels que les taux de mixité par activité.)</i></p>	<p>291-Quelles sont les <u>proportions des catégories</u> suivantes dans la population des vacanciers ? -RMI -ouvriers -employés -cadres moyens -autres Retrouve t-on ces proportions dans les différentes activités d'animation ?</p> <p>292-Quelle sont les <u>régions d'origine</u> des vacanciers ?</p> <p>293- Quelle est en proportion : -la distribution d'âges des vacanciers ? -la proportion de familles -de célibataires ? -de grands parents avec leurs petits enfants ? -d'handicapés ? -d'étrangers ? Retrouve t-on ces proportions dans les différentes activités d'animation ?</p> <p>294-Avez-vous observés l'existence : -de confessions différentes (proportion) ? -de niveaux d'études différents ? -de militants associatifs parmi les vacanciers? Retrouve t-on ces proportions dans les activités d'animation ?</p>
<p>30-solidarité -adhésion aux valeurs de solidarité -création de liens -mobilisation sur des valeurs collectives</p>	<p>301-Avez-vous eu connaissance de <u>relations créées</u> sur le site et qui ont donné lieu à des contacts ultérieurs (amitiés, autres) ?</p> <p>302-Avez-vous eu connaissance d'adhésions post séjour à des <u>associations d'intérêt général</u> par certains vacanciers? (notamment parmi les vacanciers qui reviennent plusieurs fois).</p> <p>303-Le séjour en village permet-il de renforcer par des débats ou des animations, la conscience de certaines <u>valeurs collectives</u>, comme : -l'environnement -la solidarité vis à vis de la pauvreté -la solidarité vis à vis du handicap</p>

31-Responsabilité	311 -Avez-vous connaissance de faits qui montreraient une plus grande conscience et un meilleur <u>respect des autres</u> après le séjour en village vacance ?
	312 -Avez-vous connaissance de faits qui montreraient une plus grande conscience et un meilleur <u>respect des espaces naturels</u> acquis lors du séjour ?
32-culture -diffusion de cultures locales -préservation d'identité culturelle	321 -L'initiation à un ou plusieurs aspects de la <u>culture locale</u> , par l'animation notamment, a t-elle conduits les vacanciers : -à acheter des produits régionaux ? -à envisager de faire des visites hors programme ? -à prendre contact avec des associations locales ?
	322 -Le fait de proposer des spectacles folkloriques permet-il de mieux faire <u>accepter les autres cultures</u> ? si oui quels sont les faits qui vous permettent de le penser ?
	323 -L'emploi de <u>salariés locaux</u> favorise t-elle la diffusion de la culture locale ? Quelle est la proportion de salariés locaux dans le total des salariés ?
33-Innovations sociales et expérimentation des politiques publiques.	331 -Avez-vous participé à des <u>expériences d'innovations sociales</u> ? Si oui lesquelles ?
	332 -Avez-vous contribué à une réflexion sur les conséquences de la <u>mise en œuvre de politiques publiques nationales</u> ?
	333 - Avez-vous contribué à une réflexion sur les conséquences de la <u>mise en œuvre de politiques publiques locales</u> ?
34-développement associatif	341 -Le village vacance a t-il contribué au <u>renforcement de structures associatives</u> créées pour, par exemple, -l'entretien des sentiers, -la préservation du milieu naturel,

	-ou l'expression de la culture locale.
35-gouvernance	351 -Existe t-il des <u>liens</u> entre votre village de vacance et des maisons de quartier pour organiser l'accès de certaines personnes aux vacances ?
	352 -Existe t-il des <u>liens</u> entre votre village de vacance et les collectivités locales pour mieux organiser l'intégration d'activités au sein de la collectivité ?
36-label	361 -Avez-vous participé à la mise en place de <u>labels de qualité</u> (tourisme et handicaps, eco-label pour l'hébergement touristique) ?
37-procédure	371 - Avez-vous contribué à à de nouvelles <u>procédures contractuelles</u> vis à vis des salariés ou vis à vis des vacanciers ?
38-Durée du séjour	381 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur le <u>comportement</u> des vacanciers ?
	382 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>effets ressentis</u> par les vacanciers ?
	383 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur la <u>rentabilité</u> de l'établissement ?
	384 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>services hôteliers</u> de l'établissement ?
	385 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur <u>l'organisation de l'animation</u> de l'établissement ?
	386 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur le <u>personnel salarié</u> ?

	387 -Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>rapports avec la commune</u> ?
--	--

La déclinaison Effets-Indicateurs-Questions nous a conduit pour des raisons de compréhension des questions à rechercher les informations les plus significatives pour rendre compte d'un effet, sans toujours être entièrement satisfait.

Le nombre des questions retenues, est important et a représenté un handicap dans les entretiens. Ce nombre a même été l'occasion de deux refus de réponse explicite et probablement de nombre de refus implicites (non réponses)

VI

ESTIMATION DES EFFETS
ÉCONOMIQUES DU
TOURISME SOCIAL EN
LANGUEDOC-ROUSSILLON

1-LA MOBILISATION DE L'INFORMATION.

Les données utilisées pour l'estimation des effets économiques du tourisme social proviennent principalement de données du tourisme en général au niveau national (ONT) et régional (ORT), et du tourisme social national (UNAT). En ce qui concerne le tourisme social régional du Languedoc-Roussillon, nous disposons des données déjà mentionnées provenant du traitement du fichier Sirène, de données de l'Unat et de l'ORT, mais aucune de ces données ne contient les informations économiques et financières nécessaires.

A-DONNEES TOURISTIQUES NATIONALES⁷⁸.

1-Des données de l'ONT font état des informations suivantes pour 2003:

- 1.5Mds de nuitées
- 75Mls de touristes étrangers
- 102.4Mds de dépenses touristiques (dont 20% de dépenses para touristiques : excursionnisme et clientèle locale), soit 6.6% du PIB.
- 205211 entreprises (Insee 2001)
- 735433 emplois recensés (31-12-2002 Unedic).
- 17.4Mls de lits dont 30.9% en hébergement marchand., soit 5.47Mls.

2-Une enquête réalisée en 2005 par BVA⁷⁹, révèle que le budget vacances des français s'échelonne aujourd'hui, entre moins 250 et plus de 1500€ par personne :

- moins de 250€ : 15.7% des sondés. Cette catégorie est constituée des 18-24 ans, des acteurs percevant un salaire de moins de 2000€ par mois ainsi que les familles (foyer de 4 à 5 personnes).

-entre 250 et 500€ : 19.3%, on trouve dans cette catégories les moins de 35 ans et les habitants de la province.

-plus de 500€ :30.6%, il s'agit en majorité des franciliens et des 50-64 ans.

-plus de 1500€ : 6.1.

B-DONNÉES TOURISTIQUES LANGUEDOC-ROUSSILLON⁸⁰.

- 9.1% des nuitées nationales.
- 8 % des dépenses touristiques nationales.
- 6.9Mds€ de CA, soit 14.9% Pib régional.
- emplois directs 30000 à 35000⁸¹
- emplois indirects 10000 à 12000 (1/3 des emplois directs).
- emplois touristiques de 5.5% à 6.5% de l'emploi régional.

⁷⁸ O.N.T 2003

⁷⁹ Pour VoyageMoinsCher.com, cité par les Echos 25-5-2005

⁸⁰ Source ORT 2002

⁸¹ P.Joly et L.Simonin (2001) : l'impact du tourisme en Languedoc-Roussillon INSEE Repère N°3 9/2001 http://www.insee.fr/fr/insee_regions/languedoc/rfc/liste_theme.asp?theme=10

C-LE TOURISME SOCIAL NATIONAL⁸²

On peut calculer que parmi ceux qui prennent des vacances, le tourisme social et associatif concerne à peu près 1 vacancier sur 6.

- Chiffre d'affaires de 1.29Mds€.
- 38 588 000 journées de vacances
- 5 766 000 vacanciers
- 242150 lits (258856 en 2003)⁸³
- 1530 centres d'hébergement
- 11661 salariés permanents
- 62646 saisonniers.

Ce sont ces données que nous utiliserons pour notre estimation de la valeur ajoutée du tourisme social. Certaines données disponibles sont plus récentes, mais pour la cohérence de l'ensemble ces informations nous ont semblé les plus cohérentes.

2-ÉVALUATION DE LA VALEUR AJOUTÉE DIRECTE DU TOURISME SOCIAL DU LANGUEDOC-ROUSSILLON.

Comme nous l'avons indiqué, précédemment, ne disposant pas des données d'enquête économiques et financières suffisantes, nous allons utiliser une méthode d'extrapolation pour estimer les valeurs ajoutées et l'emploi issus de l'activité du secteur du tourisme social en Languedoc-Roussillon. Pour qu'une méthode d'extrapolation propose des résultats satisfaisants, il est nécessaire de recouper l'information en permanence, ce qui alourdit la démonstration mais valide la démarche.

Notre extrapolation nécessite de disposer tout d'abord du chiffre d'affaires du tourisme social régional, que nous nous proposons d'obtenir à partir de données nationales.

A-CHIFFRE D'AFFAIRES DU TOURISME SOCIAL REGIONAL.

Le chiffre d'affaires du tourisme social national s'élève à 1.3MDS€ (source UNAT 2002). Pour déterminer la part qui revient dans ce montant au seul Languedoc-Roussillon, nous allons utiliser comme opérateur le ratio technique du nombre de lits.

Nous savons que dans le sud de la France, le tourisme associatif et social en Midi-Pyrénées représente environ 10 % de la capacité d'hébergement de la région en hébergement touristique (390 centres pour une capacité de plus de 40.000 lits). Les régions Provence Alpes Côte d'azur et Rhône Alpes comptent chacune plus de 40 000 lits dans le secteur associatif, l'Aquitaine et le Languedoc Roussillon plus de 30 000 lits⁸⁴. Cette valeur approximative n'a pas été retenue.

⁸² Source Unat 2002

⁸³ Il s'agit du nombre de lits agréés et non agréés.

⁸⁴ ORT Midi Pyrénées.

En réalité nous disposons de deux autres sources différentes (voir paragraphe IV), pour mesurer le ratio nombre de lits tourisme social région LR/nombre de lits tourisme social national

La première source est celle de l'INSEE⁸⁵. Selon cette source le nombre de lits relatifs au tourisme social serait de 28312.

Le ratio à retenir serait donc le suivant :

$$28312/258856=11\%$$

La deuxième source émane de l'UNAT⁸⁶. Dans ce cas nous devrions retenir :

$$19480/221950=8.8\%$$

De telle sorte que le chiffre d'affaires du tourisme social régional Languedoc-Roussillon, pourrait résulter des deux calculs suivants :

$$1.3\text{Mds}\text{€}/100 \times 11 = 143\text{MIs}\text{€}$$

ou encore :

$$1.3\text{Mds}\text{€}/100 \times 8.8 = 114\text{MIs}\text{€}$$

Dans la suite de notre présentation, nous retiendrons le premier résultat, dans la mesure où les données de l'INSEE prennent en compte l'ensemble des lits du secteur qu'ils soient agréés ou non. Cette valeur de 11% est corroborée par ailleurs⁸⁷.

B-DEPENSES TOURISTIQUES DES RÉSIDENTS DU TOURISME SOCIAL.

Ce chiffre d'affaires du secteur du tourisme social est constitué par l'ensemble des dépenses touristiques. La distribution des dépenses touristiques globales au niveau national sera élaborée à partir des hypothèses suivantes, et regroupée en cinq postes :

- 1-Les taux sont établis à partir de l'agrégat T1 du compte du tourisme⁸⁸.
- 2-Nous ne retiendrons que la consommation des résidents.
- 3-Nous ne tenons pas compte des loyers fictifs.
- 4-Nous retenons 50% des « autres achats » en achats locaux.

Le fait que le tourisme social fasse l'objet d'aides à la personne qui peuvent prendre de nombreuses formes, n'a pas de conséquence sur la validité de la procédure d'estimation, à partir du moment où ces aides ont pour contreparties les catégories de dépenses retenues.

⁸⁵ INSEE (2003) : Parc villages vacances au 1-1-2003. INSEE direction du tourisme

⁸⁶ UNAT (2003) : Les hébergements du tourisme social et associatif.

⁸⁷ Mr Combes (Unat) : Compte rendu Commission Industrie, Commerce, Artisanat, Tourisme (25-9-2002) Conseil Economique et Social Languedoc-Roussillon (p4)

⁸⁸ Les comptes satellites du tourisme : Direction du tourisme.

Tableau N°14

Types	DT Mds€	%
Hébergement marchand	7,3	0,26
Restaurant, cafés	5,3	0,19
Dépenses loisirs	3,1	0,11
Alimentation	7,1	0,25
Autres achats	5,5	0,19
Total	28,3	1

source ONT 2003

L'enquête régionale du tourisme du CRT L-R⁸⁹ permet de préciser la distribution des dépenses touristiques en retenant la spécificité régionale. La part de l'hébergement et celle de l'alimentation sont assez différentes dans l'enquête régionale (0.33 contre 0.26 pour la première, 0.25 contre 0.18, pour la seconde).

Les taux obtenus par l'enquête Languedoc-Roussillon nous semblent correspondre d'avantage aux caractéristiques du tourisme social.

Tableau N°15	Français €/j	%
Dépenses hébergement	12,01	0,33
Dépenses restauration	6,88	0,19
Dépenses alimentation	6,47	0,18
Dépenses transport	2,52	0,07
Dépenses loisirs	4,95	0,14
Dépenses cadeaux	3,12	0,09
Total	35,95	1,00

source ORT 2003 : Dépenses par jour et par personne

C-Chiffre d'affaires correspondant aux dépenses touristiques des résidents du tourisme social au niveau régional.

-Nous retiendrons les coefficients de 19.6% pour tous les postes à l'exception de l'alimentation 5.5%.

Tableau N°16	Français €/j	HT
Dépenses hébergement	12,01	10,04
Dépenses restauration	6,88	5,75
Dépenses alimentation	6,47	6,13
Dépenses transport	2,52	2,11
Dépenses loisirs	4,95	4,14

⁸⁹ Enquête réalisée par EUREMA pour le Comité Régional du Tourisme L-R au cours de l'été 2003.

Dépenses cadeaux	3,12	2,61
Total	35,95	30,78

source ORT/CEP2004

D-CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL DU TOURISME SOCIAL AU NIVEAU REGIONAL .

Le chiffre d'affaires du tourisme social régional est de 143Mls€ selon notre calcul. A partir des coefficients établis au tableau précédent, nous obtenons le chiffre d'affaire par catégorie de dépense.

Tableau N°17	Français €/j	HT	%	Ca(ht)
Dépenses hébergement	12,01	10,04	0,33	46,65
Dépenses restauration	6,88	5,75	0,19	26,72
Dépenses alimentation	6,47	6,13	0,20	28,49
Dépenses transport	2,52	2,11	0,07	9,79
Dépenses loisirs	4,95	4,14	0,13	19,23
Dépenses cadeaux	3,12	2,61	0,08	12,12
Total	35,95	30,78	1,00	143

Source ORT⁹⁰/CEP 2004

E-Ratios valeur ajoutée/Chiffre d'affaire pour les activités relevant du tourisme.

Tableau N°18.

Catégorie	VA/CA
Hôtels	0,565
Hôtels restaurants	0,481
Auberges de jeunesse	0,418
Campings	0,499
Autres hébergements marchands	0,392
Restaurants traditionnels	0,476
Restauration rapide	0,44
Cafés	0,533
Débits de boisson	0,494
Transports	0,45
Autres services	0,54

source INSEE : enquête annuelle d'entreprise dans les services 2002

En opérant les regroupements de postes nécessaires, nous obtenons les ratios VA/CA nationaux.

Tableau N°19

Types	VA/CA
Hébergement marchand hors hôtels	0,44
Restaurants, cafés	0,48
Dépenses loisirs	0,52

⁹⁰ Enquête Eurema été 2003 pour le CRT LR

Alimentation	0,18
Autres achats	0,52
Transports	0,45

source INSEE

Par rapport à une information exclusivement régionale issue des Centres de gestion agréés (Synthèses professionnelles 2001 L-R)⁹¹, nous constatons des valeurs supérieures en moyenne pour les campings (54.7% contre 50%), ainsi que sur les autres hébergements touristiques (50.3% contre 44%), cependant 44% ne tient pas compte des gîtes ruraux. Nous retiendrons donc les valeurs du tableau précédent.

F-VALEUR AJOUTEE DIRECTE DU TOURISME SOCIAL REGIONAL LANGUEDOC-ROUSSILLON (Mls€)

Tableau N°20	Français €/j	HT	%	Ca(ht)	VA/CA	VA
Dépenses hébergement	12,01	10,04	0,33	46,65	0,44	20,5
Dépenses restauration	6,88	5,75	0,19	26,72	0,48	12,8
Dépenses alimentation	6,47	6,13	0,20	28,49	0,18	5,1
Dépenses transport	2,52	2,11	0,07	9,79	0,45	4,4
Dépenses loisirs	4,95	4,14	0,13	19,23	0,52	10,0
Dépenses cadeaux	3,12	2,61	0,08	12,12	0,52	6,3
Total	35,95	30,78	1,00	143	0,43	59,2

Source INSEE/ORT/CEP 2005

La valeur ajoutée directe créée par le secteur du tourisme social en Languedoc-Roussillon peut être estimée par an à une valeur de l'ordre de 59Mls€.

3-ÉVALUATION DES EFFETS INDIRECTS ET INDUITS

A-EFFETS INDIRECTS DUS AUX DÉPENSES LOCALES DES ENTREPRISES DU SECTEUR.

1-Utilisation des multiplicateurs pour mesurer les effets indirects

Pour mesurer les effets indirects, qui correspondent à l'induction d'une valeur, due à la production locale des consommations intermédiaires utilisées par le secteur du tourisme social, nous allons devoir :

- identifier la part des consommations intermédiaires utilisées qui font l'objet d'une production locale,
- établir un coefficient multiplicateur local, représentant la spécificité du Languedoc-Roussillon, notamment parce le coefficient d'importation est calculé en fonction des particularités de son économie⁹².

⁹¹ L'information issue de ces sources présente l'avantage d'être régionale mais ne peut pas être considérée comme représentative pour toutes les catégories d'information.

⁹² Voir annexe 4, pour la construction de ce multiplicateur.

Consommations intermédiaires du tourisme social régional Languedoc-Roussillon

Tableau N°21

Types	CI/CA
Hébergements marchands hors hôtels	0,56
Restaurants, cafés	0,52
Dépenses loisirs	0,48
Alimentation	0,82
Autres achats	0,48
Transport	0,55

Source à partir du tableau 6

Tableau N°22	Français €/j	HT	%	Ca(ht)	CI/CA	CI
Dépenses hébergement	12,01	10,04	0,33	46,65	0,56	26.1
Dépenses restauration	6,88	5,75	0,19	26,72	0,52	13.9
Dépenses alimentation	6,47	6,13	0,20	28,49	0.82	23.37
Dépenses transport	2,52	2,11	0,07	9,79	0.55	5.4
Dépenses loisirs	4,95	4,14	0,13	19,23	0,48	9.2
Dépenses cadeaux	3,12	2,61	0,08	12,12	0.48	5.8
Total	35,95	30,78	1,00	143		83.8

Source INSEE/ORT/CEP 2005

La valeur du multiplicateur que nous retiendrons pour calculer les effets indirects sur l'économie régionale des dépenses des entreprises productrices du tourisme régional, dépendra de la valeur du coefficient d'importation des consommations intermédiaires retenue.

Nos recherches dans le domaine nous ont conduits à proposer une fourchette de cette valeur comprise entre 0.41 et 0.68 (voir annexe). L'écart important résulte de la mise en œuvre de processus de calcul différents. Cependant il nous est apparu raisonnable de retenir la valeur inférieure, compte tenu de la spécificité productive du Languedoc Roussillon.

Nous retiendrons une valeur de 0,78 pour la propension à consommer⁹³, et une valeur de Va (en fait VA/CA) de 0.43 (infra tableau N°6), le calcul d'un taux de Va pondéré n'apporterait pas de différences significatives au résultat.

Le multiplicateur régional pour les dépenses des entreprises retenu sera donc :

$$k_e = \left[\frac{c-m}{1-(c-m)} \right] \cdot va$$

avec les valeurs retenues

⁹³ La propension moyenne à consommer calculée pour 2004 en France donne de l'ordre de 0.85, mais la valeur que nous utilisons est une propension marginale moyenne pour le Languedoc Roussillon.

$$k_e = \left[\frac{0.78-0.41}{1-(0.78-0.41)} \right] \cdot 0.43$$

$$K_e = 0.25$$

En conséquence, l'effet indirect (EICI) attendu des dépenses d'acquisition régionale de consommations intermédiaires produites localement sera donc :

$$\text{EIC I} = K_e \times \Sigma \text{CI} = 0.25 \times 83.8 = \mathbf{21 \text{ Mls€}}$$

Cela constitue $21/59 = 36\%$ de la valeur ajoutée directe.

2-Autre méthode.

Pour mesurer la valeur ajoutée indirecte, nous pouvons aussi retenir le ratio emplois indirects/emplois directs du tourisme régional Languedoc-Roussillon⁹⁴
 $10000 / 35000 = 28.5\%$

-Valeur ajoutée indirecte supposée.

$$59 \text{ Mls€} \times 28.5\% = \mathbf{17 \text{ Mls€}}$$

Nous constatons que cette seconde méthode beaucoup plus rapide, mais aussi beaucoup plus discutable du fait de son caractère global, donne une valeur inférieure de 20% à la méthode précédente.

B-EFFETS INDUITS PAR LES SALAIRES DISTRIBUES.

1-Dépenses liées aux salaires et charges du secteur.

Pour mesurer les effets des dépenses des ménages, nous devons identifier la part des salaires distribués par le secteur du tourisme social. Les sources d'information⁹⁵ issues des informations comptables des secteurs P10 et P22, J31, J33, K01 et K02, nous ont permis de calculer la part des salaires dans le C.A. par secteur. Nous avons retenu en fait les salaires plus les charges, considérant que les charges étaient reversées aux salariés sous la forme de prestations qui contribuent à la dépense. Ce point de vue peut être discuté, aussi proposerons nous une simulation sans les charges.

Tableau N°23	Français €/j	HT	%	Ca(ht)	S+C/CA	Salaires et charges
Dépenses hébergement	12,01	10,04	0,33	46,65	0,32	14.9
Dépenses restauration	6,88	5,75	0,19	26,72	0,34	9.1
Dépenses alimentation	6,47	6,13	0,20	28,49	0,08	2.3
Dépenses transport	2,52	2,11	0,07	9,79	0.26 ⁹⁶	2.5

⁹⁴ source Joly-Simonin Insee 2001 (op cit)

⁹⁵ www ;alisse.insee.fr et les centres de gestion agréés du L.R.

⁹⁶ Nous avons retenu l'hypothèse que les dépenses de transport concernaient principalement le secteur du transport ferroviaire.

Dépenses loisirs	4,95	4,14	0,13	19,23	0,24	4.6
Dépenses cadeaux	3,12	2,61	0,08	12,12	0.16	1.9
Total	35,95	30,78	1,00	143		35.4

Nous retiendrons le multiplicateur des ménages régionaux qui est le suivant :

$$K_m = 1 + \frac{c-m}{1-(c-m)}$$

dont le coefficient d'induction est $CIL = \frac{c-m}{1-(c-m)}$

$$CIL = \frac{c-m}{1-(c-m)} = 0.59$$

L'effet induit par la dépense des ménages salariés du secteur sera donc d'après nos hypothèses de $35.4 \times 0.59 = 21. \text{Mls€}$

-Simulation sans les charges.

Tableau N°24	Français €/j	HT	%	Ca(ht)	S /CA	Salaires
Dépenses hébergement	12,01	10,04	0,33	46,65	0.23	10.7
Dépenses restauration	6,88	5,75	0,19	26,72	0.25	6.6
Dépenses alimentation	6,47	6,13	0,20	28,49	0.06	1.7
Dépenses transport	2,52	2,11	0,07	9,79	0.18	1.8
Dépenses loisirs	4,95	4,14	0,13	19,23	0.18	3.5
Dépenses cadeaux	3,12	2,61	0,08	12,12	0.11	1.3
Total	35,95	30,78	1,00	143		25.6

L'effet induit par la dépense des ménages salariés du secteur sera donc de $25.6 \times 0.59 = 15.1 \text{Mls€}$

-Dépenses liées aux salaires distribués par les entreprises régionales productrices de biens et services intermédiaires.

Tableau N°25	Productions locales	S+C/C A	Salaires
Dépenses hébergement	26.1	0.32	8.4
Dépenses restauration	13.9	0,34	4.7
Dépenses alimentation	23.37	0.08	1.9
Dépenses transport	5.4	0.26	1.4
Dépenses loisirs	9.2	0,24	2.2
Dépenses cadeaux	5.8	0.16	0.9
Total	83.8		19.5

L'effet induit par la dépense des ménages salariés des entreprises régionales productrices de biens et services intermédiaires : $19.5 \times 0.59 = 11.5$ Mls€

-Simulation sans les charges.

Tableau N°26	Productions locales	S/CA	Salaires
Dépenses hébergement	26.1	0.23	6
Dépenses restauration	13.9	0.25	3.5
Dépenses alimentation	23.37	0.06	1.4
Dépenses transport	5.4	0.18	1
Dépenses loisirs	9.2	0.18	1.7
Dépenses cadeaux	5.8	0.11	0.6
Total	83.8		14.2

L'effet induit par la dépense des ménages salariés des entreprises régionales productrices de biens et services intermédiaires : $14.2 \times 0.59 = 8.4$ Mls€

Résultats de l'évaluation des effets directs, indirects et induits.

Tableau N°27

Types d'effets	Mls€
-Valeur ajoutée directe du secteur	59
-Effets indirects de la production de C.I. (méthode 1)	21
-Effets indirects de la production de C.I. (méthode 2)	17
-Effets induits salaires du secteur (avec charges)	21
-Effets induits salaires du secteur (sans charges)	15.1
-Effets induits salaires production C.I. (avec charges)	11.5
-Effets induits salaires production C.I. (sans charges)	8.4

On peut penser que le total des effets économiques du fonctionnement du secteur du point de vue direct, indirect et induit se situe entre 100 et 115 Mls€.

4-EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS DU TOURISME SOCIAL DU LANGUEDOC-ROUSSILLON.

Comme dans le cas de la valeur ajoutée, l'on observera des créations d'emplois directs et d'emplois indirects.

A- CRÉATION D'EMPLOIS DIRECTS

1-Les emplois permanents du tourisme social régional Languedoc-Roussillon (donnée emplois tourisme régional LR, source INSEE) seront obtenus à partir du ratio précédemment retenu⁹⁷.

11661 x 11%~1280 salariés permanents

2-Concernant les emplois non permanents du tourisme social régional Languedoc-Roussillon (donnée emplois tourisme régional LR, source INSEE), nous conservons la même hypothèse :

62646 x 11% ~6890 saisonniers

Si l'on considère que le temps moyen de travail saisonnier est de 3 mois/année en LR. Ce ratio reflète la disparité des cas présents en Languedoc Roussillon où l'on observe des durée d'ouverture des centres de deux mois à quatre ou cinq mois. Certains centres restent ouverts toute l'année, mais ils sont très peu nombreux.

6890 x 1/4= 1720 ETP

Ce qui porte l'emploi direct total exprimé à :

1280+1720=**3000 ETP**

B-CRÉATION D'EMPLOIS INDIRECTS

Pour estimer l'emploi indirect du tourisme social, nous disposons de deux sources . la première, celle de Joly-Simonin (2001 ; voir note infra) qui propose une estimation de 28.5% des emplois directs, et notre calcul qui fait apparaître que la valeur ajoutée indirecte représente 36% de la valeur ajoutée directe. Dans les deux cas, de toute façon l'estimation résultera d'une extrapolation des données disponibles.

Première hypothèse.

Salariés permanents 1280 x 0.285 = 365
Salariés saisonniers 1720 ETP x 0.285 =490
Soit un total de **855**

Deuxième hypothèse.

Salariés permanents 1280 x 0.36 = 461
Salariés saisonniers 1720 ETP x 0.36 = 619
Soit un total de **1080**

⁹⁷ Ce qui suppose que l'on admette une certaine homogénéité de situation entre le tourisme social et le tourisme marchand entre nombre de lits et nombre d'emplois.

Résultats de l'estimation du nombre d'emplois créés.

Tableau N°27

Emplois	Unités
-Emplois directs permanents	1280
-Emplois directs saisonniers	1720
Σ Emplois directs	3000
Emplois indirects permanents (hypothèse 1)	365
Emplois indirects saisonniers (hypothèse 1)	490
Σ Emplois indirects hypothèse 1	885
Emplois indirects permanents (hypothèse 2)	461
Emplois indirects saisonniers (hypothèse 2)	619
Σ Emplois indirects hypothèse 2	1080
Σ Emplois directs et indirects	3885- 4080

Ce qui donne au total, entre 1650 et 1750 emplois permanents et entre 2210 et 2350 emplois saisonniers.

Ces emplois ne sont pas seulement ceux du tourisme social comme secteur d'activité, mais comprennent aussi ceux résultant des effets de son fonctionnement.

Ces résultats sont très inférieurs, quelle que soit l'hypothèse, à ceux annoncés par P.Combes : 7800 ETP (voir infra note 11). Il faudrait toutefois tenir compte du travail des bénévoles, mais il est faible.

5- EFFETS D'INVESTISSEMENT.

Une approche globale pourrait conduire à tenir compte des dépenses d'investissement du secteur sur l'économie locale, en annualisant les investissements réalisés et à mesurer leurs effets régionaux.

Cependant nous ne disposons pas de la totalité de l'investissement nécessaire. Nous avons choisi d'effectuer une estimation à partir des données comptables relatives à l'amortissement et aux provisions constituées par les entreprises du secteur.

Cette approche ne permet pas de prendre en compte la capacité d'investissement liée aux possibilités d'endettement des entreprises. De telle sorte qu'elle ne peut constituer qu'une estimation minimale.

Nous retenons comme précédemment les valeurs des comptes nationaux, pour le calcul des coefficients.

Tableau N°28	Amortissement C.A.	Provisions C.A.	Capacités d'investissement
Dépenses hébergement	0.05	0.007	0.057
Dépenses restauration	0.05	0.07	0.057
Dépenses alimentation	0.0001	0.00003	0.00013
Dépenses transport	0.11	0.01	0.12
Dépenses loisirs	0.042	0.007	0.049
Dépenses cadeaux	0.019	0.01	0.029

En appliquant la valeur du chiffre d'affaires retenue pour les estimations précédentes :

Tableau N°29	% Amort	% Prov	% total	Ca(ht)	Invest
Dépenses hébergement	0.05	0.007	0.057	46,65	2.7
Dépenses restauration	0.05	0.07	0.057	26,72	1.5
Dépenses alimentation	0.0001	0.00003	0.00013	28,49	0.004
Dépenses transport	0.11	0.01	0.12	9,79	1.2
Dépenses loisirs	0.042	0.007	0.049	19,23	0.9
Dépenses cadeaux	0.019	0.01	0.029	12,12	0.35
Total				143	6.7

On peut retenir une valeur proche de 7 Mls€ pour le renouvellement annuel de l'investissement.

6-SURPLUS DE SOLIDARITE DU TOURISME SOCIAL.

Le surplus de solidarité mesure la valeur de l'avantage représenté pour les usagers du tourisme social entre les prix du tourisme marchand traditionnel, et les prix pratiqués par le tourisme social, pour des prestations équivalentes.

Il est toujours possible de discuter sur la validité de l'hypothèse « prestations équivalentes » dans ce calcul, d'autant plus qu'une des questions évoquées précédemment est celle de l'inadaptation des structures du secteur à la demande, auquel le secteur marchand serait lui même adapté.

L'écart moyen de prix constaté dans une étude de l'Unat était de l'ordre de 30 à 35%⁹⁸. Cette valeur peut même varier de 20 à 50%.

Ce surplus est un indicateur de mesure de l'effet redistributif brut du tourisme social, dont la contrepartie serait les subventions et le bénévolat.

Si nous retenons la valeur inférieure de la fourchette moyenne, soit 30% nous obtenons :

$$140\text{Mls}\text{€} \times 0.3 \sim 42\text{Mls}\text{€}$$

Ce qui correspond entre 25 et 30% de la valeur ajoutée totale calculée. Il s'agit d'un effet de bien être approprié par les vacanciers, pas d'une création de valeur donnant lieu à des effets de diffusion spécifique.

7-RATIOS

Nous pouvons retenir un certain nombre de ratios pour caractériser les résultats obtenus. Ceux-ci font apparaître que le poids relatif du tourisme social en Languedoc Roussillon par rapport au tourisme marchand est de 60% plus élevé qu'au niveau national.

a-Nuitées du tourisme LR /nuitées du tourisme national (en milliers)

$$\frac{135000}{1500000} = 9\%$$

b-C.A. tourisme Languedoc-Roussillon/C.A. tourisme national

$$\frac{6.9\text{Mds}}{102.6\text{Mds}} = 7\%$$

c-Nombre de lits du tourisme social LR/Nombre de lits du tourisme LR

$$\frac{28312}{2000000} = 1.4\%$$

d-C.A. du tourisme social national/C.A. du tourisme national :

$$\frac{1.3\text{Mds}}{102.6\text{Mds}} = 1.3\%$$

e-C.A. du tourisme social L-R/C.A. du tourisme L.R.

$$\frac{143\text{Mls}}{6.9\text{Mds}} = 2.1\%$$

f-V.A. tourisme social L.R./PIB L.R (2002).

⁹⁸ Unat 1993. Bien qu'ancienne cette information reste conforme à la réalité actuelle.

$$\frac{115\text{Mls}}{46121\text{Mls}} = -0.25\%$$

g-Emploi total TSLR/Emploi LR

$$\frac{4000}{776448} = -0.5\%$$

h-Emploi du Tourisme LR/Emploi du tourisme social LR.

$$\frac{4000}{44000} = 9\%$$

Ce dernier ratio peut surprendre, comparé au ratio **e** (C.A. du tourisme social LR/C.A. du tourisme L.R) 9% contre 2.1%, soit quatre fois plus. En fait on peut proposer trois explications :

- les statistiques de l'emploi dans le cas du tourisme ne prennent pas en compte le travail non déclaré qui est extrêmement important dans le tourisme marchand, alors qu'il est faible sinon nul dans le tourisme associatif,
- l'encadrement du tourisme social est très supérieur à celui du tourisme marchand, notamment du fait de la production d'utilité sociale,
- enfin les salaires du tourisme social sont en moyenne plus faibles, pour ce qui est des salaires déclarés du tourisme marchand.

8-EFFETS SUR LE TERRITOIRE.

Le tourisme social a des effets importants sur le territoire. Il est possible de distinguer quatre types d'effets principaux du fonctionnement du secteur sur le territoire.

1-Un effet de création ou de maintien d'activités attesté par les effets économiques identifiés et estimés précédemment. L'enquête que nous avons conduite vérifie ce fait (cf infra partie IV). D'ailleurs historiquement, ce sont des organismes de tourisme social et de plein air qui proposèrent les premiers des aménagements pour permettre la pratique d'activités comme les sentiers de randonnée pédestre, les pistes de ski de fond, les pistes cyclables, ou encore les aménagements des rives le long des cours d'eau⁹⁹.

2-Un effet de cohésion territoriale interne qui résulterait de l'articulation d'activités locales du fait de la présence de la structure, ainsi que du renforcement du rôle moteur du village vacances lorsqu'il existe (1 sur 5 sont propriétés des collectivités locales). Ce fait est attesté par les résultats de l'enquête.

3- Un effet de cohésion territoriale externe qui est la conséquence des mixités sociales et géographiques qui résultent de l'activité des centres de vacances. Les

⁹⁹ Jolin L op cit (p9)

vacanciers viennent majoritairement des villes, rencontrent les commerçants, les artisans, rendent visite aux ateliers d'artistes. De plus les centres pratiquent aussi une ouverture des activités culturelles ou sociales aux habitants de la localité ou du territoire.

4-Maintien de la diversité des paysages. Enfin , on peut considérer que le tourisme social, en maintenant des activités sur un territoire contribue indirectement à la préservation de la diversité des paysages, ainsi qu'à son aménagement.

Ce sont souvent des groupes associatifs qui organisent la négociation des droits de passage, de l'entretien des sentiers, et de la préservation du milieu naturel. La revitalisation de certaines zones délaissées doivent beaucoup à des bases de plein air, et des camps de vacances. La déclaration de Montréal spécifie d'ailleurs le fait « Les acteurs du tourisme social ont joué et jouent encore un rôle considérable dans la préservation du patrimoine collectif »¹⁰⁰. En Languedoc-Roussillon comme en Midi Pyrénées de nombreux exemples en attestent.¹⁰¹

Ce qui caractérise les associations de tourisme, en général, est une implantation géographique très diversifiée concernant des zones de forte attraction touristique (littoral Méditerranéen, littoral Atlantique, haute montagne) mais aussi d'autres où le flux touristique est moins fort (les campagnes, la moyenne montagne)¹⁰²,

La proportion des équipements situés en zones rurales s'élève pour les villages et maisons familiales à plus du quart du total ; elle s'élève à plus de 60% pour certaines fédérations et associations. Ceci s'explique par la volonté des communes d'implantation de créer une activité d'accueil, en partenariat avec les associations. Une majorité des villages de vacances est d'ailleurs, aujourd'hui encore, la propriété des communes (de l'ordre de 20%).

9-CONCLUSION

Les effets que nous avons identifiés et estimés et recourant à une technique d'extrapolation ne constituent pas la totalité des effets du tourisme social. En effet nos entretiens nous ont montré que certains acteurs comme les comités d'entreprises jouaient un rôle important sans que leur impact soit mesuré du fait de la confidentialité des données.

En fait dans l'enquête dont nous allons présenter les résultats dans le chapitre suivant, il y a des structures qui accueillent par conventions des vacanciers de comités d'entreprise. Mais pour ce qui est des gros comités (EDF-GDF, la SNCF...)leur poids économique doit être important, bien que la centralisation de la gestion fasse qu'une partie importante des achats soit groupée.

¹⁰⁰ Cité par Jolin L (op cit).

¹⁰¹ Marziani C. (2005) : Le tourisme social moteur du développement des territoires. Cahier de l'Ifrep N°114 p33 « A titre d'illustration le village vacances de saint-Chely d'Aubrac en Midi Pyrénées est considéré comme le pilier de la vie locale, l'école, le médecin le boulanger sont maintenus grâce à son activité »

¹⁰² Unat 1992 (op cit)

VII

PRINCIPAUX RÉSULTATS
DE L'ENQUÊTE
SUR L'UTILITÉ SOCIALE DU
TOURISME SOCIAL

A-DONNEES GLOBALES

Il s'agit de données générales de l'enquête portant sur les villages vacances du Languedoc-Roussillon à partir du fichier de l'ORT.

Tableau N°30

nombre total liste (Villages vacances LR de l'ORT)	136
nombre total concerné (autres structures, faux numéro retirés)	123
ratio villages fermés ou ne répondant pas	52.68%
ratio réponses	39.0%
ratio en attente de réponse après téléphone et fax	7,32%
Refus de réponse	2%
Nombre de lits des structures ayant répondu	12091
ratio associatif sur total réponses	35.41%
ratio privé sur total réponses	14.58%
ratio communal sur total réponses	12.50%
ratio gestion non renseigné	37,50%

1-Le traitement concerne les réponses obtenues au cours de l'enquête (voir annexe). Celle-ci a porté, comme nous l'avons dit sur la totalité de la population du fichier ORT des villages vacances du Languedoc-Roussillon. L'enquête a été à la fois par entretien, ou téléphonique, avec relance et fax du questionnaire, malgré cela le taux de réponse n'a été que de 39%,

2-Cependant le nombre de lits (12091) résultant de la réponse à la question 172 nous permet de penser que les réponses obtenues devraient être significatives. La distribution de la part respective des statuts nous semble d'autre part significative au vu notamment du pourcentage de structures communales (25%), estimé autour de 20% au niveau national.

3-Pourtant, nous proposons que les résultats qui sont présentés dans la suite de cette partie doivent être considérés comme indicatifs, le taux de réponse, ne garanti pas cependant la représentativité totale des informations du fait que, comme nous l'avons déjà souligné précédemment, la connaissance statistique du secteur est trop fragmentaire pour nous permettre de recalculer les réponses ex post et assurer ainsi leur totale représentativité.

4-Le fichier que nous avons utilisé a dû être corrigé et nous n'avons pas d'assurance sur son exhaustivité. Un travail important organisé par l'ORT devrait voir le jour dans le courant de l'année prochaine et dans cette perspective, nous pourrions envisager de vérifier les informations obtenues.

5-Nous avons choisi de traiter les réponses aux questionnaires, en proposant des éléments d'appréciation qualitatifs, mais aussi quantitatifs. Les taux doivent être considérés comme des ordres de grandeur des phénomènes identifiés, mais il nous a semblé intéressant de prendre le risque, calculé, de quantifier lorsque c'était acceptable. Certaines questions se sont révélées inadaptées (bien que le

questionnaire ait été testé), les réponses en ont été inexploitable et donc elles ne figurent pas dans la synthèse présentée ici.

6-La présence des gestionnaires associatifs et communaux, mais aussi privés dans l'enquête, nous a paru nécessaire du fait de leur rôle sur le développement territorial et sur leur différence de logique donc d'appréciation des réalités du tourisme social.

7-Certains gestionnaires en place depuis longtemps, ont une vision dynamique de l'évolution de leur secteur, dont il nous a paru intéressant de profiter, ce qui nous a conduit à intégrer certains éléments de recul dans le traitement des réponses.

B-REPONSES AU QUESTIONNAIRE.

Nous avons choisi de reproduire les questions en face des réponses pour faciliter la lisibilité.

Tableau N°31

QUESTIONS	RÉPONSES
71-Dans votre activité y a t-il des <u>bénévoles</u> qui vous aident ?	-Peu de bénévoles sont associés au travail de terrain.
72-Si oui combien sont-ils ?	-Les bénévoles sont présents surtout dans la direction de la structure.
73-combien <u>d'heures consacrent-ils par semaine</u> à cette activité ?	-Ils sont constitués pour une part importante de retraités lorsqu'ils participent à la direction de la structure.
74-Combien de <u>semaines par an</u> ?	-Ils consacrent, en moyenne environ 6 semaines par an, 12h par semaine.
75-Les taches qu'ils accomplissent sont-elles les mêmes que celles des salariés ?	-Sur le terrain les rares bénévoles occupent des taches dévolues aux salariés.
81-On peut faire l'hypothèse que le tourisme social permet <u>d'éviter des coûts</u> de santé ou de délinquance à la société, parce qu'il offre l'occasion à des personnes moins favorisées de prendre des vacances. Qu'en pensez-vous ?	-La moitié des personnes interrogées avait une opinion. -2/3 d'entre elles ont répondu que le tourisme social pouvait avoir un rôle sur la diminution des coûts sociaux .
82-Si oui avez vous connaissance de faits précis ?	-1/3 non, avec des nuances, comme par exemple de moins en moins, ou pas sur la délinquance.

<p>92- Votre activité permet-elle de <u>maintenir d'autres activités</u>, à proximité du village qui autrement auraient disparues ?</p>	<p>-Prés de la moitié des personnes interrogées considère que leur centre ne crée pas de demande suffisante pour le maintien d'activités, ce sont évidemment les plus petits d'entre eux.. L'autre moitié, au contraire, répond favorablement à la question évoquant le maintien :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de commerces de proximité (presse, boulangerie, fruits et légumes), - mais aussi de moyens de transport (la gare) - d'activités culturelles et sportives. <p>-Certaines de ces activités font l'objet d'une adaptation, par exemple création de points par les commerce dans les villages vacances.</p> <p>-des partenariats avec des prestataires de services locaux sont développés (Cévennes Evasion).</p> <p>-Ces activités sont maintenues toute l'année dans un cas sur dix.</p>
<p>93- Si oui lesquelles ?</p>	
<p>94- Sont-elles maintenues toute l'année ou seulement la saison ?</p>	
<p>95- Votre activité a t-elle des effets sur <u>l'organisation de producteurs locaux</u> pour répondre à la demande des vacanciers ?</p> <ul style="list-style-type: none"> -horaires modifiés -produits particuliers -services nouveaux -autres ? 	

<p>101- Certaines des infrastructures <u>appartenant au site</u>, sont-elles mises à disposition, hors période de vacances, -pour d'autres usages -ou d'autres catégories d'usagers ?</p>	<p>-Pour un tiers les infrastructures du centre ne sont pas mises à disposition.</p> <p>-Pour les deux tiers au contraire c'est le cas ; cela concerne principalement les catégories d'acteurs suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les seniors - les associations - les jeunes de la commune - les demandeurs d'asile <p>-Les infrastructures concernées par cette mise à disposition sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les piscines - les parcs - les salles de réunion - les terrains de tennis - les locaux d'hébergement et de restauration. - du matériel <p>-Les accès aux infrastructures lorsqu'ils sont autorisés se font contre une contribution qui peut prendre la forme d'un loyer, d'un tarif à la personne avec remise (carte ou paiement à l'entrée).</p>
<p>102- Si oui quelles sont ces infrastructures ?</p>	

<p>111-Certaines infrastructures <u>extérieures</u> au village vacances, ont-elles été créées, pour répondre au besoin du village vacances ?</p>	<p>-Très peu d'infrastructures extérieures ont été créées pour répondre au besoin du village (de l'ordre d'un cas sur dix) et il s'agit de piscines, de tennis ou d'aménagements pour handicapés (par exemple pour l'accès à la plage : Lazaret)</p>
<p>112-Si oui quelles sont ces Infrastructures <u>hors du site</u>, qui restent à disposition hors période de vacances ?</p> <ul style="list-style-type: none"> -infrastructures d'accès -aménagement de réseaux -mais aussi sentiers de randonnée pédestre, -pistes cyclables, -aménagement des rives le long des cours d'eau. -autres 	<p>-Par contre, en général, les infrastructures marchandes, que les villages vacances utilisent sont mieux rentabilisées</p> <p>-Pour les infrastructures non marchandes, les villages ne sont pas source de surcoût d'aménagement (chemins de promenade).</p>
<p>121-Certaines Infrastructures subissent-elles du fait du village vacances, et d'une population accrue, une <u>dégradation</u> de leur qualité de service</p> <ul style="list-style-type: none"> -routes, -services publics, -autre? 	<p>-Il n'est fait état d'aucune dégradation grave portée à la connaissance des gestionnaires. Naturellement une telle information est plutôt à rechercher auprès des gestionnaires des communes.</p>
<p>122-Si oui cette dégradation est-elle momentanée ou permanente ?</p>	
<p>131-Quel est le nombre <u>d'emplois locaux directs</u> qui ont été préservés du fait de la présence du village vacances?</p>	<p>-Les réponses font état de nombreux emplois locaux préservés du fait de l'activité des villages vacances, la comptabilisation s'est révélée être difficile</p>

<p>132-A combien peut-on estimer le <u>nombre de familles</u> demeurant sur place du fait de la présence du village vacance ?</p>	<p>comptabilisation s'est révélée être difficile sauf dans le cas des gestionnaires communaux.</p> <p>-Deux faits ont été soulignés comme importants ;</p> <ul style="list-style-type: none"> -le recours à la sous-traitance notamment pour la restauration et les services d'entretien, favorise le lien économique, -le choix du recrutement local de l'emploi saisonnier également. Cette activité saisonnière est de nature à favoriser un apport de revenu dans le cas de la pluriactivité locale, et donc contribue au maintien de familles locales.
<p>133-Quels sont les <u>services collectifs</u> demeurant sur place du fait de la présence du village ?</p>	<p>-L'espace occupé varie de 2000m² à 27ha Avec une forte concentration pour les surfaces de 2 à 3ha, environ 30% d'entre elles ; 10% ont plus de 10ha dans notre population.</p>
<p>141-Quelle est la <u>surface totale</u> occupée par l'ensemble du village vacances?</p>	<p>-Les surfaces varient 1000 m² à une trentaine d'hectares ?. Avec 50% de moins de 3 hectares.</p>
<p>142-Quelles sont les <u>conditions d'accès</u> à l'espace occupé pour les non vacanciers ?</p>	<p>-30% ne répondent pas. Pour la majorité des répondants, l'accès n'est pas possible, pour les autres il est payant.</p>
<p>151-Quel est le <u>coût annuel d'entretien</u> des espaces utilisés directement ou indirectement par les vacanciers ?</p>	<p>-L'entretien des espaces représente un coût annuel relativement important, fonction de la taille de ces espaces. La dispersion du coût à l'hectare est fonction de la taille, plus faible pour les grandes structures, 6 à 9 K€ pour 12 à 15 ha, plus de 10K€ pour 0.5ha ; avec une dépense de 12 à 15K€ pour une structure de l'ordre de 3ha (soit l'équivalent d'un emploi salarié).</p>
<p>152- Quel est le <u>coût annuel de réhabilitation</u> des espaces utilisés directement ou indirectement par les vacanciers ?</p>	<p>-Les coûts de réhabilitation sont variables en fonction de la taille et de l'âge des installations. Une valeur revient souvent dans le cas des structures communales de l'ordre de 100K€ par an pour une taille de 3ha. Mais il y a une grande diversité de situation.</p>

161 -Quelle est la <u>consommation d'énergie par acteur</u> en moyenne ?	-Aucun des gestionnaires des structures ayant répondu ne mentionne l'utilisation d'une énergie renouvelable. -Ils ne présentaient pas de sensibilité particulière en général, à la question de la consommation d'énergie.
162 -Utilisez-vous des <u>énergies renouvelables</u> ?	
163 -Si oui lesquelles ?	
164 -Dans quelle proportion ?	
171 -Quelles est la surface <u>occupée par les espaces naturels</u> en % de l'espace du site ?	-La surface occupée par les espaces naturels semble fonction de la nature des activités, et de la localisation plus que du statut de la structure. Dans les structures privées on note que la place qui leur est dévolue va de très faible, à 50%. Dans les structures associatives ont trouve des pourcentages qui vont jusqu'à 70% (Batipaume). Dans les structures communales entre 20% et 2/3 de la surface.
172 -Quelle est la population maximale présente du village (en pleine saison)	Le nombre de lits varie de 30 lits à 850 lits. Le taux de rotation est fort puisque la durée des séjours est de l'ordre d'une semaine. Le taux de remplissage est variable, même en pleine saison. Au niveau de la capacité d'accueil elle est généralement aux environs de 300 personnes en pleine saison et va de 70 à plus de 700 personnes.
173 -Quel est le nombre <u>d'arbres plantés</u> par le village vacance ?	-Beaucoup en général. Parfois, non du fait du cahier des charges (Résidence de vacances Grande Motte).
174 -Avez-vous entrepris des actions pour améliorer <u>la sécurité du site</u> ?	-Respect des normes, au delà des normes pour certains associatifs (Batipaume) ou communal (Parc de loisir Castelsec) en raison de la proximité d'habitation.
175 -Avez-vous pris des mesures de <u>protection du site</u> ?	
181 -Quels sont les <u>ressources naturelles qui peuvent être dégradées</u> du fait de leur utilisation par une population du village vacance?	-Il est fait état du respect des vacanciers vis à vis des ressources dans la plupart des cas. Quant il y a dégradation, elles sont considérées comme très limitées. Cependant dans ce cas, encore, bien que

<p>182-Si il y a dégradation peut-elle être considérée comme <u>partielle</u> ou <u>définitive</u> ?</p>	<p>Cependant dans ce cas, encore, bien que des sites communaux aient été enquêtés, les gestionnaires ne sont pas les mieux placés pour apprécier d'éventuelles dégradations.</p>
<p>191-Quel est en moyenne le taux de vacanciers ou de <u>familles aidés</u>?</p>	<p>-Tous les sites enquêtés accueillent des personnes ou des familles aidées. -Plus de 20% des réponses font état d'un taux de familles aidées de 50%. -Un tiers d'un taux inférieur à 20%. -Certains n'accueillent que peu ou pas de familles (La Solaze, Yraval). -Plus de 30% de vacanciers sont originaires de zones défavorisées, cette proportion atteint 50% dans 10% des cas.</p>
<p>192-Quel est le taux de <u>RMistes</u> ?</p>	<p>-Pas de réponse : impossible de le savoir. Bons de vacances en baisse.</p>
<p>193-Quelle est la proportion de familles originaires de <u>zones défavorisées</u> ?</p>	<p>-En majorité de 10% à parfois plus de 50%.</p>
<p>194-Quelle est la part des <u>tarifs dégressifs</u> (-10%, -20%) dans le total?</p>	<p>-40% des villages ne pratiquent pas de tarifs dégressifs pour des raisons sociales. La moitié d'entre eux sont de statut associatif. L'absence de dégressivité ne signifie pas des prix élevés. Un enquêté a déclaré pratiquer des prix inférieur de 40% aux prix du secteur privé (Parc de loisir Castelsec).</p>
<p>195-Quel est le poids de l'aide aux familles dans le <u>Chiffre d'Affaire</u> -% de plein tarif, -% de moins 10%, -% de moins 20%</p>	<p>-Les tarifs dégressifs sont pratiqués de façon commerciale en fonction du taux de remplissage, hors saison (relais du Salagou), ou pour les groupes (Yraval). -Les remises en fonction du quotient familial sont pratiquées par les structures plutôt associatives (VVF Marvejols, vacances gites clair elcolomé, VVF l'esprit Vacances Vernet les bains)). Dans ce cas on note en moyenne trois tarifs différents. Une structure a évoqué des réductions sur le critère de l'âge (les Carrats).</p>

<p>201-Quel est la <u>part du budget d'animation</u> dans les dépenses d'exploitation ?</p>	<p>-20% n'ont pas de budget animation.</p> <p>-Le budget d'animation varie pour les autres de 5% à 60% du chiffre d'affaire, avec des difficultés à l'estimer correctement du fait qu'il se confond souvent avec le budget salariés. La plupart ont évoqué un chiffre de l'ordre de 20 à 30%.</p>
<p>202-Quel est le <u>taux de participation</u> aux activités des personnes aidées ?(chèques vacances, bourses, autres aides...)</p>	<p>-Le taux de participation des personnes aidées aux animations est très élevé, en tous les cas supérieure à la moyenne, plusieurs ont signalés que ce sont elles qui participent le plus (VVF de Marvejols). Leur taux est donné comme 100% (Le vent du large, L'esprit vacances)</p> <p>-La taux de participation aux activités découverte est assez faible, inférieur à 1/3 dans moins de 20% des cas. Pour le reste il est fort, supérieur à 50% dans la moitié des cas.</p>
<p>203-Quel est le ratio espaces collectifs/nombre de vacanciers.</p>	<p>-Pas de réponse</p>
<p>211-Quel est le taux de participation moyen aux activités découverte ?</p>	<p>-En moyenne supérieur à 50%.</p>
<p>212-Quel est le taux de <u>pratique du covoiturage</u> en excursion ?</p>	<p>-Dans près de 70% des cas le covoiturage est pratiqué. Dans les autres cas, à l'exception de centres qui utilisent exclusivement des bus, l'argument invoqué pour expliquer son usage limité est la nécessité de disposer d'une police d'assurance adaptée. Lorsque le covoiturage est pratiqué, il est un « indice de confiance » .</p>

<p>221-Avez-vous observé l'existence du <u>respect des autres</u> -dans les activités à nuisances sonores (jeux en nocturne par exemple) ? -dans d'autres activités ?</p>	<p>-Les problème d'irrespect sont explicitement évoqués par environ un quart des enquêtés. Certains expriment le fait que cette situation semble monter en puissance. D'autres au contraire que ces phénomène restent rares, contingents de personnes isolés. Par contre les difficultés d'intégration des handicapés sont évoquées (Lazaret).</p>
<p>222-En quelles circonstances ?</p>	<p>-Les principales nuisances mentionnées sont les nuisances sonores et la question de la propreté des lieux communs et des mégots de cigarette.</p>
<p>223-Avez-vous observé que les vacanciers respectaient les espaces communs ? si oui lesquels ?</p>	<p>-Globalement oui pour les deux tiers. Restriction sur la propreté (notamment sanitaires) pour le reste.</p>
<p>224-Si oui cela se traduit-il par une baisse du coût de nettoyage ou de restauration des lieux ?</p>	<p>-L'augmentation du coût de nettoyage n'est pas du semble t-il à la croissance de l'irrespect, mais au raccourcissement des vacances. Cela entraîne une plus grande rotation des hébergements, et donc des coûts de nettoyage.</p>
<p>231-Avez-vous constaté chez certains vacanciers après quelques jours de séjour, <u>la recherche de contacts</u>, d'échanges, d'expression, par l'animation, le jeu ?</p>	<p>-La recherche de contacts, entre les vacanciers est recherchée et même provoquée elle est présentée comme à la base du fonctionnement des villages par la majorité des répondants.</p>
<p>232-Comment favorisez-vous la <u>participation</u> aux activités des vacanciers les plus isolés?</p>	<p>-L'intégration des plus isolés résulte d'un processus du type : Accueil, discussion, information, animation. Une structure fait état de la présence d'un médiateur (les Carrats). Plusieurs d'un suivi plus spécifique, avec discussion (Canterelle, la Rotja).</p>
<p>233-Vos animateurs ont-ils des consignes quant à <u>l'intégration des vacanciers</u> dans des groupes hétérogènes ?</p>	<p>-Les animateurs ont des consignes concernant l'intégration des vacanciers dans près des trois quarts des cas. Celles-ci sont majoritairement la constitution de groupes, et la participation aux activités (veille contre l'isolement non choisi).</p>
<p>234-Si oui quelle est le contenu de ces consignes ?</p>	

<p>241-Avez-vous constater une <u>diminution du stress</u> ou une amélioration de l'état de santé physique et moral de certains vacanciers au cours de leur séjour ?</p>	<p>-La grande majorité des enquêtés affirme que les vacances en villages (mais s'agit-il plus des villages que des vacances ?) ont un effet bénéfique sur le stress. L'effet prise en charge peut favoriser le phénomène, sauf que le raccourcissement de la durée des séjour altérerait cet effet bénéfique</p>
<p>242-Si oui est-ce eux qui vous l'ont dit ou cette constatation repose t-elle sur l'observation de certains indices ?</p>	<p>-Cet effet bénéfique plus que constaté repose sur une satisfaction exprimée dans ce sens, une fidélité vis à vis du centre (une réponse parle de 90% de fidèles), des courriers de remerciement.</p>
<p>251-Pratiquez-vous des <u>animations culturelles</u> sur le site du village ? -si oui lesquelles ?</p>	<p>-Moins de la moitié des villages enquêtés pratiquent des animations culturelles. Celles-ci concernent principalement, les danses folkloriques, le patrimoine naturel et historique, la cuisine, les artistes locaux. Les supports sont les soirée projections, les visites, les conférences.</p>
<p>252-Si vous pratiquez des animations culturelles <u>folkloriques</u>, celles-ci, favorisent-elles la perception de l'identité locale par les vacanciers?</p>	<p>-L'animation culturelle est perçue comme coûteuse, mais elle favorise la perception de l'identité locale, sauf cas particulier (visite des châteaux cathares). Dans la totalité des cas ou on observe une animation culturelle, il y a discussion mais elle n'est pas forcément organisée en tant que telle (apéro).</p>
<p>253- Pratiquez-vous les <u>excursions culturelles</u>? -Si oui sont-elles précédées ou suivies d'une discussion en groupe ? -Combien de temps durent ces discussions ?</p>	<p>-La majorité des répondants considèrent que la découverte d'une pratique sportive a un effet sur sa pratique ultérieure. Certains affirment même que cela représente 20 à 30% des cas.</p>
<p>254-Pensez-vous que les <u>initiations</u> aux sports et autres activités artistiques conduisent au développement de ces pratiques après les vacances ? L'avez vous constaté en particulier chez les vacanciers qui reviennent plusieurs années de suite au village ?</p>	<p>-Les pratiques culturelles et sportives induisent de changement de comportement de ceux qui les pratiquent pour 10 à 15% des répondant, le double pensent le contraire, les autres n'ont pas d'avis.</p>
<p>261-L'Initiation à l'<u>expression artistique et sportive</u> se traduit-elle, par des changements de comportements de ceux qui les pratiquent ?</p>	<p>-Les pratiques culturelles et sportives induisent de changement de comportement de ceux qui les pratiquent pour 10 à 15% des répondant, le double pensent le contraire, les autres n'ont pas d'avis.</p>

<p>262-Organisez-vous des <u>débats</u>, des discussions ou des veillées ?</p>	<p>-Un tiers organise des veillées mais cela concerne majoritairement les adolescents.</p>
<p>263-Si oui quel en sont les thèmes les plus fréquents ?</p>	<p>-Les thèmes de discussion sont à la fois des questions de sociétés (IVG l'environnement) mais aussi la région.</p>
<p>264-Avez-vous constaté l'expression de vacanciers en général réservés ou isolés ?</p>	
<p>271-Assurez-vous une <u>formation de vos salariés</u> -à l'animation ? -à satisfaire la demande des vacanciers ? -à la gestion des conflits entre les vacanciers ?</p>	<p>-Près de 80% des enquêtés affirment assurer la formation de leurs salariés. Cette formation est assurée la plupart du temps en interne (sous-traitance dans un cas). Elle concerne principalement l'accueil des handicapés, l'informatique, l'entretien et la diététique.</p>
<p>272-Le travail exercé contribue t-il à leur <u>professionnalisation</u> -dans la restauration, -dans le métiers des services d'entretien, dans l'animation ?</p>	<p>-Pour tous cette formation contribue à leur professionnalisation, mais pas forcément à leur maintien dans la structure. Certains salariés « passent » à la concurrence, ou quittent le tourisme social.</p>
<p>273-Cette formation favorise t-elle l'apprentissage du <u>travail en équipe</u> ?</p>	<p>--Les principales nuisances mentionnées sont les nuisances sonores et la question de la propreté des lieux communs et des mégots de cigarette.</p>
<p>274-Recherchez-vous la fidélisation de votre personnel d'une année sur l'autre ?</p>	<p>-Concernant la fidélisation du personnel, on constate, qu'elle est recherchée par tous, elle se révèle difficile pour près de la moitié des gestionnaires enquêtés. Cette fidélisation ne concerne qu'une partie du personnel. Pour certain c'est devenu une condition du bon fonctionnement, le recours aux stagiaires posant trop de problèmes.</p>
<p>275-La <u>fidélisation du personnel</u> renforce t-elle -la compétence personnelle, -la cohésion du groupe -la satisfaction des vacanciers ? (taux de fidélisation : un salarié qui a deux contrats consécutifs est prioritaire la troisième année (convention collective)).</p>	<p>-Dans la moitié des cas la fidélisation renforce la compétence personnelle, la cohésion du groupe et la satisfaction des vacanciers.</p> <p>-Pour les autres pas d'opinion ou n'a que peu d'influence sur la cohésion du groupe.</p>

<p>281-Les <u>conflits entre voisins-vacanciers</u> (à l'intérieur du village) sont-ils gérés par l'autorité, ou directement entre eux,</p>	<p>-Les conflits entre vacanciers ne sont pas rares, mais sont mineurs, ils étaient auparavant gérés par les acteurs eux mêmes, aujourd'hui ils le sont davantage par l'autorité, ce qui peut dénoter une perte de convivialité, cette opinion est majoritaire.</p>
<p>282-Quelles est <u>la part des jeux en équipe</u> dans l'ensemble des animations ? -pour les adultes -pour les enfants</p>	<p>-Les réponses sont très dispersées sur la part des jeux d'équipe dans l'ensemble des animations. Cela va de jamais jusqu'à 70%. La proportion est de deux tiers de jeux d'équipe pour un tiers sans. La proportion des jeux d'équipe est de 80% parmi les structures associatives, de 20% dans les structures privées ; cette proportion s'inverse exactement dans le cas d'absence de jeux d'équipe.</p>
<p>283-Quel est <u>le nombre de délits constatés</u> -vols -violences Pour combien de personnes en moyenne ?</p>	<p>-Concernant les délits le principal d'entre eux est le vol, constaté dans les trois quart des cas, peu fréquent entre vacanciers, d'origine externe souvent. Concernant les violences elles sont peu fréquentes et surtout familiales.</p>
<p>284-<u>Le covoiturage</u> est un indicateur de confiance dans les autres,</p>	<p>(voir 212)</p>
<p>291-Quelles sont les <u>proportions des catégories</u> suivantes dans la population des vacanciers ? -RMI -ouvriers -employés -cadres moyens -autres Retrouve t-on ces proportions dans les différentes activités d'animation ?</p>	<p>-Forte majorité d'employés et d'ouvriers, avec augmentation des cadres moyens des libéraux et même des cadres supérieurs. Leur origine géographique est surtout nationale, de toutes régions, la présence d'étrangers (UE) semble en régression.</p>
<p>292-Quelle sont les <u>régions d'origine</u> des vacanciers ?</p>	

<p>293- Quelle est en proportion :</p> <ul style="list-style-type: none"> -la distribution d'âges des vacanciers ? -la proportion de familles -de célibataires ? -de grands parents avec leurs petits enfants ? -d'handicapés ? -d'étrangers ? <p>Retrouve t-on ces proportions dans les différentes activités d'animation ?</p>	<p>-En été, forte présence des familles (50 à 60%), age moyen 40ans. Depuis quelques années des familles plus jeunes (30ans). Peu de célibataires.</p> <p>-Des handicapés moteurs ou cérébraux dans la plupart des structures (5%). Hors période de vacances l'age moyen (+ de 60ans), handicapés en groupes (instituts).</p>
<p>294-Avez-vous observés l'existence :</p> <ul style="list-style-type: none"> -de confessions différentes (proportion) ? -de niveaux d'études différents ? -de militants associatifs parmi les vacanciers? <p>Retrouve t-on ces proportions dans les activités d'animation ?</p>	<p>-Les différences confessionnelles semblent plus marquées mais ne posent pas de problèmes particulier, les différences de formation aussi, peut être du fait du recrutement de plus en plus de cadres. Les activités d'animation assurent une fonction de mixité sociale.</p>
<p>301-Avez-vous eu connaissance de <u>relations créées</u> sur le site et qui ont donné lieu à des contacts ultérieurs (amitiés, autres) ?</p>	<p>-80% affirment que les relations créées sur le site donnent lieu à des contacts ultérieurs, amitiés voire mariages.</p>
<p>302-Avez-vous eu connaissance d'adhésions (après les vacances) à des <u>associations d'intérêt général</u> par certains vacanciers? (notamment parmi les vacanciers qui reviennent plusieurs fois).</p>	<p>-Sur la question de l'adhésion éventuelle à des associations après séjour, les trois quarts n'ont pas répondu, la majorité des autres ont répondu non.</p>
<p>303-Le séjour en village permet-il de renforcer par des débats ou des animations, la conscience de certaines <u>valeurs collectives</u>, comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> -l'environnement -la solidarité vis à vis de la pauvreté -la solidarité vis à vis du handicap 	<p>-Il semble que le séjour en village renforce par des discussions la conscience de certaines valeurs collectives.</p> <p>Prioritairement vis à vis des enfants pour l'environnement, ainsi que la solidarité par rapport au handicap pour tous.</p>
<p>311-Avez-vous connaissance de faits qui montreraient une plus grande conscience et un meilleur <u>respect des autres</u> après le séjour en village vacances ?</p>	<p>-Les questions relatives aux acquis de conscience au cours du séjour, concernant le respect des autres, ou de l'environnement, reçoivent des réponses embarrassées difficile à traiter.</p>

<p>312-Avez-vous connaissance de faits qui montreraient une plus grande conscience et un meilleur <u>respect des espaces naturels</u> acquis lors du séjour ?</p>	<p>-Le sentiment est positif mais peu de faits permettent d'en avoir impression nette.</p>
<p>321-L'initiation à un ou plusieurs aspects de la <u>culture locale</u>, par l'animation notamment, a t-elle conduits les vacanciers :</p> <ul style="list-style-type: none"> -à acheter des produits régionaux ? -à envisager de faire des visites en dehors du programme d'animation ? -à prendre contact avec des associations locales ? 	<p>-L'animation culturelle lorsqu'elle existe permet une certaine sensibilisation à la culture locale, ce qui conduit les touristes à acheter des produits régionaux, et à effectuer des visites hors programme (80% des réponses dans ce sens).</p> <p>-Par contre cela ne semble pas les conduire à prendre contact avec les associations locales.</p>
<p>322-Le fait de proposer des spectacles folkloriques permet-il de mieux faire <u>accepter les autres cultures</u> ? si oui quels sont les faits qui vous permettent de le penser ?</p>	
<p>323-L'emploi de <u>salariés locaux</u> favorise t-elle la diffusion de la culture locale ? Quelle est la proportion de salariés locaux dans le total des salariés ?</p>	<p>-Les trois quarts des répondants n'emploient que des salariés locaux, et cela permet une meilleure diffusion de la culture locale. Pour les autres le nombre d'emplois locaux peut être faible (une réponse moins de 10%).</p>
<p>331-Avez-vous participé à des <u>expériences d'innovations sociales</u> ? Si oui lesquelles ?</p>	<p>-Pas de réponse. La question, bien qu'explicitée oralement était mal posée.</p>
<p>332-Avez-vous contribué à une réflexion sur les conséquences de la <u>mise en œuvre de politiques publiques nationales concernant le tourisme social</u> ?</p>	<p>-A une réflexion non, à la mise en œuvre des politiques d'aide certainement.</p>
<p>333- Avez-vous contribué à une réflexion sur les conséquences de la <u>mise en œuvre de politiques publiques locales</u> ?</p>	<p>-La moitié des enquêtés ont la conviction d'avoir participé à la mise en place de politiques locales indirectement ou directement, par des contacts avec les responsables communaux (directement pour les structures communales), dans les domaines de l'environnement, mais aussi des infrastructures (accès), ou du social (aménagement pour handicapés).</p>

<p>341-Le village vacances a t-il contribué au <u>renforcement de structures associatives</u> créées pour, par exemple, -l'entretien des sentiers, -la préservation du milieu naturel, -ou l'expression de la culture locale.</p>	<p>-Tous ont répondu. Autant de oui que de non parmi les répondants à la question. Non sur le littoral. Pour les oui, les associations de nature sont citées, pour l'arrière pays.</p>
<p>351-Existe t-il des <u>liens</u> entre votre village de vacances et des maisons de quartier pour organiser l'accès de certaines personnes aux vacances ?</p>	<p>-Dans une majorité de cas il existe des liens directs ou indirects avec des centres sociaux pour organiser l'accès de certaines personnes aux vacances.</p>
<p>352-Existe t-il des <u>liens</u> entre votre village de vacances et les collectivités locales pour mieux organiser l'intégration d'activités au sein de la collectivité ?</p>	<p>-Dans la moitié des cas il existe des liens entre le village vacances et la commune pour organiser l'intégration d'activités au sein de la collectivité. Ces liens passent par la mairie, l'office du tourisme et la gendarmerie.</p>
<p>361-Avez-vous participé à la mise en place de <u>labels de qualité</u> (tourisme et handicaps, eco-label pour l'hébergement touristique) ?</p>	<p>-15% ne participent pas de la mis en place et de la diffusion d'aucun label de qualité.50% adhèrent à la charte de l'Unat,</p>
<p>371- Avez-vous contribué à de nouvelles <u>procédures contractuelles</u> vis à vis des salariés ou vis à vis des vacanciers ? -nouveaux contrats de travail -autres</p>	<p>-Peu de réponses, moins de un quart, pour ceux là les CES ou les emplois jeunes sont évoqués.</p>
<p>381-Avez-vous constater un raccourcissement de la durée des séjours</p>	<p>-Le raccourcissement de la durée des séjours est unanime, un seul cas de réponse négative. Cette réduction est pour les deux tiers de 50%. La durée moyenne du séjour serait actuellement d'une semaine en moyenne, mais la tendance serait vers des séjours encore plus courts de trois à quatre jours.</p>
<p>382- Si oui en moyenne de combien de temps ?</p>	
<p>383-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur le <u>comportement</u> des vacanciers ? -plus de dépenses en moins de temps</p>	<p>-La cause principale de la réduction des séjours évoquées par les répondants est la diminution des moyens financiers. Les conséquences en sont que les vacanciers ne se détendent plus, font moins de sorties hors programme, ne font plus d'extra, et</p>

<p>384-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>effets ressentis</u> par les vacanciers ?</p>	<p>hors programme, ne font plus d'extra, et surtout ont moins de contact ; « le relationnel change ».</p>
<p>385-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur la <u>rentabilité</u> de l'établissement ?</p>	<p>-Pour un tiers, il n'y a pas de conséquence sur la rentabilité. Pour un autre tiers cette réduction porte atteinte à la rentabilité et nécessite des aménagements. Un des postes qui a connu la croissance la plus forte est celui des dépenses d'entretien. Les courts séjours implique une rotation plus grande et donc des coûts d'accueil et de nettoyage supplémentaires. De plus ils sont cause d'une moindre convivialité et donc de plus de négligence vis à vis de ce qui est commun. Pour le dernier tiers, cela augmente la rentabilité, le taux de remplissage est augmenté et les séjours courts sont plus chers (pas de réduction).</p>
<p>386-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>services hôteliers</u> de l'établissement ?</p>	<p>-Pour un quart cela n'a pas de conséquences sur les services hôteliers, pour les autres deux gènes sont évoquées : les départs et les arrivées sont plus compliquées, la gestion des réservations est plus difficile (réservations de dernière minute), les charges sont donc accrues pour ce poste.</p>
<p>387-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur <u>l'organisation de l'animation</u> de l'établissement ?</p>	
<p>388-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur <u>le personnel salarié?</u></p>	<p>-Sur le personnel salarié cela n'a pas beaucoup d'incidence, sinon que la rotation des groupes rend les relations éphémères, et limite la diversité des animations, voire condamne certaines d'entre elles dans le domaine culturel en particulier. Cette réduction n'a pas de conséquences sur les rapports avec les communes.</p>
<p>389-Quel est le rôle du raccourcissement de la durée des séjours sur les <u>rapports avec la commune</u> ?</p>	

VIII

RÉSULTATS DE
L'ENQUETE EXPERTS

ELABORATION
D'UN EXPERTON

A-INTRODUCTION

La méthode que nous nous proposons d'utiliser, celle du calcul des « experts », bien que relativement peu fréquente dans les applications requérant la logique floue, nous semble intéressante ici. Il s'agit d'interroger des « personnes ressources », connaissant bien le sujet en question, et mobilisées sur la préoccupation de l'enquête. Leur consultation permet d'obtenir une opinion de spécialistes.

Le résultat de la consultation d'experts ne remplace pas la consultation directe, il est une modalité de l'investigation des préférences indirectes.

Cependant une telle consultation a de notre point de vue un double intérêt :

- les « experts » ont une vision dynamique, qui couvre quelquefois des périodes assez longues et donc expriment des opinions qui soulignent et parfois anticipent certaines tendances,
- leur point de vue est indépendant des circonstances (des incidents) dont l'opinion des vacanciers peut conserver le reflet
-

Le nombre des « experts » consultés n'a pas besoin d'être très important, il suffit qu'ils soient suffisamment représentatifs , pour que leur avis aient un intérêt.

B-PROBLEMATIQUE.

L'identification de l'utilité sociale dans ses différentes composantes exprimées sous formes de flux ou de stocks peut résulter du recours à un questionnaire détaillé, comme nous l'avons construit et appliqué précédemment.

Il est possible de prolonger cette approche en utilisant une technique différente permettant d'identifier, de classer et même de mesurer, sous certaines conditions, les préférences des personnes enquêtées à partir d'une méthode moins lourde qu'une enquête classique. En contrepartie le nombre de questions posées doit être peu important.

Nous nous proposons de le faire, ici, non plus en imposant aux personnes enquêtées, de choisir entre des valeurs quantifiées « précises », mais en respectant le système d'évaluation que nous sommes habitués à pratiquer quotidiennement, celui d'expression de préférences sémantiques « vagues » ou « floues », telle que par exemple, « l'animation culturelle est assez peu importante ».

Un tel système nécessite pour être utilisé, dans la perspective d'une évaluation, de recourir à une méthode simple utilisant les principes de la logique floue. Parmi les possibilités offertes par les applications de la logique floue nous retiendrons celle des experts. Cette méthode est relativement peu utilisée.

Nous allons tenter de l'appliquer au secteur du tourisme social en Languedoc Roussillon.

C-METHODOLOGIE.

La méthode retenue pour mesurer les préférences imprécises des personnes sollicitées relève des principes de la logique floue. Parmi les principaux outils disponibles, sous ensembles flous, aléatoires flous, Φ flous, EXPERTONS, nous retiendrons ces derniers.

1-Phasage.

Le protocole méthodologique de cette étude comprendra un certain nombre de d'étapes successives.

a-La validation des composantes choisies présentées comme les composantes principales du tourisme social.

b-L'identification floue de l'ordre des préférences et de la valeur relative de chacune des composantes

c-L'identification floue de la valeur attribuée à chacune des composantes en utilisant une règle à repères sémantiques flous,

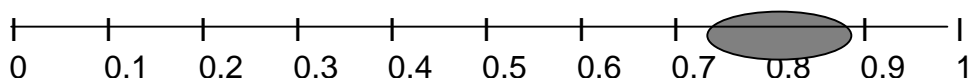
La construction d'une échelle de valeurs sémantiques pose la question du nombre de niveaux valués retenus. En général on retient 11 niveaux, mais il semble qu'au-delà de 5 à 7 niveaux, la perception des différences soit très difficile. En pratique cela ne devrait pas poser de problème puisque l'on admettra un choix flou (couvrant plusieurs valeurs sémantiques). Un exemple est proposé par le tableau N°1. La règle présentée aux « experts » ne représentera que sept repères.

Tableau N°32

Niveau	Valeur
0	Sans importance
0.1	Très peu important
0.2	Peu important
0.3	Plutôt pas important
0.4	Assez peu important
0.5	Moyennement important
0.6	Assez important
0.7	Plutôt important
0.8	Important
0.9	Plutôt très important
1	Très important

On peut d'ailleurs aller plus loin et penser que le recours au choix flou autorise un nombre de niveaux beaucoup plus important. Rien n'interdit en principe de retenir 20, 30 40 niveaux ou plus, sauf qu'il sera impossible de leur attacher une valeur linguistique.

On peut recourir à une *règle de valeurs sémantiques floues* du type de celle proposée ci-après.



Dans le cadre d'une enquête, on demande à l'acteur sollicité de situer à sa convenance la localisation de son choix, sur la règle, en entourant (ou en pointant s'il y a lieu), l'espace correspondant. .

e-Elaboration de l'experton. L'experton est un concept proposé par A.KAUFMANN⁽¹⁹⁸⁷⁾ qui résulte « de l'association de celui de sous ensemble aléatoire flou et de celui d'intervalle de confiance¹⁰³ ». Il en résulte un outil construit à partir d'informations floues dont on détermine la loi de probabilité, et dont l'espérance mathématique de la probabilité cumulée donne une valeur « défuzzifiée » d'expertise. Nous reviendrons dans le point suivant sur la méthode de construction d'un experton.

2-Formalisation d'une proposition floue.

Les informations proposées spontanément par les acteurs de la vie économique et sociale sont généralement incomplètes et imprécises plutôt qu'incertaines (SANDRY.S.A. 1997), et la valorisation de la propriété d'un phénomène s'exprime plus naturellement en langage courant qu'en unité de mesure. De telle sorte que lorsque l'on interroge un acteur, en le soumettant par exemple à un choix entre plusieurs valeurs numériques, quelle que soit sa rigueur à répondre, on est pratiquement assuré de perdre de l'information, puisque ce type d'enquête interdit de prendre en compte les opinions situées à l'intérieur d'un intervalle.

Le recours à la logique classique (même multivalente) reste insuffisant lorsque l'on aborde des domaines ou des types de questions, pour lesquels les connaissances disponibles sont vagues, imprécises et incertaines. Dans ces circonstances la nature de l'information impose l'utilisation d'une autre logique que la logique classique: la logique floue, appelée aussi logique linguistique.

La logique booléenne est fondée sur la notion de variable binaire, la logique floue sur celle de variable floue et de variable linguistique. Le terme de variable linguistique est beaucoup plus général que celui de variable floue, qui reste une extension directe de la variable binaire classique.

On peut définir une variable floue a , comme appartenant à l'intervalle $[0,1]$, associée à la fonction d'appartenance $f_A(x)$, avec $a = f_A(x)$, d'un sous ensemble flou A de l'univers de référence U .

L'expression variable linguistique introduite par ZADEH, propose que les valeurs de cette variable ne soient pas numériques, mais symboliques, comme les mots et les expressions du langage courant.

¹⁰³ A KAUFMANN (1987) : p17

Une variable quelconque peut être représentée par un triplet (U, X, D_x) composé d'un ensemble de référence U , d'une désignation X (nom de la variable) et d'un domaine de définition D_x , sous ensemble de U , ou ensemble flou de référentiel U (cas d'une variable floue). Une variable linguistique est définie par un triplet (X, U, T_x) dans lequel T_x désigne l'ensemble fini ou non des valeurs linguistiques de la variable X appelés termes. Ce sont des expressions vagues du langage naturel qui caractérisent X et qui sont modélisées par des ensembles flous. Pour préciser la caractéristique d'une variable linguistique « faible », on peut lui associer un adverbe (modificateur) « assez ». La modification de caractéristiques se traduira sur la fonction d'appartenance. En supposant que R soit une caractéristique floue, dérivée d'une autre caractéristique floue A par le modificateur m , on peut écrire $R=m(A)$ ou $f_R(x)=mf_A(x)$.

Une proposition floue simple est de la forme « x est A », où A est un élément de T_x associé à un prédicat flou. Une proposition composée est constituée de propositions floues simples, telles que « x est A », « y est B », reliées entre elles par des connecteurs, en général, ET (conjonction) et OU (disjonction) .

On sait, que l'union de deux sous-ensembles flous A et B de X , est le sous ensemble flou constitué des éléments de X affectés du plus grand de leur degré d'appartenance, donné par $f(A)$ et $f(B)$. Elle est définie comme l'élément $D=A \cup B$ de $F(X)$ tel que:

$$\forall x \in X, f_D(x) = \max\{f(A), f(B)\}$$

Si $D=A \cup B \cup \dots \cup N$, alors:

$$\forall x \in X, f_D(x) = \max\{f(A), f(B), \dots, f(N)\}$$

L'intersection est définie comme l'élément $D=A \cap B$ de $F(X)$ tel que :

$$\forall x \in X, f_D(x) = \min\{f(A), f(B)\}$$

Si $D=A \cap B \cap \dots \cap N$, alors :

$$\forall x \in X, f_D(x) = \min\{f(A), f(B), \dots, f(N)\}$$

3 Principes de construction d'un experton.

Soit la propriété (U) d'une organisation (par exemple son utilité sociale), sur laquelle on interroge chaque individus i , $i \in [1, \dots, n]$ concernant les caractéristiques $C(h)$, $h \in [1, \dots, m]$) de cette propriété (par exemple ses productions de services, apport cognitifs, aménité...).

a-On définit l'évaluation de i comme un ensemble flou $\tilde{S}_i = \{\mu_{\tilde{S}_i} C(h)\}$:

$$\forall h, \mu_{\tilde{S}_i} C(h) = \mu_{\tilde{S}_i}^{\min} C(h) = \mu_{\tilde{S}_i}^{\max} C(h) \in [0, 1] \quad (1)$$

$$\text{ou } \mu_{\tilde{S}_i} [\mu_{\tilde{S}_i}^{\min} C(h), \mu_{\tilde{S}_i}^{\max} C(h)] \subset [0, 1] \quad (2)$$

b-L'agrégation des évaluations est obtenue en considérant $\mu_{s_i} C(h)$ comme les exemples de variables aléatoires $\mu_s C(h)$ prenant leur valeur dans [0.1].

c-On établit leurs lois de probabilité à partir des valeurs limites MIN et MAX des évaluations. A partir de chacun des niveaux de l'échelle d'évaluation obtenue, on construit un experton. Les lois de probabilité sont alors définies sur 11 niveaux d'échelle sémantique.

$$\forall h, P(\mu_{s^{\min}} C(h)=\mu) = \frac{n_{\mu}^{\min}}{N} \quad (3)$$

$$P(\mu_{s^{\max}} C(h)=\mu) = \frac{n_{\mu}^{\max}}{N} \quad (4)$$

n_{μ}^{\min} et n_{μ}^{\max} représentent les fréquences de μ comme valeurs MIN et MAX des évaluations du caractère $C(h)$ et N le nombre de personnes enquêtées.

d-Enfin les lois de probabilité sont transformées en une fonction de distribution cumulée qui constitue un experton obtenu à partir des valeurs MIN et MAX de chacune des propriétés..

$$F(\mu_{s^{\min}} C(h)=\mu) = \sum_{\eta=\mu}^1 P(\mu_{s^{\min}} C(h)=\eta) \quad (5)$$

$$F(\mu_{s^{\max}} C(h)=\mu) = \sum_{\eta=\mu}^1 P(\mu_{s^{\max}} C(h)=\eta) \quad (6)$$

L'experton une fois construit, on peut calculer l'espérance mathématique des valeurs MIN et MAX, ce qui nous donne un sous ensemble flou résultat, qui peut être ramené à un résultat ponctuel.

D-COMPOSANTES DE L'UTILITÉ DU TOURISME SOCIAL.

Une préoccupation préalable à l'identification des choix flous a été de valider auprès des personnes interrogées, les propriétés retenues comme composantes essentielles de l'utilité de leur séjour. Celles-ci avaient été identifiées au cours d'entretiens ayant permis l'élaboration des indicateurs et du questionnaire. A la suite de ces entretiens six composantes ont été identifiées comme les plus importantes à tester :

- l'hébergement
- l'accueil enfants
- l'animation sportive.
- l'animation culturelle
- la connaissance de la région
- la convivialité

Ces résultats ont conduit à la conception du protocole d'enquête sur la base d'un questionnement simplifié (cf annexe 1).

E-IDENTIFICATION DES VALEURS FLOUES RELATIVES.

1-Protocole.

Après avoir confirmé la validation du choix des propriétés retenues dans le cadre de l'étude, notre préoccupation a été de classer et de mesurer la valeur relative de chacune de ces propriétés.

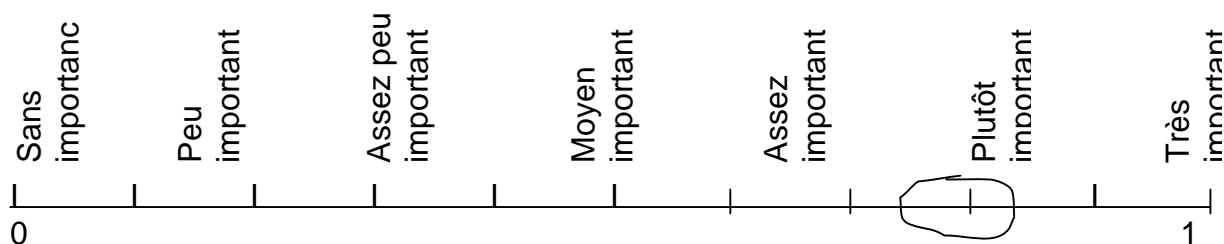
L'interrogation d'un certain nombre de personnes gestionnaires, consultées au titre de leur connaissance du public fréquentant différents sites de villages vacances a donné les résultats suivants. Les avis obtenus constituent des intervalles de confiance regroupés en une matrice de valuation d'experts. L'utilisation de la méthode sur des échantillons de taille supérieure ne pose pas de problèmes méthodologiques. Pour le traitement, la programmation sera nécessaire.

Le protocole a conduit à sélectionner 8 personnes et à leur proposer de répondre, le plus librement possible, de façon précise ou non aux questions posées.

Les personnes interrogées ont été choisies pour leur implication manifeste dans l'enquête précédente, et pour leur représentativité géographique (3 pour l'Hérault, 3 pour les P.O., 1 pour le Gard et 1 pour la Lozère : voir détail en annexe).

Une *règle à repères sémantiques flous* leur a été proposée pour chacune des composantes, sur lesquelles les enquêtés pouvaient exprimer une réponse imprécise .

La règle à repères sémantiques flous est étalonnée pour permettre le repérage des intervalles d'évaluation de chacun des enquêtés.



Chaque réponse a été mesurée à partir de l'intervalle (ou de leur valeur crisp) observé sur la règle. Ce repérage nécessite un étalonnage précis de la règle et une lecture qui peut requérir un lecteur optique et un programme adapté. Les résultats obtenus sont les suivants :

2. Identification des valeurs floues.

Le recueil des informations obtenues fait apparaître les intervalles de valeurs suivants pour les six propriétés retenues.

Les résultats du dépouillement des questionnaires permettent d'établir le tableau suivant :

Tableau N°33. Préférences gestionnaires

	Héberg			Accueil			Sport			Culture			Région			Convivial	
	MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX
1	0,73	0,85	1	0,67	0,72	1	0,58	0,69	1	0,56	0,66		0,57	0,57		0,88	0,97
2	0,95	1	2	0,76	0,84	2	0,47	0,54	2	0,46	0,54	2	0,66	0,71	2	0,95	1
3	0,75	0,83	3	0,77	0,87	3	0,46	0,56	3	0,76	0,84	3	0,77	0,85	3	0,95	1
4	0,64	0,71	4	0,94	0,99	4	0,65	0,72	4	0,76	0,86	4	0,82	1	4	0,84	1
5	0,88	1	5	0,57	0,78	5	0,58	0,76	5	0,08	0,33	5	0,38	0,57	5	0,65	0,97
6	0,77	0,86	6	0,92	1	6	0,6	0,69	6	0,6	0,7	6	0,92	1	6	0,92	1
7	0,79	88	7	0,77	0,87	7	0,56	0,67	7	0,54	0,68	7	0,71	0,87	7	0,87	0,98
8	0,69	0,77	8	0,62	0,75	8	0,52	0,61	8	0,52	0,67	8	0,48	0,64	8	0,75	0,95

Ce tableau est obtenu en mesurant le repère imprécis sur la règle à partir de l'intervalle qu'il forme. La valeur de cet intervalle est ensuite ramenée à une proportion de valeur unitaire.

3-Elaboration de l'experton.

a-Cumul.

A partir des observations précédentes, on procède à la somme des valeurs minimales et maximales .

Tableau N°34 : Valeurs cumulées des préférences

	HEBERG			ACCUEIL			SPORT			CULTURE			REGION			CONVIV	
	MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0
0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0
0,3	0	0	0,3	0	0	0,3	0	0	0,3	0	1	0,3	0	0	0,3	0	0
0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	1	0	0,4	0	0
0,5	0	0	0,5	0	0	0,5	3	1	0,5	3	1	0,5	1	0	0,5	0	0
0,6	1	0	0,6	2	0	0,6	4	2	0,6	2	0	0,6	1	3	0,6	0	0
0,7	2	1	0,7	1	1	0,7	1	4	0,7	0	4	0,7	2	1	0,7	1	0
0,8	3	2	0,8	3	3	0,8	0	1	0,8	2	1	0,8	2	0	0,8	2	0
0,9	1	3	0,9	2	3	0,9	0	0	0,9	0	1	0,9	1	2	0,9	3	0
1	1	2	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	2	1	2	8

b-Identification de la loi de probabilité (i/20)

Dans la mise sous la forme d'une loi de probabilité, le nombre des observations constitue le quotient que l'on affecte aux valeurs du tableau des préférences cumulées.

Tableau N°35 : Loi de probabilité

	HEBERG			ACCUEIL			SPORT			CULTURE			REGION			CONVIV	
	MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,13	0	0	0	0	0	0	
0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0,1	0	
0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	0	0,2	0	
0,3	0	0	0,3	0	0	0,3	0	0	0,3	0	0,13	0,3	0	0	0,3	0	
0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	0	0	0,4	0,13	0	0,4	0	
0,5	0	0	0,5	0	0	0,5	0,38	0,13	0,5	0,38	0,13	0,5	0,13	0	0,5	0	
0,6	0,13	0	0,6	0,25	0	0,6	0,5	0,25	0,6	0,25	0	0,6	0,13	0,38	0,6	0	
0,7	0,25	0,13	0,7	0,13	0,13	0,7	0,13	0,5	0,7	0	0,5	0,7	0,25	0,13	0,7	0,13	
0,8	0,38	0,25	0,8	0,38	0,38	0,8	0	0,13	0,8	0,25	0,13	0,8	0,25	0	0,8	0,25	
0,9	0,13	0,38	0,9	0,25	0,38	0,9	0	0	0,9	0	0,13	0,9	0,13	0,25	0,9	0,38	
1	0,13	0,25	1	0	0,13	1	0	0	1	0	0	1	0	0,25	1	0,25	

c-Probabilités cumulées .

Tableau N°36

	HEBERG			ACCUEIL			SPORT			CULTURE			REGION			CONVIV	
	MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX		MIN	MAX
0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	
0,1	1	1	0,1	1	1	0,1	1	1	0,1	0,88	1	0,1	1	1	0,1	1	
0,2	1	1	0,2	1	1	0,2	1	1	0,2	0,88	1	0,2	1	1	0,2	1	
0,3	1	1	0,3	1	1	0,3	1	1	0,3	0,88	1	0,3	1	1	0,3	1	
0,4	1	1	0,4	1	1	0,4	1	1	0,4	0,88	0,89	0,4	1	1	0,4	1	
0,5	1	1	0,5	1	1	0,5	1	1	0,5	0,88	0,89	0,5	0,89	1	0,5	1	
0,6	1	1	0,6	1	1	0,6	0,63	0,88	0,6	0,5	0,76	0,6	0,76	1	0,6	1	
0,7	0,89	1	0,7	0,76	1	0,7	0,13	0,63	0,7	0,25	0,76	0,7	0,63	0,63	0,7	1	
0,8	0,64	0,88	0,8	0,63	0,89	0,8	0	0,13	0,8	0,25	0,26	0,8	0,38	0,5	0,8	0,88	
0,9	0,26	0,63	0,9	0,25	0,51	0,9	0	0	0,9	0	0,13	0,9	0,13	0,5	0,9	0,63	
1	0,13	0,25	1	0	0,13	1	0	0	1	0	0	1	0	0,25	1	0,25	

d- Calcul des espérances mathématiques.

Tableau N°37

Héberg	MIN	MAX	Accueil	MIN	MAX	Sport	MIN	MAX
0-0.1	1	1	0-0.1	1	1	0-0.1	1	1
0.1-0.2	1	1	0.1-0.2	1	1	0.1-0.2	1	1
0.2-0.3	1	1	0.2-0.3	1	1	0.2-0.3	1	1
0.3-0.4	1	1	0.3-0.4	1	1	0.3-0.4	1	1
0.4-0.5	1	1	0.4-0.5	1	1	0.4-0.5	1	1
0.5-0.6	1	1	0.5-0.6	1	1	0.5-0.6	1	1
0.6-0.7	1	1	0.6-0.7	1	1	0.6-0.7	0,63	0,88
0.7-0.8	0,89	1	0.7-0.8	0,76	1	0.7-0.8	0,13	0,63
0.8-0.9	0,64	0,88	0.8-0.9	0,63	0,89	0.8-0.9	0	0,13
0.9-1	0,39	0,88	0.9-1	0,25	0,64	0.9-1	0	0
Σ	8,92	9,76	Σ	8,64	9,53	Σ	6,76	7,64
ϵ	0,89	0,98	ϵ	0,86	0,95	ϵ	0,68	0,76

Cultur	MIN	MAX
0-0.1	1	1
0.1-0.2	0,88	1
0.2-0.3	0,88	1
0.3-0.4	0,88	1
0.4-0.5	0,88	0,89
0.5-0.6	0,88	0,89
0.6-0.7	0,5	0,76
0.7-0.8	0,25	0,76
0.8-0.9	0,25	0,26
0.9-1	0	0,13
Σ	6,4	7,69
ϵ	0,64	0,77

Région	MIN	MAX
0-0.1	1	1
0.1-0.2	1	1
0.2-0.3	1	1
0.3-0.4	1	1
0.4-0.5	1	1
0.5-0.6	0,89	1
0.6-0.7	0,76	1
0.7-0.8	0,63	0,63
0.8-0.9	0,38	0,75
0.9-1	0,13	0,75
Σ	7,79	9,13
ϵ	0,78	0,91

Conviv	MIN	MAX
0-0.1	1	1
0.1-0.2	1	1
0.2-0.3	1	1
0.3-0.4	1	1
0.4-0.5	1	1
0.5-0.6	1	1
0.6-0.7	1	1
0.7-0.8	1	1
0.8-0.9	0,88	1
0.9-1	0,88	1
Σ	9,76	10
ϵ	0,98	1

Nous obtenons ainsi le sous ensemble Φ flou suivant :

$[0.89 \ 0.98] [0.86 \ 0.95] [0.68 \ 0.76] [0.64 \ 0.77] [0.78 \ 0.91] [0.98 \ 1]$

Pour obtenir le classement entre les six propriétés étudiées, une façon simple de procéder est de retenir la moyenne des intervalles des espérances mathématiques.

$0,94 \ 0,91 \ 0,72 \ 0,7 \ 0,84 \ 0,99$

Ce qui donne la relation de préférence :

$\text{Convivialité} \succ \text{Hébergement} \succ \text{Accueil enfants} \succ \text{Région} \succ \text{Sport} \succ \text{Culture}$

On constate que certaines valeurs sont très proches, mais le résultat peut surprendre.

F-CONCLUSION.

L'élaboration d'une matrice de dissemblance permettrait de faire apparaître probablement des écarts dans les jugements des acteurs interrogés qui offriraient très certainement des perspectives d'analyse des causes de la dispersion des jugements.

La technique des experts nous permet ici de faire apparaître que l'ordre des préférences des usagers, révélées par le recours aux personnes ressources, présente deux pôles opposés la convivialité et la culture, que l'on aurait peut être tendance à associer de façon assez rapide mais qui peuvent très bien ne pas cohabiter dans les fonctions de préférences des acteurs.

IX

CONCLUSION

L'objectif principal de ce travail était de présenter une analyse de l'utilité économique et sociale du tourisme social à travers un certain nombre de composantes que nous proposons. Celles ci constituent les variables actives de l'articulation d'un modèle de développement régional, dont nous ne connaissons pas encore l'organisation générale, du moins pas de manière formelle. Cependant, il apparaît évident que ces composantes comptent beaucoup, et donc leur identification concrète au travers des informations recueillies permettent de mieux comprendre à la fois leur contenu, leur rôle et leur articulation.

Sans reprendre le détail des résultats, on peut proposer une synthèse rapide des résultats de notre démarche.

A-GESTION DES STRUCTURES ET VALEUR D'USAGE.

Le raccourcissement des séjours est cause de baisse de rentabilité souvent. L'augmentation du coût de nettoyage n'est pas dû, semble t-il à la croissance de l'irrespect, mais au raccourcissement des vacances.

Cela entraîne une plus grande rotation des hébergements, et donc des coûts de nettoyage. De plus les coûts de réservation sont accrus de même, que les taux de remplissage fluctuent d'avantage. Les animations coûtent cher, sur de courts séjours, certaines deviennent difficiles à maintenir, et donc c'est une partie de l'identité du tourisme social qui est en cause.

Les vacanciers viennent plus pour consommer que pour lier connaissance avec d'autres gens. La satisfaction doit être immédiate, les séjours étant courts. D'autant que plus les séjours sont courts et plus les relations deviennent superficielles, moins les vacanciers sont attentifs aux autres et au bien commun. La satisfaction de court terme prend le pas sur l'accumulation résultant d'un apprentissage, tant d'une pratique sportive par exemple, que d'une pratique relationnelle.

L'animation est à l'interface de l'effet de satisfaction immédiate et de la production d'accumulation. 20% des structures n'ont pas de budget d'animation particulier. Le budget d'animation varie pour les autres de 5% à 60%¹⁰⁴ du chiffre d'affaire, avec des difficultés à l'estimer correctement du fait qu'il se confond souvent avec le budget salariés. La plupart ont évoqué un chiffre de l'ordre de 20 à 30%.

Des adaptations sont nécessaires, elles sont coûteuses, d'autant que la législation et les normes prolifèrent, alors que les aides restent insuffisantes. Les augmentations de tarifs sont une solution excluante pour les plus défavorisés pour lesquelles ces structures à l'origine sont faites

B-COUTS EVITES.

Tous ceux qui s'expriment concernant cette question, pensent que le tourisme social a un impact sur la baisse de la délinquance et de la violence. Cependant il s'agit d'un point de vue sans référence à des faits précis, cette hypothèse concernant le

¹⁰⁴ pour ce dernier il y a certainement confusion avec le budget salarial,

tourisme social reste en grande partie à vérifier. Le propos largement partagé recueilli, selon lequel la diminution du stress et ses effets sur la santé sont à l'actif des vacances, ne doit pas pour autant être mis à l'actif du tourisme social en tant que tel.

C-EFFETS TERRITORIAUX

Cette rubrique, en toute logique, ne devrait pas avoir sa place indépendamment de l'identification d'accumulations, son contenu se décline normalement en différentes catégories de capital, seul le niveau géographique de l'accumulation permet d'en maintenir le sens.

Beaucoup pensent qu'ils ont un lien fort avec l'identité régionale mais l'impact se mesure difficilement au niveau local pour eux. Ils ne sont pas les acteurs principaux de l'économie locale.

Certaines des activités que leur présence conforte, font l'objet d'une adaptation, par exemple la création de points par les commerces dans les villages vacances, le contenu de certaines productions artisanales, des partenariats avec des prestataires de services locaux sont développés (Cévennes Evasion). Ces activités sont maintenues toute l'année dans un cas sur dix.

Les plus anciens villages de vacances notent que leurs clients sont plus attachés à la commune du village et parfois s'y installent.

Enfin les relations avec les collectivités locales, pour les structures les plus importantes, organisent l'usage des infrastructures au mieux de leur amortissement et de leur entretien.

Il y a aussi des effets externes négatifs pour certains, comme des dégradations même si elles sont exceptionnelles, du bruit et des encombrements surtout avec la baisse de la durée des séjours, ce qui accentue les rotations.

D-CAPITAL TECHNIQUE

Pour un tiers les infrastructures des centres ne sont pas mises à disposition. Pour les deux tiers c'est le cas contraire. Ce qui accroît la disposition collective de cette forme de capital.

Concernant les liens techniques, les réponses font état de nombreux emplois locaux préservés du fait de l'activité des villages vacances grâce à la sous-traitance notamment pour la restauration et les services d'entretien, ou au choix du recrutement local de l'emploi saisonnier.

Cette activité saisonnière favorise un apport de revenu dans le cas de la pluriactivité locale, et donc contribue au maintien de familles locales donc au maintien d'un système de services et de commerces permanents.

F-CAPITAL HUMAIN

Le bénévolat est peu présent à l'intérieur des structures. Les bénévoles sont surtout présents dans les instances dirigeantes et consacrent, en moyenne environ 6 semaines par an, et 12h par semaine.

Au niveau de la participation des vacanciers, source d'apprentissage les animations sont très demandées. La majorité des répondants considèrent que la découverte d'une pratique sportive a un effet sur sa pratique ultérieure. Certains affirment même que cela représente 20 à 30% des cas.

Tous remarquent des changements de comportement liés au séjour, mais manquent d'information après le séjour.

Les salariés sont en général formés mais il s'agit beaucoup de saisonniers avec quelques permanents locaux. Près de 80% des enquêtés affirment assurer la formation de leurs salariés. Cette formation est assurée la plupart du temps en interne

E-CAPITAL SOCIAL.

Le taux de familles aidées est assez important mais peu de structures pratiquent des tarifs dégressifs, la majorité reçoivent des gens bénéficiant de bons CAF.

Plus de 20% des réponses font état d'un taux de familles aidées de 50%. Un tiers d'un taux inférieur à 20%. Certains n'accueillent que peu ou pas de familles (La Solaze, Yraval). Plus de 30% de vacanciers sont originaires de zones défavorisées, cette proportion atteint 50% dans 10% des cas.

Les relations entre vacanciers sont empreintes de moins en moins de convivialité et de plus en plus d'irrespect apparaît. Le développement de la législation (problème d'assurance pour le covoiturage, exigence de diplômes pour les activités, norme de protection ne contribuent sans doute pas à inverser les tendances.

Ce qui est remarquable c'est l'observation du raccourcissement de la durée des séjours, qui sont aujourd'hui de 7 jours majoritairement. Ceci explique que les vacanciers soient moins attentifs aux autres, ils ont moins de temps pour créer des relations et se consacrent donc quasi exclusivement à leur repos.

La fidélisation est moyenne et certains clients reviennent en groupe, une fois qu'ils ont lié connaissance ils reviennent voir les amis qu'ils se sont fait et les mêmes animateurs.

Les problèmes d'irrespect sont explicitement évoqués par environ un quart des enquêtés. Certains expriment le fait que cette situation semble monter en puissance. Cependant si les conflits entre vacanciers ne sont pas rares, ils sont mineurs. Ils étaient auparavant gérés par les acteurs eux-mêmes, aujourd'hui ils le sont davantage par l'autorité, ce qui peut dénoter une perte de convivialité, cette opinion est majoritaire.

80% affirment que les relations créées sur le site donnent lieu à des contacts ultérieurs, amitiés voire mariages.

Il semble que le séjour en village renforce par des discussions, et la conscience de certaines valeurs collectives. Prioritairement vis à vis des enfants pour l'environnement, ainsi que la solidarité par rapport au handicap pour tous.

Dans la moitié des cas il existe des liens entre le village vacance et la commune pour organiser l'intégration d'activités au sein de la collectivité. Ces liens passent par la mairie, l'office du tourisme et la gendarmerie.

F-CAPITAL NATUREL.

Quasiment personne n'utilise d'énergie renouvelable, et pour les espaces verts, la plupart y allouent environ 1/3 de l'espace total. Mais c'est surtout indirectement que l'action des villages de vacance peut être importante du fait que tous ont des activités de nature impliquant une culture du respect.

G-CAPITAL INSTITUTIONNEL.

Beaucoup de villages vacances participent à un label. La moitié des gestionnaires enquêtés ont la conviction d'avoir participé à la mise en place de politiques locales indirectement ou directement, par des contacts avec les responsables communaux (directement pour les structures communales), dans les domaines de l'environnement, mais aussi des infrastructures (accès), ou du social (aménagement pour handicapés).

H-LA CONSULTATION DE PERSONNES RESSOURCES.

La technique des experts nous a permis de faire apparaître que l'ordre des préférences des usagers, révélées par le recours aux personnes ressources, présente deux pôles opposés la convivialité et la culture, que l'on aurait peut être tendance à associer de façon assez rapide mais qui peuvent très bien ne pas cohabiter dans les fonctions de préférences des acteurs.

Convivialité > Hébergement > Accueil enfants > Région > Sport > Culture

Ce résultat, atteste que le lien social conserve toute sa vitalité, même si les conditions matérielles du séjour sont priorisées sur les pratiques ludiques et sportives et la culture. Le lien social principalement recherché semble l'être à l'intérieur de la famille ou de l'environnement immédiat et moins du territoire.

I-LIMITES DU TRAVAIL.

Les différents résultats doivent être considérés comme des hypothèses de travail pour les recherches ultérieures

Un certain nombre de questions se sont révélées bien intentionnée mais mal formulées, elles ont pourtant été testées mais sur des acteurs avertis et convaincus du sens de notre démarche.

Certaines autres auraient du s'adresser à d'autres acteurs, les responsables des communes (dégradations extérieures au village vacance par exemple) ou aux vacanciers eux mêmes (effets comportementaux après initiation sportive ou culturelle).

La difficulté d'interroger les vacanciers sur le site pendant les vacances avec un questionnaire, long et précis, mais aussi la difficulté d'échantillonnage, les données statistiques de structures sont pour le moment incomplètes, nous a conduit à renoncer pour le moment, à cause du coût d'une telle enquête et de la faible probabilité de représentativité.

X-ANNEXES

ANNEXE 1

Listes des Villages de Vacances en
Languedoc-Roussillon (ORT)**LES AYGAUDES**

Les Ayguades du Pech Rouge
11430 GRUISSAN
Tel : (0)4 68 49 80 10
Fax : 33 (0)4 68 49 30 19

BATIPAUME

Route de Rochelongue
34300 AGDE
Tel : 33 (0)4 67 94 11 47
Fax : 33 (0)4 67 94 86 36
Mel : batipaume@aol.com

VACANCES PTT CAP D'AGDE

4, avenue de la Butte
34300 AGDE
Tel : 33 (0)4 67 01 86 86
Fax : 33 (0)4 67 26 20 95
vacances.ptt.capdagde@wanadoo.fr

VVF VACANCES CANTERELLE

Avenue de la Butte
34300 AGDE
Tel : 33 (0)4 67 26 16 33
Fax : 33 (0)4 67 26 27 75

LE MÉDITERRANÉE

chemin du Pas de las Basques
66700 ARGELES-SUR-MER
Tel : 33 (0)4 68 8100 95
Fax : 33 (0)4 68 8139 63

VACANCIEL LES PINGOUINS

Chemin de la Salanque
66700 ARGELES-SUR-MER
Tel : 33 (0)4 68 81 01 40
Fax : 33 (0)4 68 81 63 63
Mel : pingouins@vacancier.com

L'OLIVETTE

Chemin Saint-Pierre
66700 ARGELES-SUR-MER
Tel : 33 (0)4 68 81 03 12
Fax : 33 (0)4 68 81 21 10
<http://www.lolivette.fr.st>

LE LAC D'ARQUES

Village de Vacances
11190 ARQUES
Tel : 33 (0)4 68 69 88 30
Fax : 33 (0)4 68 69 85 49

LOGIVERT LE PRÉ DU CLOS

110, avenue de Castrie
34820 ASSAS

Tel : 33 (0)4 99 62 22 09
Fax : 33 (0)4 99 62 22 00

CHÂTEAU DE MONTCALM

Maison de Vacances
30120 AVEZE
Tel : 33 (0)4 67 81 04 78
Fax : 33 (0)4 67 81 03 83

ASSOCIATION DE CLARENCE

324, chemin de Clarence
30140 BAGARD
Tel : 33 (0)4 66 60 74 33
Fax : 33 (0)4 66 60 93 70

LES CLAUZELS

48190 BAGNOLS-LES-BAINS
Tel : 33 (0)4 66 48 48 48
Fax : 33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VVF VACANCES LES RIVES DE THAU

Rue du Stade
34540 BALARUC-LES-BAINS
Tel : 33 (0)4 67 51 74 00
Fax : 33 (0)4 67 51 75 75

VILLA CAMILLE

11, avenue de Fontaulé
66650 BANYULS-SUR-MER
Tel : 33 (0)4 68 88 33 83
Fax : 33 (0)4 68 88 35 80
Mel : villacamille@aol.com

VILLAGE DE VACANCES

48400 BARRE-DES-CEVENNES
Tel : 33 (0)4 66 48 48 48
Fax : 33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

CAMPOTEL DES TROIS VALLÉES

Boulevard Jean Moulin
34600 BEDARIEUX
Tel : 33 (0)4 67 23 30 05
Fax : 33 (0)4 67 23 30 18

DOMAINE SAINTE-VEZIANE

Parc résidentiel de loisirs
Route de Montblanc
34550 BESSAN
Tel : 33 (0)4 67 77 58 58
Fax : 33 (0)4 67 21 76 79

VACANCÈZE

118, rue Victor Hugo
30160 BESSEGES

Tel :33 (0)4 66 25 39 59
Fax :33 (0)4 66 25 20 64

VILLAGE DE VACANCES

Blajoux
48320 QUEZAC
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LES CHALETS DE LA MARGERIDE

48200 BLAVIGNAC
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LE CHÂTEAU DE BOISSERON

34160 BOISSERON
Tel :33 (0)4 67 87 47 70
Fax :33 (0)4 67 86 41 06
<http://www.lvt-languedoc.asso.fr>

VACANCES POUR TOUS- MAISON DU LOT

Avenue de la Courme
66210 BOLQUERE
Tel :33 (0)4 68 30 02 44
Fax :33 (0)4 68 30 63 47
Mel : col.du.lot@wanadoo.fr

LE PONT DU MOULIN

Saint-Sauveur
30750 SAINT-SAUVEUR-CAMPRIEU
Tel :33 (0)4 67 82 64 15
Fax :33 (0)4 67 82 64 64

FIRMIN CABANIS

150, avenue Grassion Cibran
CARNON
34130 MAUGUIO
Tel :33 (0)4 67 68 14 40
Fax :33 (0)4 67 68 14 40

LE BOULOC

Avenue du Lac
34260 CEILHES-ET-ROCOZELS
Tel :33 (0)4 67 23 40 89
Fax :33 (0)4 67 23 44 85
<http://www.ville.ceilhes.com>

VILLAGE NATURE ET LOISIRS

48230 CHANAC
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VACANCES PTT GORGES DU TARN

48210 LA MALENE
Tel :33 (0)4 66 48 56 50
Fax :33 (0)4 66 48 54 30

VILLAGE DE VACANCES

48170 CHATEAUNEUF-DE-RANDON
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VILLAGE DE VACANCES

48100 CHIRAC
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

L'ARGONAUTE

36 bis, rue de la Démocratie
66190 COLLIOURE
Tel :33 (0)4 68 82 25 99
Fax :33 (0)4 68 82 44 74
Mel : cip.collioure@wanadoo.fr

LOGIVERT DU SOLEIL

Mairie de Creissan
34370 CREISSAN
Tel :33 (0)4 67 93 81 85
Fax :
Tel :33 (0)4 67 93 85 28

CAUCALAN

Relais Cap France
30750 DOURBIES
Tel :33 (0)4 67 82 70 45

MAISON DE LA DOURBIE

30750 DOURBIES
Tel :33 (0)4 67 82 74 85
Fax :33 (0)4 67 82 74 85
Mel : maison.ladourbie@wanadoo.fr

PONT DU TARN

48400 FLORAC
Tel :33 (0)4 66 45 01 21
Fax :33 (0)4 66 45 21 41
<http://www.vvf.vacances.fr>

CAMPOTEL DE LA MONTAGNE HÉRAULTAISE

Le Village
34330 FRAISSE-SUR-AGOUT
Tel :33 (0)4 67 97 64 29
Fax :33 (0)4 67 97 53 63

LA ROTJA

Espace Accueil Loisirs
66820 FUILLA
Tel :33 (0)4 68 96 19 71
Fax : 33 (0)4 68 96 09 85
<http://www.larotja.net>

CHASTEL MOUSSOU

Village de Vacances
30450 GENOLHAC
Tel :33 (0)4 66 61 13 74
Fax :33 (0)4 66 61 12 69

LA SOLAZE

6, rue des Tilleuls
66210 LA CABANASSE
Tel :33 (0)4 68 04 21 44
Fax :33 (0)4 68 04 13 17

LES CHALETS DU GOLF

48500 LA CANOURGUE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LES CHALETS DE L'URUGNE

48500 LA CANOURGUE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

PLAN D'EAU DE BOOZ

48500 LA CANOURGUE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VILLAGE DE VACANCES

48500 LA CANOURGUE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax : 33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

L'ALBATROS

46, avenue du Languedoc
11370 LA-FRANQUI
Tel :33 (0)4 68 45 70 56

LE PONANT

34280 LA GRANDE-MOTTE
Tel :33 (0)4 67 56 51 55
Fax :33 (0)4 67 29 91 73
<http://www.vvf-vacances.fr>

L'ENSOLEHADA

186, avenue de Melgueil
34280 LA GRANDE-MOTTE
Tel :33 (0)4 67 29 07 07
Fax :33 (0)4 67 56 56 94

LES TAMARIS

Rue Saint-Louis
34280 LA GRANDE-MOTTE
Tel :33 (0)4 67 56 24 24
Fax :33 (0)4 67 56 04 34

RÉSIDENCE DE VACANCES

ATC Route du Monde
506, allée des Jardins
34280 LA GRANDE-MOTTE
Tel :33 (0)4 67 56 68 00
Fax :33 (0)4 67 56 24 81

AUBERGE LA FOUNT

66210 LA LLAGONNE
Tel :33 (0)4 68 04 24 10
Fax :33 (0)4 68 04 24 10

LES BOULDOUIRES

34330 LA SALVETAT-SUR-AGOUT
Tel :33 (0)4 67 97 61 36
Fax :33 (0)4 67 97 55 23

VILLAGE DE VACANCES D'YRAVALS

Loisirs Vacances
66760 LATOUR-DE-CAROL
Tel :33 (0)4 68 30 64 00
Fax :33 (0)4 68 04 84 33

RENOUVEAU

Les Portes du Roussillon- B.P. 30
66420 LE BARCARES
Tel :33 (0)4 68 86 08 00
Fax :33 (0)4 68 86 29 88
<http://www.renouveau-vacances.fr>

LE VENT DU LARGE

Les Portes du Roussillon- B.P. 26
66420 LE BARCARES
Tel :33 (0)4 68 86 08 41
Fax :33 (0)4 68 80 97 81

FOLR/ VACANCES POUR TOUS

Les Portes du Roussillon- B.P. 21
66420 LE BARCARES
Tel :33 (0)4 68 86 09 16
Fax :33 (0)4 68 86 46 42

VACANCES AUVERGNE LIMOUSIN

Les Portes du Roussillon- B.P. 8
66420 LE BARCARES
Tel :33 (0)4 68 86 10 13
Fax :33 (0)4 68 86 04 25
<http://www.val.fr>

CAP'VACANCES L'ESTANYOT

6, allée Joffre
66420 LE BARCARES
Tel :33 (0)4 68 86 05 47
Fax :33 (0)4 68 86 25 70
<http://www.capvacances.com>

VILLAGE DE VACANCES

Route du Mont-Lozère
48190 LE BLEYMARD
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LA MANADIÈRE

Relais Cap France
30740 LE CAILAR
Tel :33 (0)4 66 88 02 42
Fax :33 (0)4 66 88 50 52
<http://www.mnet.fr/lamanadiere>

LE VIDOURLE

Route de la Grande-Motte
30240 LE GRAU-DU-ROI
Tel :33 (0)4 66 51 50 50
Fax :33 (0)4 66 51 50 14

FORÊT DE GANIGAL

48140 LE MALZIEU-VILLE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LES CHALETS DE LA TRUYÈRE

48140 LE MALZIEU-VILLE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax : 33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

MALZIEU VILLAGE

48140 LE MALZIEU-VILLE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

CAMPOTEL L'AFFENAGE

34230 LE POUGET
Tel :33 (0)4 67 96 71 09
Fax :33 (0)4 67 88 72 93

VILLAGE DE VACANCES

30120 LE VIGAN
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

CASTEL DE LA PEYRE

48210 LES VIGNES
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

RELAIS DU SALAGOU

8, rue des Terrasses
34700 LODEVE
Tel :33 (0)4 67 44 76 44
Fax :33 (0)4 67 44 70 29

LE COULAGNET

Quartier l'Empery
48100 MARVEJOLS
Tel :33 (0)4 66 32 03 69

Fax :33 (0)4 66 32 43 56

LA CAPCINOISE

4, rue Sant Père Vell
66210 MATEMALE
Tel :33 (0)4 68 04 41 48
Fax :33 (0)4 68 30 91 06
Mel : capcinoise@wanadoo.fr

LA PRAIRIE

Rue du Capcir
66210 MATEMALE
Tel :33 (0)4 68 04 41 06
Fax :33 (0)4 68 30 99 56
<http://www.laprairie.fr>

LES CARRIOLETTES

Lieu-dit Barrage de Matemale-
B.P. 30
66210 MATEMALE
Tel :33 (0)4 68 04 41 03
Fax :33 (0)4 68 30 98 13
Mel : acsrccariolettes@netclix.fr

VILLAGE DE VACANCES VAL

30430 MEJANNES-LE-CLAP
Tel :33 (0)4 66 24 42 75
Fax :33 (0)4 66 60 21 74

LE CHAPITRE

Route du Chapitre
48000 MENDE
Tel :33 (0)4 66 49 50 50
Fax :33 (0)4 66 49 50 99

AYRES

Route de la Brèze
48150 MEYRUEIS
Tel :33 (0)4 660 49 69 00
Fax :33 (0)4 66 45 63 23

CAMPOTEL DES SESQUIERS

Route de Villeveyrac
34140 MEZE
Tel :33 (0)4 67 43 82 74
Fax :33 (0)4 67 43 69 57

VILLAGE CLUB THALASSA

Rue de la Méditerranée
34140 MEZE
Tel :33 (0)4 67 43 82 74
Fax :33 (0)4 67 43 69 57

LE CAPITOUL

Rue du Capitoul
66170 MILLAS
Tel :33 (0)4 68 57 25 90
Fax :33 (0)4 68 57 25 87

LES LAVANDES

24, avenue du Languedoc
11100 NARBONNE-PLAGE
Tel :33 (0)4 68 49 82 79
Fax :33 (0)4 68 49 37 50

CAMPOTEL DU HAUT-LANGUEDOC

Chemin des Pialettes
34390 OLARGUES
Tel :33 (0)4 67 97 77 25
Fax :33 (0)4 67 97 75 21

LOGIVERT DE MALHUBERT

34800 PERET
Tel :33 (0)4 67 96 09 41
Fax :33 (0)4 67 96 31 33

PARC LOISIRS VACANCES DE CASTELSEC

34120 PEZENAS
Tel :33 (0)4 67 98 04 02
Fax :33 (0)4 67 90 72 47

CAMPOTEL L'OUSTAL DES CÔTES DE THAU

9, rue de l'Eglise
34810 POMEROLS
Tel :33 (0)4 67 77 03 32
Fax : 33 (0)4 67 77 92 24
<http://www.sunfrance.com/giteslocations/oustal.asp>

ALTITUDE 2000

66760 PORTE-PUYMORENS
Tel :33 (0)4 68 04 85 52
Fax :33 (0)4 68 04 94 11

LES CARRATS

Avenue du Rec de l'Entrée
11370 LEUCATE-PORT
Tel :33 (0)4 68 11 43 10
Fax :33 (0)4 68 72 60 22

RIVES DES CORBIÈRES

Avenue du Languedoc
11370 LEUCATE-PORT
Tel :33 (0)4 68 11 43 10
Fax :33 (0)4 68 72 60 22
<http://www.leucatevacances.com>

VILLAGE NATURISTE ULYSSE

11370 LEUCATE-PORT
Tel :33 (0)4 68 40 18 39
Fax :33 (0)4 68 40 63 95

VVF VACANCES GÎTE CLAIR EL COLOMÉ

Route Col d'Arès
66230 PRATS-DE-MOLLO-LA-PRESTE
Tel :33 (0)4 68 39 72 78

Fax :33 (0)4 68 39 77 10

LA FORGE

Route de Perpignan
11500 QUILLAN
Tel :33 (0)4 68 20 23 79
Fax :33 (0)4 68 20 13 64

LA REINE

Village de Vacances
11190 RENNES-LES-BAINS
Tel :33 (0)4 68 74 71 00
Fax :33 (0)4 68 74 71 32

CAMPOTEL DE L'ORB

Rue du Temps Libre
34460 ROQUEBRUN
Tel :33 (0)4 67 89 61 99
Fax :33 (0)4 67 89 78 15

LVT

30940 SAINT-ANDRE-DE-VALBORGNE
Tel :33 (0)4 66 60 31 24
<http://www.lvt-languedoc.asso.fr>

CAMPOTEL DES GORGES DE L'HÉRAULT

2, avenue du Chemin Neuf
34190 SAINT-BAUZILLE-DE-PUTOIS
Tel :33 (0)4 67 73 74 28
Fax :33 (0)4 67 73 31 84

LES BOUVIERS

48700 SAINT-DENIS-EN-MARGERIDE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VILLAGE DE VACANCES

48330 SAINT-ETIENNE-VALLEEFrançaise
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

LOU SERRE DE LA CAN

48370 SAINT-GERMAIN-DE-CALBERTE
Tel :33 (0)4 66 45 92 97
Fax :33 (0)4 66 45 94 92

LOGIVERT ALTITUDE

Village de Vacances
34610 SAINT-GERVAIS-SUR-MARE
Tel :33 (0)4 67 23 60 65
Fax :33 (0)4 67 23 68 22

LES GÎTES DE RAVEL

Route Saint-Etienne Vallée Française
30270 SAINT-JEAN-DU-GARD
Tel :33 (0)4 66 85 34 64
Fax :33 (0)4 66 85 12 07
<http://www.cevennes-vacances.com>

CAMPOTEL DE LA FONTAINE ROMAINE

Montée de Pourols
34270 SAINT-MATHIEU-DE-TREVIERS
Tel :33 (0)4 67 55 24 66
Fax :33 (0)4 67 55 24 66

LE ROCHER

Village de Vacances AREPOS
11560 SAINT-PIERRE-LA-MER
Tel :33 (0)4 68 75 13 00
Fax :33 (0)4 67 75 13 00

LES GIRELLES

Village de Vacances AREPOS
11560 SAINT-PIERRE-LA-MER
Tel :33 (0)4 68 49 81 62
Fax :33 (0)4 68 75 09 12
<http://www.arepos-vacances.com>

TEMPS LIBRE

Résidences Locatives
11560 SAINT-PIERRE-LA-MER
Tel :33 (0)4 68 49 81 62
Fax :33 (0)4 68 75 09 12

CAMPOTEL DU JOUR

Chemin d'Artenac
34220 SAINT-PONS-DE-MAUCHIENS
Tel :33 (0)4 67 97 14 76
Fax : 33 (0)4 67 97 39 30

VILLAGE DE VACANCES

48240 SAINT-PRIVAT-DE-VALLONGUE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VILLAGE DE VACANCES

Saint Roman de Tousque
48110 MOISSAC-VALLEE-FRANCAISE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

CENTRE NATIONAL EPMM

Route de Florac
48210 SAINTE-ENIMIE
Tel :33 (0)4 66 48 53 55
Fax :33 (0)4 66 48 56 84
<http://www.artinternet.fr/ffepmm/>

VILLAGE DE VACANCES

Saint-Léger de Peyre
Sainte Lucie
48100 SAINT-LEGER-DE-PEYRE
Tel :33 (0)4 66 48 48 48
Fax :33 (0)4 66 65 03 55
<http://www.france48.com>

VILLAGE DE VACANCES VAL

Route du Lampy
11310 SAISSAC
Tel :33 (0)4 68 24 42 98
Fax :33 (0)4 68 24 44 95

CAMPOTEL DES CÔTEAUX DE LA THONGUE

Village de Vacances
34290 SERVIAN
Tel :33 (0)4 67 39 29 68
Fax :33 (0)4 67 39 29 68
Mel : servian@club-internet.fr

LE LAZARET

Rue du Pasteur Lucien Benoit
34200 SETE
Tel :33 (0)4 67 53 22 47
Fax :33 (0)4 67 53 36 13
<http://www.lazaret-sete.com>

VVF VACANCES LA NORIA

Rue de la Barbacane
11130 SIGEAN
Tel :33 (0)4 68 48 33 57
Fax :33 (0)4 68 48 86 45
<http://www.vvf-vacances.fr>

LE CART

31, rue Emilien Dumas
30250 SOMMIERES
Tel :33 (0)4 66 80 03 02
Fax :33 (0)4 66 80 31 89
Mel : le-cart@wanadoo.fr

VTF L'ESPRIT VACANCES TORRE DEL FAR

Avenue du Verdoble
66720 TAUTAVEL
Tel :33 (0)4 68 29 45 65
Fax :33 (0)4 68 29 41 34

LE RELAIS D'AGUILAR

Village de Vacances
11350 TUCHAN
Tel :33 (0)4 68 45 47 84
Fax : 33 (0)4 68 45 03 55

CAP SOLEIL

Chemin des Montilles
34350 VENDRES
Tel :33 (0)4 67 37 44 48
Fax :33 (0)4 67 37 57 38
<http://www.odalys-vacances.fr>

LES SOLEILADES

Route de Vendres
34350 VENDRES
Tel :33 (0)4 67 37 29 53
Fax :33 (0)4 67 37 29 53
<http://www.odalys-vacances.fr>

**VTF L'ESPRIT VACANCES LE CLAIR
CANIGOU**

6, avenue Docteur Jalibert
66820 VERNET-LES-BAINS
Tel :33 (0)4 68 05 52 60
Fax : 33 (0)4 68 05 52 59

LES CIGALES

Côte Ouest
34450 VIAS

Tel :33 (0)4 67 01 07 07
Fax :33 (0)4 67 21 71 97

LES CABROLS

Rue des Cresses
34110 VIC-LA-GARDIOLE
Tel :33 (0)4 67 78 93 19

ANNEXE 2

Batipaume Associatif	VVF canterelle Privé Roger Benoît comptable	La Solaze	Campotel du jour Privé	vvf Vacances gîte clair el colomé Associatif	Résidence de vacances Associatif
550 lits	750 lits	200 lits	85 lits	216 lits	130 lits

Chirac village familial	BOOZ Saint Germain du Teil	Le Val d'Urugne (La canourgue)	La Canourgue	Chanac	Le Colombier (Mende)
75 Lits	215 Lits	110 Lits	288 Lits	150 Lits	244 Lits

Relais du Salagou, privé	La manadière, associatif	L'Albatros, associatif	Village de vacances d'Yrivals, privé commercial, association	Logivert du soleil, commune	La Rotja
130 lits	70 lits	110 lits	380 lits	300 lits	90 lits

Les Bouviers Saint Paul le Froid en Margeride	Le Pigeonnier Le Malzieu-Ville	Les Chalets de le Truyère	Les Chalets de la Margeride	Château neuf de Bandon	Sainte Lucie
112 Lits	60Lits	52 Lits	126 Lits	32 Lits	40Lits

Lou Serre de la Can	La prairie, privé	La forge	Lazaret, associatif	Parc loisirs Castelsec, communal	VTF l'esprit vacances Vernhet les bains
216 lits	70 Lits	500 lits	350 Lits	380 Lits	140 Lits

Castel de la Peyre	Blajoux Quézac	La Mas de la barque	La Tchourette	Les Chauzels	Le Bleynard
50 Lits	140 Lits	140 Lits	50 Lits	28 Lits	42 Lits

Les Hauts de saint Privat	Barre les cévennes	Saint roman de tousque	Le Martinet
175 Lits	180 Lits	100 Lits	265 Lits

Les carrats	VVF marjevois (ancien le coulagnet), associatif	Renouveau	Portes du Roussillon Vacances pour tous FOL
900 Lits	450 Lits	650 Lits	650

Le vent du large	Vacances Auvergne Limousin	Cap' Vacances L'estanyot	Lou serre de la can
650Lits	650Lits	650 Lits	150 Lits

Total des lits enquêtés 12091

Enquête experts.

Ont été consultés les responsables des centres suivants :

- Le Lazaret à Sète (Hérault)
- Le Campotel de Roquebrun (Hérault)
- Logivert du soleil Greisan (Hérault)
- La manadière Le Cailar (Gard)
- Renouveau-Vacances Le Barcares (P.O.)
- Villages de vacances EAL « La rotja » Puilla (P.O.)
- Vent du large Le Barcares (P.O.)
- Lozère Loisir accueil (Lozère).

ANNEXE 3

QUESTIONNAIRE EXPERTONS.

ENQUETE SUR LES PREFERENCES DES VACANCIERS DE VILLAGES

PRINCIPES

Cinq caractéristiques principales de l'offre de tourisme social ont été retenues.

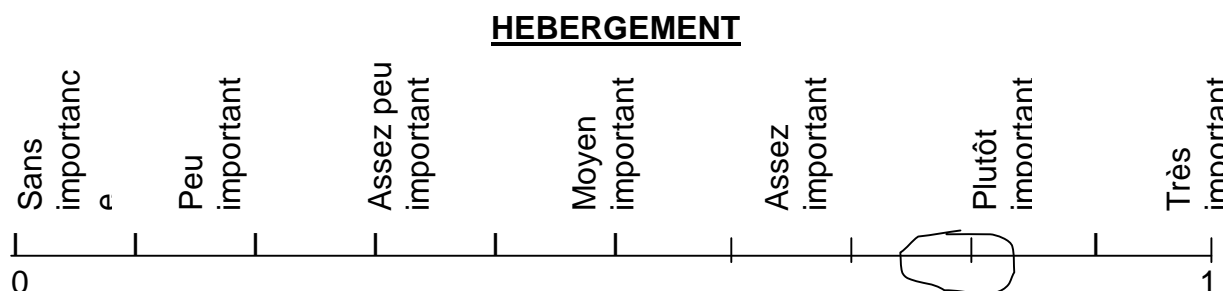
- L'hébergement
- L'accueil des enfants
- L'animation sportive
- L'animation culturelle
- La connaissance de la région
- La convivialité.

Votre point de vue sur l'importance accordée par les vacanciers à ces cinq caractéristiques nous aiderait à en comprendre l'importance au sein du tourisme social.

Pourriez-vous positionner sur l'axe correspondant une marque ronde ou ovale correspondant à votre opinion ?

Plus votre opinion est imprécise et plus la marque peut être large, au contraire plus elle est précise et plus votre marque peut être réduite.

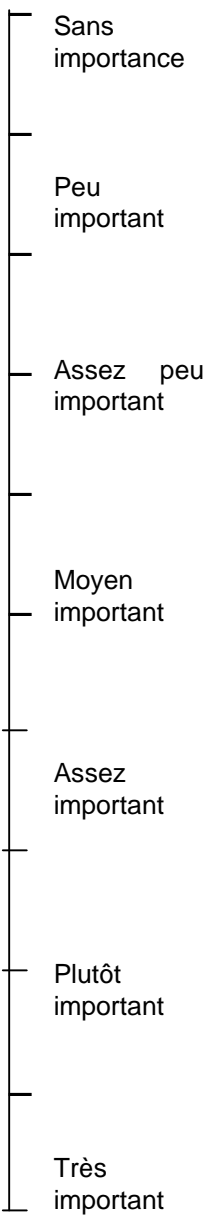
Par exemple dans le cas de l'hébergement si vous considérez que celui-ci est plutôt important, pour les vacanciers, votre marque pourrait être la suivante.



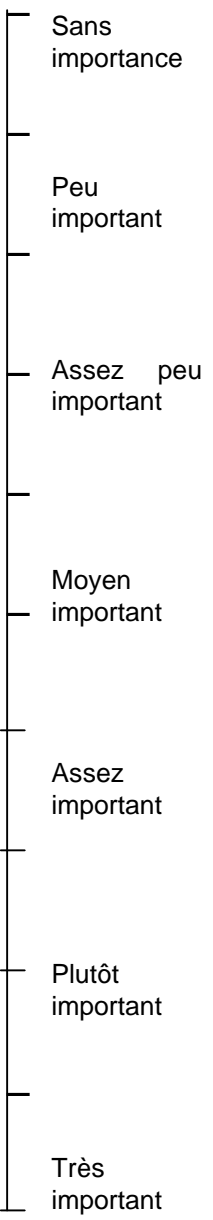
Vous pouvez effectuer votre marque à votre convenance sur le document de la page suivante et nous le renvoyer au fax 04 67 15 83 95

Avec tous nos remerciements.
Pr Michel Garrabé

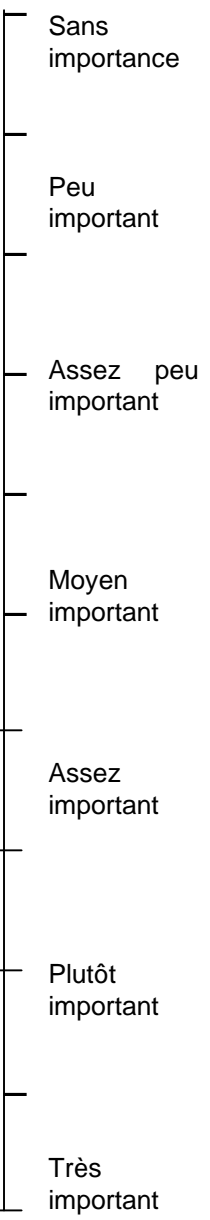
1-HEBERGEMENT



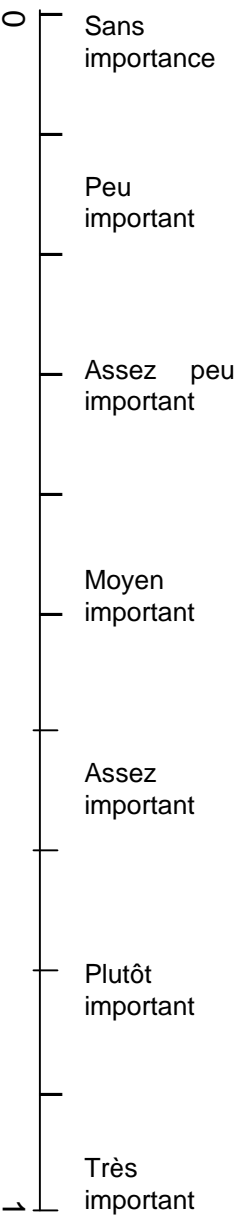
2-ACCUEIL ENFANTS



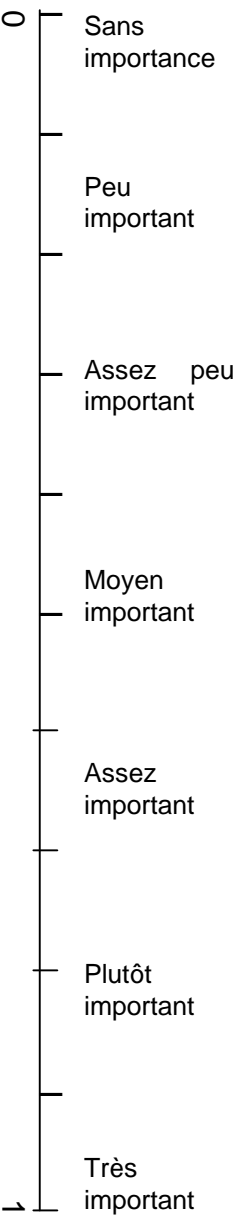
3-ANIMATION SPORTIVE



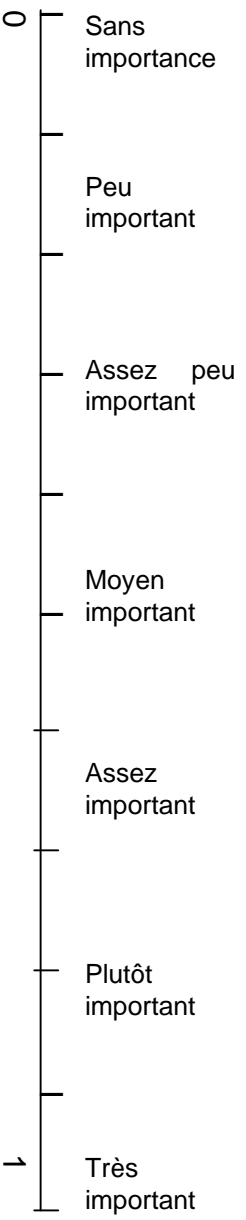
4-ANIMATION CULTURELLE



5-LA CONNAISSANCE DE LA REGION



6-LA CONVIVIALITÉ



ANNEXE 4

ANNEXE 1

Les multiplicateurs régionaux, théorie et application : cas du Languedoc-Roussillon.

Michel Garrabé (TRA CEP 62004)

1-INTRODUCTION.

Réaliser une évaluation économique régionale d'une opération d'investissement, peut conduire à choisir entre deux catégories de méthodologie :

- une approche microéconomique
- une approche mésoéconomique.

Dans le cadre d'une évaluation nationale, il conviendra de retenir en plus un niveau macroéconomique.

Retenir une approche mésoéconomique peut également conduire à opter pour :

- une méthode des effets
- une méthode des multiplicateurs.

Dans le premier cas deux alternatives sont possibles suivant l'état de l'information et des instruments techniques disponibles :

- une méthode des remontées des chaînes de production,
- une méthode I-O (input-output)¹⁰⁵.

Dans le second :

- des multiplicateur de l'offre
- des multiplicateurs de la demande.

Nous allons nous intéresser dans ce document à la technique des multiplicateurs.

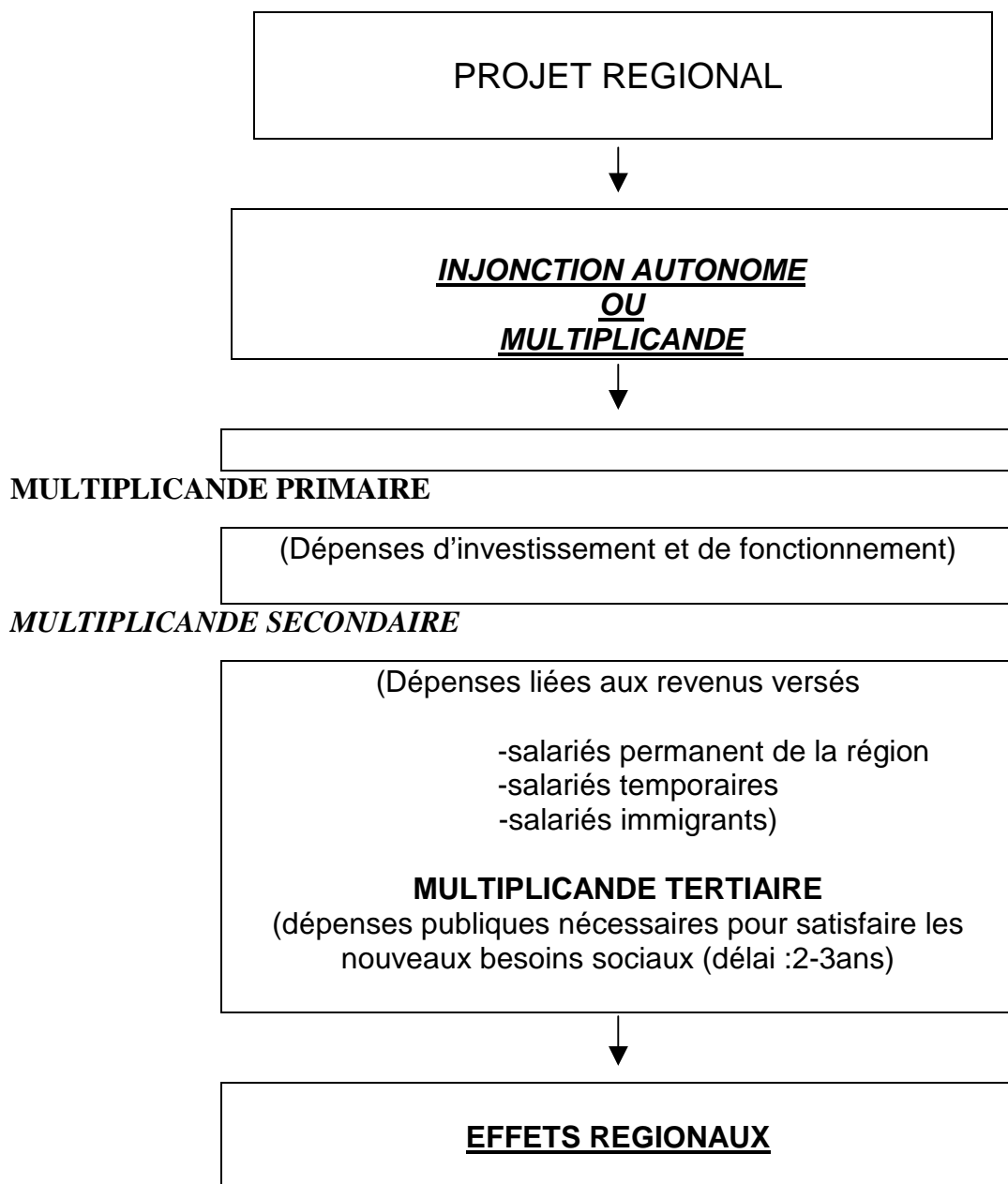
2-DEFINITION D'UN MULTIPLICATEUR

Un multiplicateur régional peut être défini comme est un opérateur qui permet de mesurer directement, sur le revenu et la production, les effets attendus d'une injection initiale de ressources dans l'économie régionale, sans recourir à la matrice des coefficients techniques régionaux.

Concernant l'application de cette technique à un projet de développement régional, cela signifie qu'il faut considérer deux injections de nature différente : l'investissement (injection initiale) et le fonctionnement (injection récurrente).

¹⁰⁵ Il y a au moins huit catégories de méthode I-O ; cf C.FAS. RERU N°2 2001 (pp197-228)

De plus chacune de ces injections se décline en multiplicande primaire, secondaire et tertiaire.



3-MULTIPLICATEUR DE LA DEMANDE DES MENAGES LOCAUX.

Il s'agit du multiplicateur applicable dans le cas d'une augmentation de revenus des ménages.

Il s'applique aux salaires reçus ainsi qu'aux charges sociales (si l'on fait l'hypothèse que celles-ci sont reversées dans leur intégralité à la population de la zone concernée).

Il mesure la valeur ajoutée directe et induite (indirecte) de la dépense des ménages sur la zone.

31-Formulation.

Dans un premier temps on retient l'équation simplifiée du multiplicateur de revenu, où c est la propension marginale moyenne à consommer.

$$k = \frac{1}{1-c_r}$$

En introduisant la propension marginale à importer régionale m_r , on peut poser que la propension à consommer des produits locaux est $s_r = (c_r - m_r)$.

Par ailleurs, la propension marginale moyenne à consommer régionale est différente de la propension marginale moyenne à consommer nationale : $s_n \neq s_r$.

Le multiplicateur de revenu régional sera alors :

$$k_r^m = \frac{1}{1-(c_r - m_r)}$$

32-Le coefficient d'induction de la demande (Eir) correspond au taux mesurant les seuls effets induits dans le multiplicateur régional.

$k_r^m = 1 + Eir$, et donc $Eir = k_r^m - 1$:
on remplace k_r^m , par sa valeur:

$$Eir = \frac{1}{1-(c_r - m_r)} - 1$$

$$Eir = \frac{1 - [1 - (c_r - m_r)]}{1 - (c_r - m_r)}, \text{ ainsi:}$$

$$Eir = \frac{c_r - m_r}{1 - (c_r - m_r)} \text{ ce qui permet de réécrire le multiplicateur régional ainsi :}$$

$$k_r^m = 1 + \frac{c_r - m_r}{1 - (c_r - m_r)}$$

4-LE MODELE D'ARCHIBALD-BROWN.

La démarche qui permet l'élaboration du multiplicateur régional est celle d'une transposition au niveau régional du modèle macro-économique de détermination du revenu.

Ce sont des multiplicateurs statiques et de court terme, qui ne prennent pas en compte les effets directs et indirects. Ces multiplicateurs vont dépendre des propensions à consommer et à importer régionales, et de la définition des relations économiques régionales.

41-Le modèle d'ARCHIBALD ¹⁰⁶

Celui-ci propose la formulation suivante du multiplicateur Keynésien régional:

$$k_r = \frac{1}{1 - [s_r(1 - t_r)]}$$

avec $s_r = (c_r - m_r)$.

c_r = est la propension marginale à consommer,

m_r = la propension marginale à importer,

t_r = le taux marginal d'imposition.

A partir d'informations nationales, sur la consommation des ménages et le revenu, il estime la propension à consommer des productions régionales (s_r).

La consommation de productions régionales, peut être mesurée à partir de la nature même des productions consommées par les ménages. Il obtient une valeur minimale, de (s_r), dans le cadre d'une application à la Grande-Bretagne, qui, selon lui, ne peut être inférieure à 0,3.

Ce qui le conduit à estimer la valeur du multiplicateur régional comme étant comprise entre 1,13 et 1,34. Il retiendra la valeur de 1,25.

42-Le modèle de BROWN¹⁰⁷.

Il va utiliser les résultats d'ARCHIBALD. Sa formulation du multiplicateur est la suivante:

$$k_r = \frac{1}{1 - (c_r - t_{dr} - f_r)(1 - m_r - t_{ir})}$$

t_{dr} est le taux d'imposition direct régional,

f_r est le taux de transfert régional,

t_{ir} est le taux d'imposition indirect régional.

¹⁰⁶ ARCHIBALD G.C (1967):Regional multiplier effects in the U.K.Oxford Economics Papers Vol 12 N°1, (pp22-45).

¹⁰⁷ BROWN A.J.(1969):Survey of applied economics;regional economics with special reference to the United Kingdom.Economic Journal, Vol 79 pp759-796.

BROWN confirme les résultats d' ARCHIBALD.

5-LA PROPENSION MARGINALE A IMPORTER REGIONALE, m_r .

51-Formulation.

Elle peut être mesurée à partir de c_r , qui est la propension à consommer des produit locaux. On peut mesurer s_r à partir des activités génératrices de valeur ajoutée locales par nature. Il s'agit de l'approche d'ARCHIBALD (1967). Pour lui, établie à partir de données nationales britanniques, la propension marginale à importer régionale, m_r , serait comprise entre 0.4 et 0.75. Il retient, comme nous l'avons déjà signalé plus haut, l'existence d'une propension marginale minimale à consommer des productions régionales (v_r), qui ne peut être inférieure à 0.3.

La propension marginale à importer régionale maximale sera donc égale à la différence à l'unité de cette valeur seuil :

$$m_{r \max} = 1 - v_r$$

Si la propension nationale à importer de l'étranger est m_n , alors, (sous réserve que m_n soit la même au niveau régional et au niveau national) la propension régionale à importer des régions peut s'écrire :

$$m_{r \text{ reg}} = m_{r \max} - m_n$$

BROWN, propose de répartir m , entre le reste du pays et la région concernée, en fonction de l'importance relative de la valeur de la production régionale par rapport à la valeur de la production nationale (X_r/X_n).

Cette proposition, peut être justifiée, par le fait qu'on peut admettre, qu'une région qui aurait un taux de production (X_r/X_n), pourrait se passer d'importer en proportion de ce taux.

Dès lors la valeur de la propension régionale réelle à importer m_r sera:

$$m_r = 1 - \left[v_r + \frac{X_r}{X_n} (m_{r \text{ reg}}) \right]$$

comme,

$$m_{r \text{ reg}} = 1 - v_r - m_n$$

nous avons donc :

$$m_r = 1 - \left[v_r + \frac{X_r}{X_n} (1 - v_r - m_n) \right]$$

ce que l'on peut écrire:

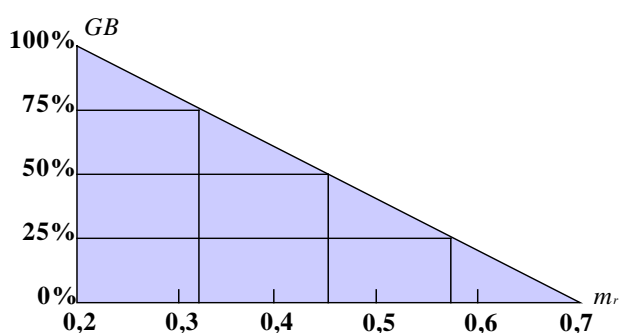
$$m_r = 1 - \left[v_r \left(1 - \frac{X_r}{X_n}\right) + \frac{X_r}{X_n} (1 - m_n) \right]$$

Un certain nombre de modèles sont issus des travaux précédents. C'est le cas par exemple des modèles de STEELE (1969-1972), d'ARCHER (1976), de FOSTER et HARVEY (1976) ainsi que de FREY et HAEUSEL (1983).

52-Une façon simplifiée d'identifier m_r

Dans ce cas on considère que sa valeur dépend du seul ratio Production régionale/Production nationale. Selon BROWN, les deux variables sont sensées évoluer de façon contraire entre des valeurs seuil de 0.2 et 0.7.¹⁰⁸

521-Relation linéaire décroissante..



Graphique 1 : Taille de la région et coefficients d'importation

Source : Steele (1969)

Cette méthode présente l'avantage d'être rapide puisque seules les productions nationale et régionale sont nécessaires pour déterminer la propension à importer.

POFFET (1989) accrédite l'hypothèse implicite du modèle : « Les différences dans les propensions à importer pour des régions d'un même pays sont dues essentiellement au poids économique relatif de chacune d'entre elles par rapport à la nation .

Pour lui, la propension à importer est donc bien fonction de la taille de la région mais aussi de son revenu.

522-Relation logarithmique (convexe).

FREY et HAEUSEL (1983) proposent plutôt qu'une relation linéaire, une relation logarithmique entre la propension marginale à importer et, cette fois, le revenu disponible. Cependant les valeurs minimale et maximale de la propension sont différentes de Brown car les auteurs considèrent deux situations extrêmes possibles.

1-Le cas d'une économie en autarcie parfaite dont les importations sont nulles, d'où un coefficient d'importation nul.

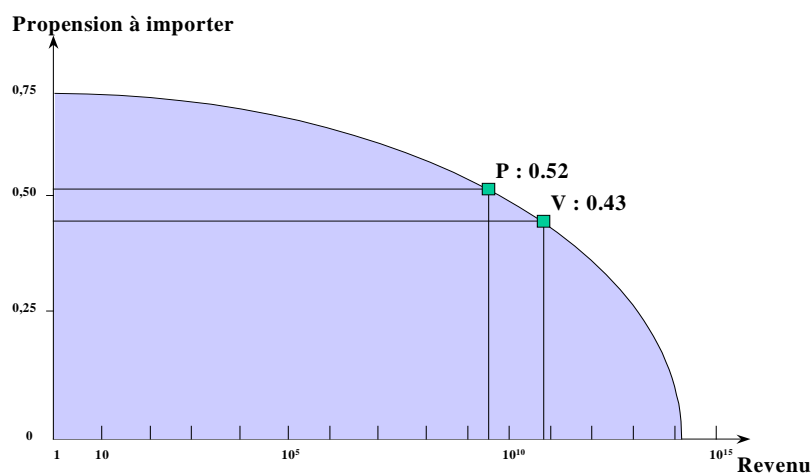
¹⁰⁸ C.FAS (2001) :Coefficient d'importation régionale dans les évaluations économiques de projets : proposition d'une relation concave (CEP 24p)

2-Le cas d'une économie totalement dépendante dont toute la consommation est importée et dans ce cas la propension à importer est égale à la propension à consommer nationale.

Graphiquement, la relation se présente sous la forme d'une courbe logarithmique convexe :

Graphique 2 : Relation logarithmique entre le taux d'importation et le revenu

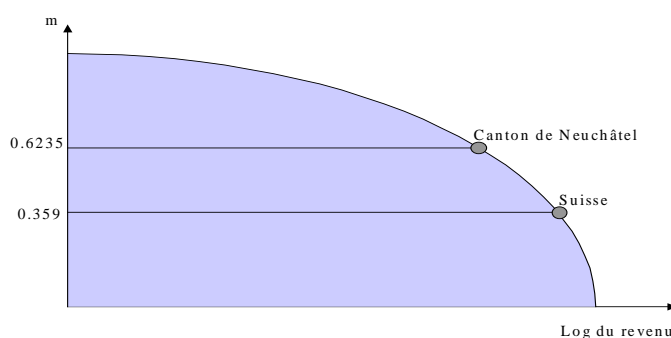
Source : Auteur d'après Poffet (1989)



Grâce à cette relation, ils ont déterminé les propensions à importer de sept groupes de taille de régions différents allant des « grandes villes » aux « régions de campagne ».

Sur le graphique sont représentés deux types de propension : la plus faible (0,43) est attribuée au groupe « grandes villes » (V) et la plus importante (0,52) est attribuée au groupe « périphérie industrielle » (P).

De la même manière, ZARIN-NEJADAN et SCHNEITER (1994), JEANRENAUD et VUITHIER (1985) s'intéressent à la taille des économies selon le logarithme de leur revenu, mais avec des paramètres différents, comme nous pouvons le voir ci-dessous :



Graphique 3 : Propension à importer

Source : Zarin-Nejadan, Schneiter (1994)

L'idée de départ est la suivante. « ...trois points de cette fonction sont connus : celui d'un pays infiniment petit qui importe tout ce qu'il consomme (0 ; 1), celui de la Suisse (302,4 mds\$; 0.359) et celui du monde (30 234,4 mds\$; 0) ».

A la différence des auteurs précédents, la propension à importer peut s'élever à 1, les régions important la totalité de leurs consommations. A l'aide de cette méthode, ils ont établi la propension à importer du Canton de Neuchâtel à 0,6235.

Aucune validation de ces différentes méthodes n'étant possible dans le cas du Languedoc-Roussillon, nous avons proposé une nouvelle méthode empirique de détermination du coefficient d'importation régional.

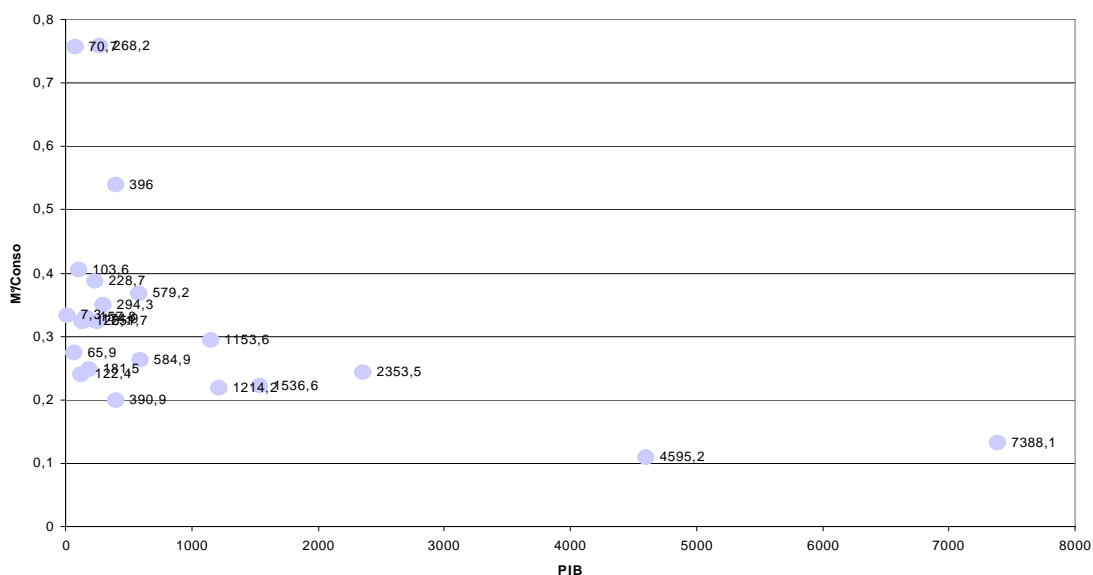
523-Relation puissance (concave).

Après avoir constaté que l'extension d'une courbe logarithmique concave des pays de l'OCDE à l'ensemble des pays à développement humain élevé n'était pas possible, la recherche a été concentrée sur les seuls pays de l'OCDE.

D'autre part, nous avons constaté, que seul le PIB semblait pertinent pour expliquer les importations.

Enfin, nous ferons l'hypothèse que les nations constitutives de l'OCDE peuvent être considérées comme des régions du grand ensemble appelé OCDE.

A partir de ces hypothèses, C FAS recherche les points d'une relation entre les importations et le PIB pour les pays de l'OCDE.



Graphique : Propension à importer (1997)

Source : C.FAS (CEP) d'après l'Observateur de l'OCDE

A partir de l'ensemble de ces points, on peut essayer de déterminer la courbe puissance concave idéale et nous étudierons la structure des pays qui s'en éloignent de façon significative.

a-Recherche des seuils

Valeur maximale

L'observation des données sources nous montre que les pays à fortes importations présentent un taux maximum similaire d'environ 0,76. Cette valeur maximale est très proche de la propension à consommer des pays de l'OCDE dans leur ensemble qui s'élève à 0,78.

Ce résultat rejoint l'étude de FREY et HAUSEL (1983) qui, pour établir leur valeur maximale, prennent le cas d'une économie totalement dépendante dont toute la consommation est importée et dont la propension à importer est égale à la propension à consommer nationale.

Pour déterminer les propensions à importer des pays constitutifs de l'OCDE, nous pouvons donc prendre comme valeur maximale possible la propension à consommer de l'OCDE.

Valeur minimale

Compte tenu que l'économie en autonomie parfaite n'existe pas, la définition d'un taux d'importation minimal autre que nul s'impose.

La valeur minimale est détenue par le Japon avec 0,11. Mais ce sont les Etats-Unis qui sont en fin de courbe avec un taux assez proche de 0,13. Nous avons vu que les Etats-Unis présentaient un taux d'importation très supérieur à leur taux d'exportation, ce qui n'est pas étonnant compte tenu de la valeur du dollar.

Si les comptes étaient équilibrés en admettant que les exportations soient elles-mêmes plus faibles que ce qu'elles devraient être, on se rapproche de la valeur minimale de 0,11, ce qui correspond à la moitié de la différence entre 1 et la propension à consommer de l'OCDE.

$$\text{Dans ce cas : } \quad m_M = C_{\text{national}}$$

$$m_m = 0,5*(1-c)$$

b-Détermination de la courbe de référence

La fonction d'importation la plus proche du nuage de points observés semble être, à la différence des fonctions habituellement utilisées, une fonction puissance et non plus logarithmique. Sa forme générale est donc la suivante :

$$m = aPIB^{-b}$$

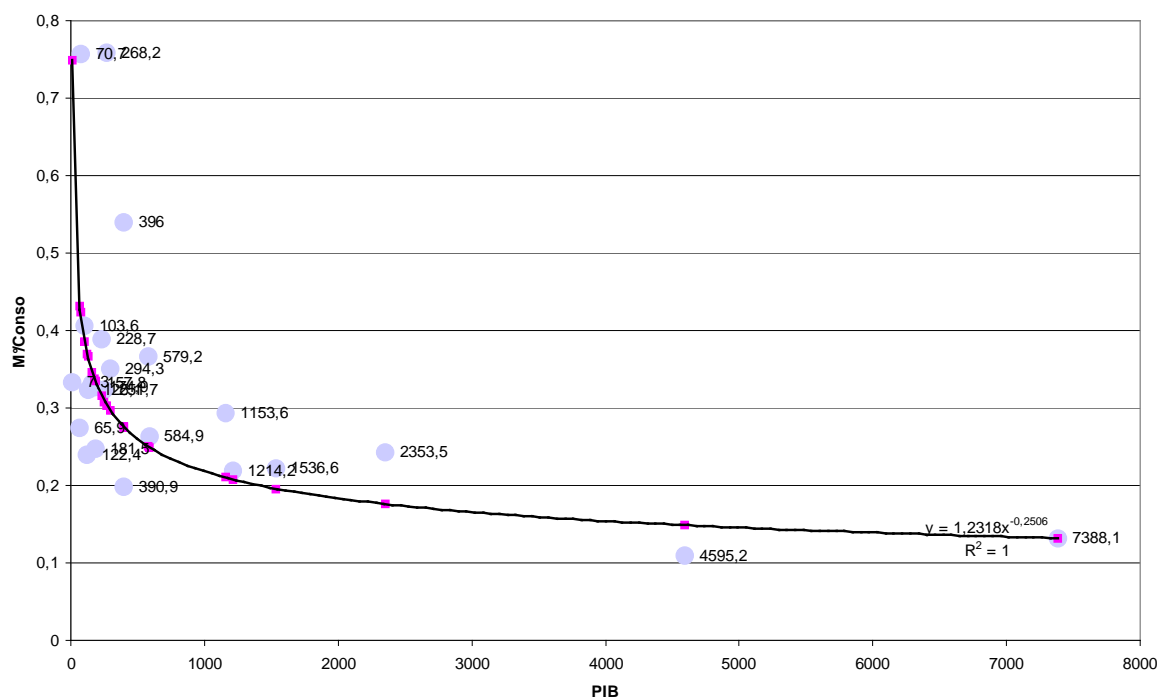
La construction d'une courbe concave présente le problème du choix des abscisses.

A quelles valeurs doit-on appliquer les valeurs minimale et maximale des propensions à importer. Nous avons choisi, pour les raisons précitées, de ne travailler qu'avec les pays de l'OCDE qui présentent un PIB minimal de 7,3 milliards pour l'Islande et un PIB maximal de 7388,1 milliards pour les Etats-Unis.

Par tâtonnement, en cherchant à minimiser la somme des carrés des écarts, nous avons défini les valeurs extrêmes suivantes : [5 ; 8000] (en mds de \$) afin de se rapprocher le plus possible des bornes du nuages de points. Nous obtenons ainsi la courbe idéale concave dont l'expression est la suivante :

$$m = 1.2318 * PIB^{-0.2506}$$

que l'on peut représenter graphiquement :



A partir du moment où la relation puissance concave se vérifie systématiquement au niveau national, il n'y a aucune raison de penser qu'elle prenne une autre forme au niveau régional. Peut-on cependant appliquer directement les paramètres trouvés au niveau régional ?

Même si l'application directe au niveau régional reste délicate, les coefficients d'importation régionaux calculés à l'aide de cette relation concave sont relativement cohérent

La région Ile de France présenterait, avec cette méthode des coefficients d'importation de 0.2769 et 0.2878 selon nos hypothèses en 1997.

6-APPLICATION AU LANGUEDOC-ROUSSILLON.

61-Calcul de m_r (base année 2000).

Nous reprendrons la formulation présentée précédemment.

$$m_r = 1 - \left[v_r \left(1 - \frac{X_r}{X_n} \right) + \frac{X_r}{X_n} (1 - m_n) \right]$$

Les informations retenues pour le Languedoc-Roussillon concernent les principaux postes de dépense des ménages. Les coefficients retenus pour apprécier le ratio X_r/X_n , seront les ratios d'emploi. Enfin nous retiendrons deux hypothèses de coefficients de dépenses locales, concernant les dépenses d'habitation, de loisir et de santé, que nous considérerons comme locales dans une première hypothèse. Dans le deuxième cas nous retiendrons des coefficients différents pour les dépenses d'habitation et d'alimentation.

1°HYP	Emplois locaux/ Emplois nationaux	Dépenses des ménages	%de dépenses locales	Dépenses locales
Habitation	0,045	50166	100	50166
Alimentation	0,04	33342	4	1333,7
Transport	0,026	21951	2.6	571
Habillement	0,02	8628	2	173
Loisirs-éduc	0,036	11063	100	11063
Santé	0,039	12133	100	12133
Divers	0,032	39940	3.2	1278
Total		177223		76717,7

$$V_r = 76717.7 / 177223 = 0.43$$

$$m_r = 1 - \left[v_r \left(1 - \frac{X_r}{X_n} \right) + \frac{X_r}{X_n} (1 - m_n) \right] = 1 - [0.43(1 - 0.03) + 0.03(1 - 0.21)] = 0.56$$

En retenant la première formulation du multiplicateur, et les valeurs suivantes, qui correspondent aux valeurs nationales ;

$$C_r = c_n = 0.78^{109}$$

$$t_d = 0.035$$

$$t_i = 0.074 \dots \text{nous obtenons :}$$

$$k_r^m = 1 + \frac{C_r - m_r}{1 - (C_r - m_r)} = 1 + \frac{0.78 - 0.56}{1 - (0.78 - 0.56)} = 1 + 0.28 = \mathbf{1,28}$$

A partir de cette valeur de m_r , on peut également calculer le multiplicateur de BROWN pour la région.

$$k_r = \frac{1}{1 - (C_r - t_d - f_i)(1 - m_r - t_i)} = \frac{1}{1 - (0.78 - 0.035 - 0.01)(1 - 0.56 - 0.074)} = \mathbf{1.37}$$

¹⁰⁹ Le taux d'épargne moyen des ménages en France est de 16% en 2000 (OCDE), soit $C/R=84\%$; on retiendra $\Delta C/\Delta R < C/R$, et donc $C/R=78\%$.

Les coefficients 74.5% et 20% respectivement pour les dépenses d'habitation et d'alimentation, correspondent à des estimations de la valeur des dépenses locales des ménages

2HYP	Emplois locaux/ Emplois nationaux	Dépenses des ménages	%de dépenses locales	Dépenses locales
Habitation	0,045	50166	74.5	37374
Alimentation	0,04	33342	20	6668
Transport	0,026	21951	2.6	571
Habillement	0,02	8628	2	173
Loisirs-éduc	0,036	11063	100	11063
Santé	0,039	12133	100	12133
Divers	0,032	39940	3.2	1278
Total		177223		69260

$$V_r = 69260 / 177223 = 0.39$$

$$m_r = 1 - \left[v_r \left(1 - \frac{X_r}{X_n} \right) + \frac{X_r}{X_n} (1 - m_n) \right] = 1 - [0.39(1 - 0.03) + 0.03(1 - 0.21)] = 0.59$$

En retenant la première formulation du multiplicateur, et les valeurs précédentes ;

$$C_r = c_n = 0.78$$

$$t_d = 0.035$$

$$t_i = 0.074$$

cela donne :

$$k_r^m = 1 + \frac{C_r - m_r}{1 - (C_r - m_r)} = 1 + \frac{0.78 - 0.59}{1 - (0.78 - 0.59)} = 1 + 0.23 = 1.23$$

A partir de cette valeur de m_r , on peut également calculer le multiplicateur de BROWN pour la région.

$$k_r = \frac{1}{1 - (c_r - t_{dr} - f_i)(1 - m_r - t_i)} = \frac{1}{1 - (0.78 - 0.035 - 0.01)(1 - 0.59 - 0.074)} = 1.33$$

62-Ajustement linéaire.

La droite d'ajustement obtenue à partir des hypothèses de BROWN, donne la fonction

$$y = -200x + 140, \text{ avec } y = \text{PIB}_r / \text{PIB}_n \text{ et } x = m_r.$$

En 2000¹¹⁰, le PIB du Languedoc-Roussillon était de 272526MIF, le PIB national étant de 9214720MIF. $\text{PIB}_{LR} / \text{PIB}_N = 2.95\%$.

On peut à partir de la relation précédente établir la valeur de m_r .

¹¹⁰ INSEE Première N°800 Août 2001.

$$y=3, x=\frac{140-3}{200}=0.685.$$

La propension marginale à importer régionale du Languedoc-Roussillon est, $m_r=0.685$.

Cette valeur est conforme à l'intervalle prévu par BROWN, mais probablement un peu forte, compte tenu de la spécification tertiaire du Languedoc-Roussillon.

En retenant la première formulation du multiplicateur, et les valeurs suivantes établies pour la région Languedoc-Roussillon :

$C_r=c_n=0.78$ (propension moyenne des pays de l'OCDE=0.78).

$t_d=0.035$

$t_i=0.074$

Nous obtenons :

$$k_r^m = 1 + \frac{c_r - m_r}{1 - (c_r - m_r)} = 1 + \frac{0.78 - 0.685}{1 - (0.78 - 0.685)} = 1 + 0.13 = \mathbf{1,13}$$

A partir de cette valeur de m_r , on peut également calculer le multiplicateur de BROWN pour la région.

$$k_r = \frac{1}{1 - (c_r - t_{dr} - f_r)(1 - m_r - t_{ir})} = \frac{1}{1 - (0.78 - 0.035 - 0.01)(1 - 0.685 - 0.074)} = \mathbf{1.22}$$

Il apparaît que la valeur de $m_r = 0.685$ est trop forte, par rapport à la valeur de $c_r = 0.76$, cela signifie en fait que 90% des consommations locales sont importées, ce qui n'est pas réaliste.

63-Ajustement concave.

L'application de la formulation retenue, $m = 1.2318 * PIB^{-0.2506}$ au Languedoc-Roussillon donne une valeur de $m_r = 0.41$.

En retenant les mêmes valeurs des autres paramètres que précédemment nous obtenons :

$$k_r^m = 1 + \frac{c_r - m_r}{1 - (c_r - m_r)} = 1 + \frac{0.78 - 0.41}{1 - (0.78 - 0.41)} = 1 + 0.587 = \mathbf{1.59}$$

Le multiplicateur de BROWN serait dans ce cas :

$$k_r = \frac{1}{1 - (c_r - t_{dr} - f_r)(1 - m_r - t_{ir})} = \frac{1}{1 - (0.78 - 0.035 - 0.01)(1 - 0.41 - 0.074)} = \mathbf{1,62}$$

Nous observons des valeurs assez divergentes de ces multiplicateurs. La valeur de l'ajustement concave propose une valeur de m_r vraisemblablement meilleure de 0.41, permet de construire un multiplicateur significatif se situant au environ de 1,6.

64-Calcul de la valeur de m_r , à partir des enquêtes transport.

La direction régionale de l'équipement propose pour l'année 2000 des résultats sur les flux de biens échangés entre le GSE et l'extérieur¹¹¹, ainsi qu'à l'intérieur du GSE, évalués en Millions de tonnes

Nous pouvons retenir un certain nombre d'informations pour le Languedoc-Roussillon :

- Les flux de marchandises **intra**-régionaux sont de 43.2 MIT
- Les IMP+EXP LR/Rhône Alpes=4.5MIT
- Les IMP+EXP LR/Paca=10.3MIT
- Les IMP+EXP LR/autres régions françaises=16.7MIT

Le taux de couverture pour le LR retenu est de $EXP/IMP=1.09$, on en déduit le volume des IMP LR=15.2MIT.

- Les IMP extérieures sont de 6.2MIT (Tableau du LR 2002).

La somme des importations LR est donc de $15.2+6.2=21.4$ MIT

$$\text{Le ratio IMP/Flux total} = \frac{21.4}{43.2+21.4} = \mathbf{0.33}$$

Ce taux pourrait être considéré comme une valeur de m_r en volume.

Cependant cette approche présente des inconvénients :

- La correspondance valeur volume est hasardeuse,
- Les échanges de services ne sont pas pris en compte.

7-LE MULTIPLICATEUR SIMPLIFIE DE L'OFFRE DES ENTREPRISES LOCALES.

Il s'agit de mesurer ici, la création de valeurs ajoutées directe et indirecte des entreprises locales fournissant les consommations intermédiaires.

7.1-Le coefficient de convergence et le multiplicateur de l'offre locale.

Le coefficient de convergence, qui est un multiplicateur, peut permettre, sous certaines conditions restrictives, et dans l'hypothèse où les techniques classiques des remontées des chaînes de production et du TES seraient inapplicables, de proposer une évaluation approchée de la mesure de la valeur ajoutée indirecte pour une année (n itérations annuelles).

Soit un projet dont on veut connaître la valeur ajoutée indirecte.

CILpj représente les consommations intermédiaires du projet.

Vapj la valeur ajoutée directe du projet.

¹¹¹ DRE GSE :2000 Les transport dans le Grand Sud-Est (CD).

Hypothèse 1 : $\frac{CIL_1}{CIL_{pj}} = \frac{CIL_2}{CIL_1} = \dots = \frac{CIL_n}{CIL_{n-1}} = w$; avec $w < 1$

1, 2 ... correspondent aux différentes itérations observées :
alors

$$\sum_1^n CIL = CIL_{pj} \times k, \text{ avec } k = \frac{1}{1-w}$$

Si l'on suppose que :

$$\frac{CIL_{pj}}{VA_{pj}} = \frac{CIL_1}{VA_1} = \dots = \frac{CIL_n}{VA_n} = t ; \text{ avec } t > 0$$

Alors :

$$\frac{\sum_1^n CIL}{\sum_1^n VA_{totale}} = t \text{ et donc } \sum_1^n VA_{totale} = \frac{\sum_1^n CIL}{t}$$

$$\sum_1^n VA_{totale} = \frac{CIL_{pj} \times k}{t} = \frac{CIL_{pj}}{t(1-w)}$$

$$\sum_1^n VA_{ind} = \sum_1^n VA_{totale} - VA_{pj}$$

et donc

$$\sum_1^n VA_{ind} = \frac{CIL_{pj}}{t(1-w)} - VA_{pj}, \text{ ce qui s'écrit puisque } \frac{CIL_{pj}}{t} = VA_{pj}$$

$$\sum_1^n VA_{ind} = \frac{VA_{pj}}{1-w} - VA_{pj} = VA_{pj} \left(\frac{1}{1-w} - 1 \right)$$

donc :

$$\sum_1^n VA_{ind} = \frac{w}{1-w} VA_{pj}$$

Hypothèse 2 : En approximation ultime, mais en restant dans le cadre d'un projet considéré

on peut retenir comme valeur $w = \frac{CIL_{pj}}{Prod_{pj}}$.

Avec $c_p = \frac{Cl_p}{Prod_p}$, $m_p = \frac{Cl_{imp_p}}{Prod_p}$, alors $w = c_p - m_p$ et, $\frac{1}{1-w} = \frac{c_p - m_p}{1 - (c_p - m_p)}$, ce qui donne :

$$\sum_1^n VA_{ind} = \frac{c_p - m_p}{1 - (c_p - m_p)} VA_{pj}$$

Dans le cas de cette hypothèse 2, le multiplicateur de convergence apparaît comme un coefficient d'induction de forme classique mais spécifique au projet.

Hypothèse 3 : Si on ne dispose pas de l'information, en particulier de la valeur de m_p , alors on peut utiliser les propensions locales à consommer et à importer, ainsi que le taux de VA moyen de la zone ; naturellement un taux de VA par branche est en toutes circonstances préférable.

avec $va = \frac{VA}{Prod}$, $c = \frac{\Delta C}{\Delta R}$, et $m = \frac{\Delta Imp}{\Delta Prod}$,

$$\sum_1^n VA_{ind} = \frac{c-m}{1-(c-m)} VA$$

$$\sum_1^n VA_{ind} = \left[\frac{c-m}{1-(c-m)} \cdot va \right] Prod, \text{ en posant : } k_e = \left[\frac{c-m}{1-(c-m)} \right] \cdot va$$

alors :

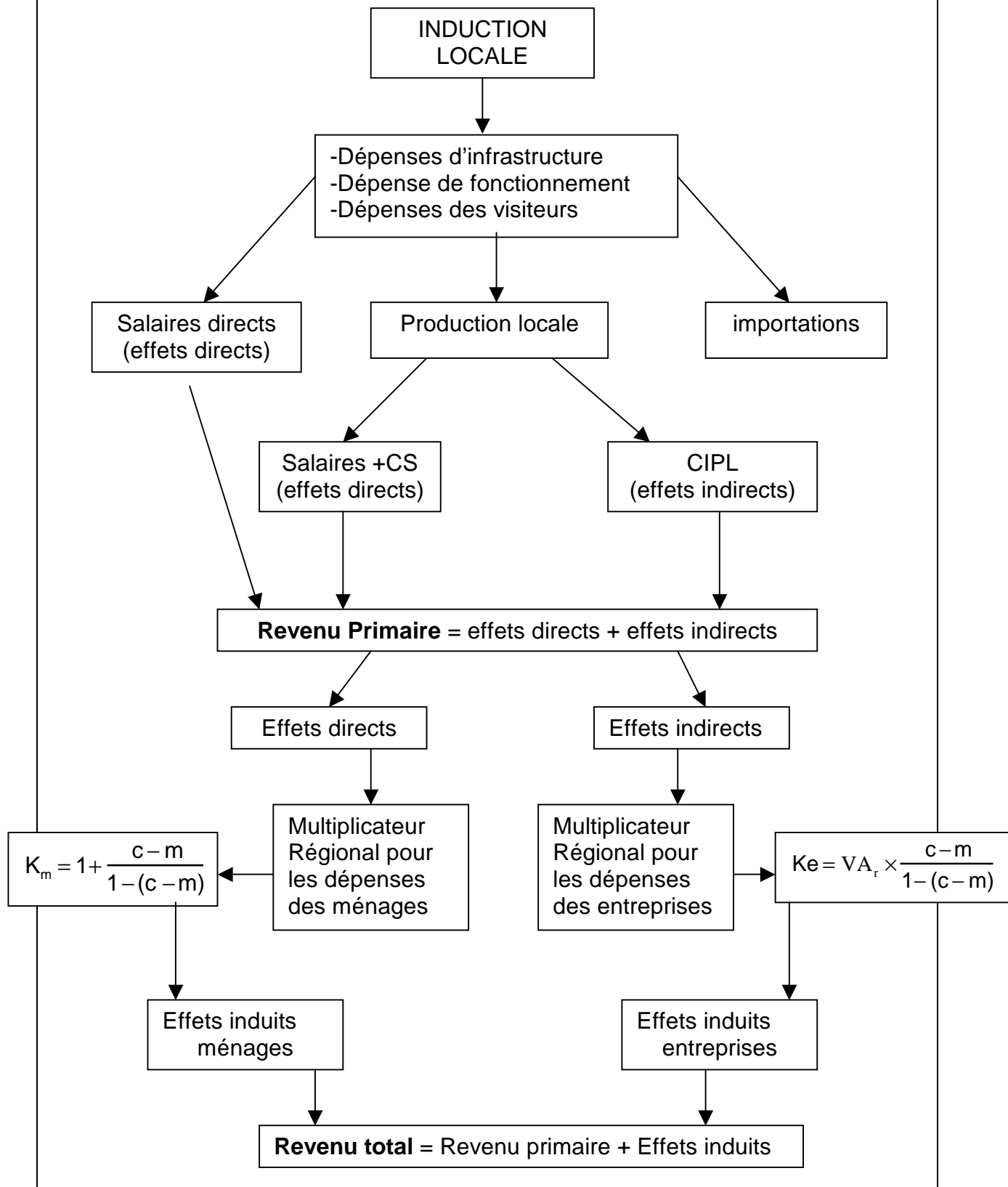
$$\sum_1^n VA_{ind} = k_e \cdot Prod_{locale}$$

Il suffit pour mesurer les effets indirects de faire le produit de k_e et de la production adressée aux entreprises locales .

Remarque.

Le recours aux hypothèses successives éloigne davantage de la mesure des valeurs ajoutées indirectes, que l'on pourrait obtenir avec une méthode des effets itérative ou globale (TES). La troisième hypothèse réduit l'ensemble des multiplicateurs à un seul, forcément médiocre, du point de vue de la qualité de la mesure. Le passage d'un coefficient de convergence à un coefficient d'induction général se fait par abandon de la spécificité de la nature du projet.

GRAPHE DE L' EVALUATION DES EFFETS LOCAUX D'UNE DÉPENSE PAR LES MULTIPLICATEUR DE LA DEMANDE



ANNEXE 5

1-Bibliographie consultée sur le tourisme social.

- Cahiers de l'IFOREP (2005) : Dossier ; Besoin(s) de vacances et tourisme social (Juin)
- Blacodon M. (1998) : Le tourisme social, associatif et coopératif Les essentiels du tourisme Ed de l'observatoire national du tourisme Paris.
- Blanc J.M. (2000) : Le tourisme associatif Coll les Cahiers de l'AFIT Ed de l' AFIT Paris.
- Chauvin J. (2002) : Le tourisme social et associatif en France : acteur majeur de l'économie sociale. L'harmattan.
- Froidure J. (1997) : Du tourisme social au tourisme associatif. L'harmattan.
- Greffier L. (2003) : Les villages vacances du tourisme social Thèse Bordeaux III.
- Lanquar R. et Raynouard Y.(1995) : Le tourisme social et associatif. PUF.
- Observation national du tourisme (1998) : Le tourisme social et associatif Secrétariat d'Etat au tourisme.
- Rouquette C. (2001): Départs en vacances : persistance des inégalités. INSEE Economie et statistique N°345 2001(pp33-53).
- Viard J. (..) :La France des temps libres et des vacances Ed de l'Aube.

2-Bibliographie consultée sur le capital humain, social et institutionnel.

- Aubert F. et SYLVESTRE JP.(2000) : Confiance et rationalité INRA 2000.
- Barro R.J. (2001): Education and Economic Growth In Helliwell ed.
- Brousseau E.(2000):Confiance ou contrat, confiance et contrat in Confiance et rationalité ••• Aubert F. et SYLVESTRE JP. Confiance et rationalité INRA 2000.
- **Clerc D. (1997) : L'économie des conventions ou comment instaurer de la confiance dans les rapports sociaux Alternatives économiques N°151 Septembre**
- Clerc D (1999) : Ethique : L'économie et la vertu. Alternatives économiques N°171 Mai .
- Coleman J.S. (1988): Social Capital in the creation of Human Capital American Journal of Sociologie cvol 94 supplément (pp 95-120).
- Easterly W.et LEVINE R. (1997): African's growth tragedy: politics and ethnic decisions Q.J.E. vol112 N°4 (pp1203-1250).
- Fukuyama F. 1995) : Trust : The social virtues and the creation of prosperity. The Free Press New York.
- Harrisson D, Mangematin V., Thuderoz C. (1999) : La confiance. Gaëtan Morin éditeur Montréal
- Helliwell J.F. (2001) : The contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-being: International Symposium Report HDCR/OCDE. Montréal Canada.
- Gadrey J (2002): Les bénéfiques collectifs des activités de l'économie sociale et solidaire.CLERSE LILLE 2.
- Garrabé M. (2001a) : Evaluation du poids de l'économie sociale en L-R avec L.Bastide et C.Fas RECMA Mai <http://www.creslr.org/oreslr/index.html>
- Garrabé M. (2003b) : Utilité sociale et capital social interne : le cas d'une OES culturelle Novembre (18p). CEP-GRES-<http://www.creslr.org/oreslr/index.html>

- Garrabé M. (2004) Appraisal of fuzzy social utility GRES (16) juin à paraître dans Evaluation review (Sage publications <http://www.creslr.org/oreslr/index.html>)
- Jenson J. (1998): Mapping social cohesion: The state of Canadian research Canadian Policy Research Networks Study.
- Knack S. (2001): Confiance, vie associative et performance économique in HELLIWELL (2001).chap 9.
- North D.C.(1993) : The new institutional Economics and Development. Washington University St Louis (8p).
- OCDE (2001) : Du bien être des Nations : Le rôle du capital humain et social www.SourceOCDE.org
- Olson M. (1982) : The rise and decline of nations : Economic Growth, stagflation and social rigidities ; New Haven Yale University Press.
- Putnam R (1993): Making democracy work. Princeton University Press.
- Putnam R (2000): Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community New York Simon and Schuster.
- Putnam R (2001): Social capital: Measurement and consequences in Helliwell J.F. (ed) HCDR/OCDE 2001.
- Rodrick D.(2000): Development strategies for the next century. Harvard University www.ksg.harvard.edu/rodrik/devstrat.PDF.
- Rose E (2000): How much does capital social add to individual health? A survey of study of russians Social science and medicine (pp1-15).
- Sampson R. et alii (1997): Crime : a multilevel study of collective efficacy. Science 277.
- Sen A.(1991): Ethique et économie, PUF Paris.
- Temple J. (2001) : Growth effects of education and capital social un OECE in HELLIWELL (2001)
- Woolcock M.(1998) : Social Capital and Economic Development : toward a theoretical synthesis and Policy Framework Theory and Society 27 (2) pp151-208.

3-Bibliographie EXPERTONS.

- Club CRIN (1997) Evaluation subjective: Méthodes, application, enjeux. (167p). Paris Les cahiers du club CRIN.
- Garrabé M. (Nov 2003) : Utilité sociale et capital social interne. GRES N° 12 (18p) CEP-Université de Montpellier www.creslr.org/ores/travaux.asp.
- Kaufmann A. (1977) Introduction à la théorie des sous ensembles flous 4 volumes Paris Masson
- Kaufmann A. (1987) : Les expertons Paris HERMES
- Lecardinal G. et ZALILA Z. (1992): Traitement des avis d'experts par expertons : application à un jury d'architecture Deuxième journées nationales sur les applications des ensembles flous Nimes Nov (pp267-273).
- Levrat E. Voisin A. Bombardier S. et Brémont J. (1997) : Subjective evaluation of car comfort with fuzzy set techniques International Journal of Intelligent Systems vol 12 (pp891-913).
- Ponsard C.(1974) : L'imprécision et son traitement en analyse économique. Document de travail N°4 Institut de Mathématiques Economiques (24p) Dijon.
- Ponsard C.(1986) : Modèles mathématiques flous en économie. Document de travail N°94 Institut de Mathématiques Economiques (16p). Dijon.
- Sambuc R. (1975) : Fonctions phi-floues, application à l'aide au diagnostic médical en pathologie thyroïdienne Thèse Faculté de Médecine Marseille
- Ssandri S.A.(1997) : Elicitation, pooling and assessment of expert opinion in the possibilistic framework in Fuzzy information engineering: a guided tour of applications DUBOIS D., PRADE H. et •
- Yager R R. eds Wiley New York (pp123-133).
- Sangali A.(2001) : Eloge du flou. Presses de l'Université de Montréal Québec.

4-Sites-sources consultés.

http://www.insee.fr/fr/insee_regions/languedoc/rfc/liste_theme.asp?theme=10
<http://www.alisse.insee.fr>
<http://www.ont.asso.fr>
<http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/STATCONJ/taz/dossiereconomietour.htm>
<http://www.unat.asso.fr>
<http://www.sunfrance.net/observatoire>
<http://www.fuaj.org>
<http://www.afest.org>
<http://www.pagesjaunes.fr/>
http://www.asma.educagri.fr/circulaires/ASMA_catalogue_2005.pdf,
<http://www.asmeg.org/sejours/region.php?region=5>,
<http://www.assopropulsion.fr/pages/68.html>, <http://www.balaruc-les-bains.com/htfr/0022.htm>,
<http://www.carcassonne.fr/carcassonne2.nsf/agcGeneral?OpenFrameSet&Frame=Contenu&Src=i5thm2sj3c5pn6rredpij4bjeedi2uc1fc4o3gd9j6oq3ap9jcos6cp1h6lhj2chl6pi3iohg60p3gc9ocdj3ujrgcln48rr3elmmarjk>,
http://www.cg66.fr/solidarite/pers_handicapees/association/doc/serv_aux_ph.PDF,
<http://www.chez.com/lacoume/>, <http://www.gaf.tm.fr>, <http://grandeur.nature.chez-alice.fr/>, <http://www.lvt-cotesud.com/>,
<http://www.mutuelledesdouanes.fr/htm/as/bodyedito.htm>,
http://www.papvacances.fr/fr/aussi/liste_camp.Asp?Region=11&Dept=34,
<http://www.rochebelle-vacances.com/site/maj/phototheque/photos/association/rv2005.jpg?PHPSESSID=bf3e4063729ea717a0d920b647ef65cc>,
<http://www.tourinfos.com/fr/r0011/d0011/m0002/j0019/p004041.htm>,
<http://www.tourisme-dev-solidaires.org/sejours/Programme%20+%20bulletin%20inscription%20version%2004-08-05.pdf>
<http://www.vacances-en-lozere.com/contact.php>,
http://www.lespep.org/ewb_pages/r/recherche_centre_vacances.php,