



230

NUMÉRO

Lundi 27 mars 2006

# NOTES D'IÉNA

INFORMATIONS DU CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL

## « LE TOURISME ASSOCIATIF EN MILIEU RURAL, SOURCE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL ET DE COHÉSION SOCIALE »

RAPPORTEUR :  
JEAN-PIERRE MARCON  
AU NOM DE LA SECTION  
DU CADRE DE VIE  
PRÉSIDÉE PAR  
BERNARD QUINTREAU

Le tourisme associatif est né en 1936 pour accompagner les premiers congés payés, mais il s'est surtout développé après le deuxième conflit mondial grâce à l'engagement des pouvoirs publics et des organismes sociaux, notamment les caisses d'allocations familiales, les mutuelles, les caisses de retraite et les comités d'entreprise.

Assemblée plénière  
des 28 et 29 mars 2006

Il a non seulement permis les premiers départs de nombreuses familles, mais il a aussi favorisé le goût pour les vacances, le dépaysement, le ressourcement, la découverte de l'autre et du pays. Ce rôle social s'est doublé à partir des années soixante d'une mission d'aménagement du territoire par la diversité des implantations à travers le pays.

Il représente environ 10 % de l'offre totale d'hébergement et accueille chaque année environ de 2,3 millions de personnes (chiffre cité par l'UNAT qui regroupe 80 % des associations de tourisme).

**Avertissement** : cette note d'Iéna présente le projet d'avis qui sera examiné par l'assemblée plénière des 28 et 29 mars 2006

- Publication 01 44 43 60 47  
Service de la communication
- Diffusion 01 44 43 63 30  
Service des archives et de la distribution
- Service de presse 01 44 43 61 25/21
- ISSN1767-8188

■ [www.ces.fr](http://www.ces.fr)

## **UN CONSTAT : UN POSITIONNEMENT ÉCONOMIQUE ORIGINAL, À L'AVENIR INCERTAIN**

Aujourd'hui le tourisme associatif en milieu rural est en crise : crise d'identité, crise de financement et crise de reconnaissance.

Il se trouve écartelé entre sa vocation sociale qui suppose une adaptation de son offre aux attentes de la population et les exigences de productivité économique qui le confrontent au secteur concurrentiel.

Il doit faire face aux difficultés économiques engendrées par le désengagement de l'Etat, de certaines collectivités locales et des organismes sociaux alors que son patrimoine en grande partie obsolète nécessite un effort important de remise aux normes sanitaires et techniques.

Enfin, il souffre d'un manque de reconnaissance tant de la part des pouvoirs publics que des différents organismes qui l'ont soutenu, sur la réalité des missions qui lui ont été confiées : permettre le départ en vacances du plus grand nombre dans un souci de cohésion sociale, assurer une activité économique, sociale et culturelle en particulier en milieu rural.

### **1 – UNE MISSION SOCIALE A CONFORTER**

- en encourageant le départ en vacances des plus défavorisés avec la mise en place d'une organisation adaptée et d'un dispositif financier attractif ;

- en incitant les organismes sociaux (CAF-CE) à se recentrer sur ce secteur touristique qui favorise la mixité sociale ;

- en étendant et en confortant le rôle de l'Agence nationale du chèque-vacances (ANCV) qui utilisera ses excédents pour le départ des plus démunis et la mise aux normes des hébergements associatifs ;

- en adaptant la réglementation sanitaire, technique, aux activités spécifiques du tourisme associatif.

### **2 – UNE PRÉSENCE EN MILIEU RURAL A RENFORCER**

- avec le soutien financier de l'Etat, dans le cadre d'un plan patrimoine, et des collectivités territoriales ;

- avec le partenariat des collectivités propriétaires, en vue d'améliorer l'attrait des territoires ruraux, la qualité et la complémentarité des sites ;

- en modifiant certains dispositifs réglementaires et fiscaux actuellement trop contraignants pour les collectivités locales ;

- en proposant de nouvelles modalités de financement intégrant éventuellement des partenariats public-privé.

### **3 – UNE ADAPTATION AUX ATTENTES NOUVELLES DES CLIENTÈLES**

- par une requalification de l'offre qui doit répondre à une demande forte de nature, de découverte, de ressourcement ;

- par la mise en place d'une nouvelle gestion fondée sur de véritables plans marketing, une organisation plus fonctionnelle et des personnels mieux formés ;

- par l'amélioration des accès aux sites ;

- par l'élargissement des clientèles, notamment auprès des nouveaux pays entrant dans l'Union européenne ;

- en améliorant l'image de marque du tourisme associatif qui deviendra plus attractive, avec des concepts de bien-être, de remise en forme, de besoin de se retrouver en famille ou en groupe dans des équipements adaptés.

\*  
\*     \*

Notre assemblée considère que, plus que jamais, alors que la cohésion sociale de notre pays a été mise en difficulté à l'automne dernier, le tourisme associatif peut apporter des réponses aux interrogations d'une partie de la population, la plus démunie, sur l'accès au droit aux vacances affirmé dans la loi de lutte contre les exclusions. Pour maintenir une activité économique en milieu rural, le tourisme associatif doit être soutenu.

**« LE TOURISME ASSOCIATIF EN MILIEU RURAL,  
SOURCE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL ET DE  
COHÉSION SOCIALE »**

**Rapporteur : JEAN-PIERRE MARCON**

**NOTE FLASH**

Les propositions du Conseil économique et social, visant à renforcer et développer le tourisme associatif, s'articulent autour de trois grands axes.

**JEAN-PIERRE MARCON**

Né le 21 février 1949

**Fonctions au CES**

- Membre du groupe des Personnalités qualifiées ;
- Membre de la section du cadre de vie ;
- Membre de la section des Questions économiques générales et de la conjoncture

**Fonctions actuelles**

- Maire de la commune de Dunières (43) ;
- Vice-Président du Conseil général de Haute-Loire ;
- Président de l'OPAC 43 ;
- Président de VAL (Vacances Auvergne Limousin)

**Conforter la mission sociale du tourisme associatif**

- Encourager le départ en vacances des plus défavorisés
- Inciter les organismes sociaux à se réinvestir dans ce secteur

- Etendre et conforter le rôle de l'Agence nationale pour le chèque-vacances

- Faire évoluer la réglementation

**Renforcer l'attractivité des territoires ruraux par le tourisme associatif**

- Poursuivre l'engagement de l'Etat
- Etablir des relations soutenues de partenariat avec les collectivités locales

- Agir sur l'attractivité du territoire
- Agir sur la qualité des sites d'accueil
- Agir sur la complémentarité des sites et leur taux d'occupation
- Agir sur certains dispositifs réglementaires et fiscaux très contraignants

- Rechercher de nouveaux financements

**Adapter le tourisme social aux évolutions des attentes de la clientèle**

- Requalifier l'offre, établir un plan marketing
- Adopter de nouvelles règles de gestion
- Améliorer les conditions de desserte des équipements
- Rechercher de nouvelles clientèles et s'ouvrir au marché européen

- L'accueil de groupes
- L'accueil de seniors
- L'accueil des classes moyennes, voire supérieures
- L'accueil d'une nouvelle population européenne
- Améliorer l'image du tourisme associatif