

LA LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES:
UN CHOIX NEUTRE?

Jean Désy, professeur
Département de Géographie
Université du Québec à
Chicoutimi.

Communication présentée
au Congrès du Bureau
International du Tourisme
social, à Sparrenduin
(Belgique), les 23-24-25
février 1978

LA LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES:
UN CHOIX NEUTRE?

Jean Désy, professeur
Département de Géographie
Université du Québec à
Chicoutimi.

Communication présentée
au Congrès du Bureau
International du Tourisme
social, à Sparrenduin
(Belgique), les 23-24-25
février 1978

PLAN DE L'ARTICLE

1.	<u>DE L'IMPORTANCE STRATEGIQUE DES PROBLEMES DE LOCALISATION DES CENTRES.....</u>	4
1.1.	Les nécessités de l'analyse des facteurs de localisation.....	4
1.2.	Une tentative d'explication.....	7
1.3.	Une hypothèse complémentaire: espaces de vacances et valeurs sociales.....	14
1.4.	Méthodologie.....	19
2.	<u>LES RESULTATS DE L'ENQUETE</u>	
2.1.	La hiérarchisation des facteurs.....	21
2.2.	Localisation et "composantes caractérielles" des organismes de tourisme social.....	29
2.2.1.	L'autonomie financière des organismes.....	29
2.2.2.	Les structures organiques.....	30
2.2.3.	Les tendances idéologiques.....	31
2.3.	Des exemples concrets d'une "synthèse caractérielle"	33
2.3.1.	Le CE/RNUR Billancourt et le sous-groupe A..	34
2.3.2.	Le CLTC et le sous-groupe B.....	38
2.3.3.	Vacances Promotion et le sous-groupe C.....	41
2.3.4.	VLF et le sous-groupe D.....	43
2.4.	Une hypothèse vérifiée?.....	45

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Figures

1-	Composantes du processus de localisation des centres de vacances familiales.....	8
2-	Localisation des centres de vacances du CE/RNUR Billancourt.....	49
3-	Localisation des centres de vacances du CLTC.....	50
4-	Localisation des centres de vacances-Promotion.....	51
5-	Localisation des centres de vacances du VLF.....	52

Tableaux

1-	Typologie des organismes de tourisme familial, selon les structures.....	10
2-	Typologie des organismes de tourisme familial, selon l'autonomie financière.....	10
3-	Typologie des organismes de tourisme familial, selon la tendance idéologique.....	10
4-	Critères de classification des organismes de tourisme familial en fonction de leur autonomie financière, 1977.....	12
5-	Hiérarchisation des facteurs de localisation par les organismes de tourisme familial.....	23
6-	Regroupement des organismes selon une synthèse des composantes caractérielles.....	35
7-	Position relative des facteurs p/r médiane, CE/RNUR	37
8-	Position relative des facteurs p/r médiane, CLTC.....	40
9-	Position relative des facteurs p/r médiane, Vac. Prom.	42
10-	Position relative des facteurs p/r médiane, VLF.....	45

Annexes

Annexe 1:	Questionnaire soumis aux organismes de tourisme familial.....	53
Annexe 2:	Liste des associations et organismes mentionnés dans le texte, selon leur sigle ou abréviation par ordre alphabétique.....	59
Annexe 3:	Capacité d'hébergement des centres de vacances analysés selon les types d'équipements et les zones d'implantation.....	60
Bibliographie.....		61

LA LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES

UN CHOIX NEUTRE?

1- De l'importance stratégique des problèmes de localisation des centres.

Dans la vaste entreprise sociale qu'est la construction de centres de vacances pour familles, notre propos est de souligner à l'attention de tous les responsables et militants de ce secteur, l'importance stratégique des choix d'implantation, intimement reliés aux orientations idéologiques des associations, aux objectifs et programmes d'activités conséquents. L'espace est-il neutre? L'espace social, en particulier à l'intérieur duquel se greffent les centres de vacances, ne reflète-t-il pas le façonnement, l'incrustation, la maîtrise d'un groupe social dominant sur son territoire, miroir fidèle des valeurs profondes qu'il impose sur cet espace? Quelles relations conséquentes, souvent difficiles et contradictoires, caractériseront les populations vacancières et autochtones? Quelles limites ce choix de localisation imposera-t-il à toute l'animation des centres, caractéristique centrale du tourisme familial?

C'est dans le cadre de cette problématique que nous précisons d'abord les nécessités objectives d'une telle démarche, soumettrons une hypothèse de travail sur les facteurs d'explication déterminants des localisations actuelles et commenterons enfin les résultats d'une enquête personnelle sur le sujet.

1.1 Les nécessités de l'analyse des facteurs de localisation.

De façon irréfutable, les problèmes de localisation se posent ou se poseront aux organismes de tourisme familial,

selon les critères suivants:

- Les besoins de la masse vacancière. Ils s'expriment d'abord en termes de lieux de vacances. La division française classique des lieux de vacances, en mer, montagne et campagne, illustre de façon simplificatrice, l'étroite relation existant entre la demande et la localisation. Le tourisme et les vacances forcent l'usager à se déplacer personnellement pour consommer essentiellement des espaces. Espaces par ailleurs empreints de valeurs culturelles fluctuantes, selon les prestations actuelles ou anciennes qui y sont rattachées et les valeurs sociales qu'ils véhiculent.

- Modalité de la "greffe touristique": L'intégration de la population vacancière à la population locale présente un double aspect, étroitement lié à la localisation des centres. D'une part, la qualité de la relation humaine et culturelle entre le centre, ses vacanciers, et la population, incluant d'éventuels salariés au centre; d'autre part, les retombées économiques bénéficiant d'abord aux commerçants locaux.

- La relecture du paysage régional. L'espace social dans lequel s'insère un village-vacances peut, en fonction de sa richesse, susciter une vision renouvelée de l'espace touristique, prenant davantage appui sur l'"anthropôme", i.e. sur le contenu humain et social du cadre régional, que sur les seules "curiosités" et vieilles pierres désincarnées. (lithome).

- Intervention dans l'aménagement du territoire. L'importance croissante prise par l'Etat, les technocrates (DATAR) et le grand capital dans l'organisation de l'espace à des fins mercantiles, conduit à une double contradiction: l'éviction du

tourisme social hors des zones rentables, ou leur réinsertion marginale pour fin de rentabilisation des équipements, à proximité des zones touristiques de prestige. De plus en plus, la localisation des centres de vacances se posera de façon cruciale dans cette nouvelle conjoncture.

Malgré le caractère déterminant que revêt dans ce contexte, tout problème de localisation, Yves Raynouard écrivait en 1974: "le choix d'un site, dans l'état actuel des choses, relève le plus souvent du coup par coup"⁽¹⁾. L'auteur lui-même nous confirmait cette affirmation dans une entrevue, trois ans après cette phrase-massue, qui résumait toute l'impuissance du tourisme social à planifier rationnellement son réseau d'hébergement, du moins, à pouvoir appliquer une politique sociale d'implantation.

Nous croyons pouvoir avancer que jusqu'à maintenant, au-delà demande, les problèmes techniques et financiers ont d'abord préoccupé la majorité des organismes, compte-tenu de la demande exprimée par les adhérents. On a également tenu compte d'une insertion économique optimale des centres dans le tissu régional et favorisé des relations anti-colonisatrices avec les habitants. L'irrésistible tendance à la centralisation technocratique des organismes a par la suite compromis des remises en question salutaires, noyées par une poussée expansionniste toujours compromise par le pouvoir. C'est ainsi que s'amorce depuis peu seulement, une réflexion d'avant-garde portant sur le contenu des vacances

(1) "Tourisme social: Etat d'urgence", p. 72, Y. Raynouard et Elisabeth Danger. Collection Action. Tema Editions Paris, 143 pp. 1974

ouvrières et populaires, questions qui sous-tendent des problèmes de localisation. Et l'on commence à mesurer tout l'impact que revêt une bonne ou une mauvaise localisation, sur le type d'animation qu'on se donne, sur le rôle social joué par les centres, dans la vie régionale. Les violents accidents déclenchés par les autonomistes corses autour des villages du Club Méditerranée illustrent bien le malaise profond que suscitent des implantations - ghettos, décrochées et désolidarisées du tissu social d'accueil. La distance séparant ces clubs, des centres de vacances est-elle si forte? Le village Borgo de VVF, n'a-t-il pas subi de pareils déboires en Corse, un an auparavant?

En dépit de la faiblesse constatée des politiques de localisation de la part des associations et organismes de tourisme social, nous estimons malgré tout que ces mêmes localisations obéissent à certaines variables, à certaines données déterminantes dans les choix retenus.

1.2. Une tentative d'explication. Face à une éventuelle remise en question de ces problèmes quotidiens de localisation et des valeurs sous-jacentes, de la part des organismes de tourisme social européens, et face à ce défi nouveau qu'aura à affronter le tourisme social québécois, il nous apparaît utile d'analyser en profondeur le bilan des choix actuels de localisation des centres. Ce questionnaire veut alimenter une réflexion à partir d'une juste évaluation, pour chaque organisme, des traits de caractère fondamentaux qui conditionnent le choix de certains facteurs, ces derniers favorisant tels ou tels types de localisation.

En nous appliquant à cerner les tensions, oppositions ou contradictions qui se développent tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des principaux groupes en présence, il

Composantes du processus de localisation des centres de vacances familiales

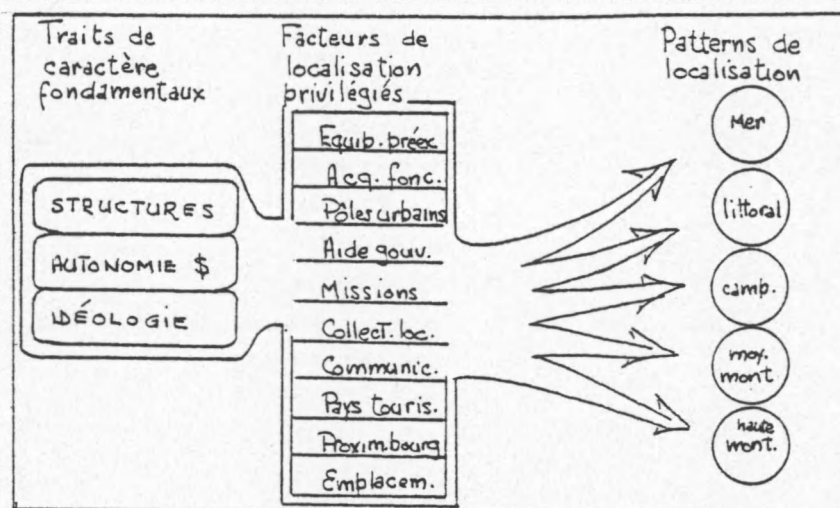


figure 1

deviendra plus facile pour chacun d'évaluer correctement ses acquis et ses atouts en vue d'un éventuel réajustement des objectifs d'implantation.

Nous soumettons donc l'hypothèse suivante:

Même en l'absence de toute politique consciente de localisation des centres de vacances, de la part des organismes de tourisme social, le "pattern" des localisations actuelles relève essentiellement des trois composantes suivantes⁽¹⁾, en étroite interdépendance:

- 1) La structure même des organismes. Nous suggérons la typologie suivante: (Voir tableau 1)

La tendance centralisatrice d'une structure associative met en cause non seulement le type d'organisation hiérarchique qui encadre son fonctionnement, (associations

(1) Et vice versa, en relation dialectique, ces modèles de localisation agissent comme révélateurs de ces composantes.

locales de base, délégations départementales et régionales, siège social avec commissions, comités, services, divers)⁽¹⁾, mais aussi le sens dominant de la direction de l'ensemble de l'organisme, en une période donnée. En effet, si l'on doit nettement distinguer la structure associative, de type fédération d'associations locales regroupées, de la structure associative directe (centralisatrice), on doit également nuancer la réalité du deuxième groupe. Les mécanismes de fonctionnement interviennent alors dans l'appréciation de cette structure, et qui mettent à jour une contradiction importante. Elle oppose, dans un processus par ailleurs non figé dans le temps, la tendance centralisatrice du siège du regroupement, à la tendance autogestionnaire des associations de base. Notre classification tente d'identifier l'aspect dominant de cette contradiction, selon les organismes, malgré la difficulté évidente, sinon l'arbitraire d'une telle appréciation. Les tableaux 1, 2 et 3 illustrent les organigrammes-types de chaque groupe.

2) L'autonomie financière. Il s'agit du degré d'autonomie existentielle, notamment financière des organismes, face au pouvoir d'Etat et au pouvoir technocratique. Cette autonomie est largement tributaire du type de structure relevée en 1, mais ne se prête en réalité qu'à une distinction simple entre les organismes bénéficiaires d'allocations statutaires extérieures importantes⁽²⁾, et ceux dont les réalisations dépendent largement d'aides extérieures ponctuelles et aléatoires.

(1) commercialisation, planning, relations extérieures...

(2) Versement annuel de fonds à l'organisme, de la part d'instances diverses: caisses d'allocations familiales; société d'Etat, sous forme de pourcentage de la masse salariale (CE/Air France, CERNUR) ou des recettes (CCAS/IEG); firmes privées, REKA .

Typologie des organismes de tourisme familial selon les structures

Structures	Organismes
Associatives fédératives, décentralisées	L.V.T., F.M.F.V., V.L.F., L-VAG., C.L.T.C., A.T.C., M.E.J.
Corporatistes centralisées	CCAS/IEG., C.C.E./A.F., C.E./R.N.U.R., VAG.-P.T.T.
Associatives centralisées indirectes	V.V.F., Tet T.
Associatives centralisées directes	REN., O.C.C.A.J.-T.P., VAL, VAG.-PROM., REKA.
Individualistes, mutualistes, et autres	Oeuvres patronales, mutuelles, communes, col. locales, caisses diverses (C.A.F.)

Tableau 1

Typologie des organismes de tourisme familial selon l'autonomie financière

Degré d'autonomie	Organismes
Fort	CCAS/IEG, C.C.E./A.F., C.E./R.N.U.R., VAG.-P.T.T., C.A.F., REKA,
Faible	C.L.T.C., V.V.F., Tet T., M.E.J., L.V.T., F.M.F.V., V.L.F., L-VAG., C.N.L., REN., O.C.C.A.J.-T.P., VAL, VAG.-P., A.T.C.

Tableau 2

Typologie des organismes de tourisme social selon les tendances idéologiques.

Tendances idéologiques	Organismes
Communiste	Tet T., CCAS/IEG., C.C.E./A.F., C.E./R.N.U.R.
Socialiste	L.V.T., C.L.T.C., M.E.J.
Neutre-technique	V.V.F., VAL, O.C.C.A.J.-T.P., C.N.L., REKA, VAG.-P.
Démocr.-chrétienne	F.M.F.V., V.L.F., REN., L-VAG.
Autres	C.A.F., A.T.C., P.T.T.

Tableau 3.

Nous suggérons la distinction suivante:

(Voir tableaux 2 et 4)

3) Les tendances idéologiques majoritaires au sein d'un organisme. Ces tendances, souvent feutrées ou voilées, par souci d'éviter les étiquettes et de ne pas apeurer la "clientèle", n'en existait pas moins pour autant, reflétant dans le secteur loisirs-vacances, tout l'éventail idéologique, sinon politique de la société sociale, à quelques exceptions près.

Il faut distinguer, à notre avis, dans le champ du tourisme social, quatre tendances principales ainsi regroupées: (Voir tableau 3).

A des degrés divers, ces trois composantes de base traduisant la physionomie des organismes, devraient imprimer des orientations, des convergences spatiales dans les choix de localisation des centres de vacances. En effet, la structure et le fonctionnement d'une association nous semblent riches d'explications pertinentes, selon que les choix de localisation obéissent surtout aux vœux de la base, ou surtout à ceux de la direction, selon des mobiles des moyens et des objectifs souvent très divergents d'un niveau à l'autre.

Un monde sépare par exemple une fédération d'associations de "bénévoles" de toutes classes sociales, avec deux permanents, telle VLF, et un comité d'entreprise d'une forme nationalisée, fortement centralisé et "technocratisé", n'oeuvrant que pour ses membres. Il n'apparaît pas exagéré de conclure que l'intérieur d'un processus de gestion empreint de démocratisation, les deux organismes se situent à des pôles

Critères de classification des organismes de tourisme familial,
en fonction de leur autonomie financière-1977*
(en % de leur budget annuel d'investissement et de fonctionnement)

Catégories de fonds	Origine des fonds																				
		A.T.C.	C.A.F.	C.C.A.S./I.E.G.	C.C.E./A.F.	C.E./R.N.U.R.	C.L.T.C.	F.M.F.V.	L-Vac.	L.U.T.	M.E.J.	O.C.C.A.J.-T.P.	REKA	Ren.	T.et T.	Vac-P.	Vac.P.T.T.	V.A.L.	V.L.F.	V.V.F.	
Auto-financement	1 Prélèvement statutaire			61	62																
	2 Particip. des bénéficiaires ⁽¹⁾	40		39	35	20															
	3 Sous-total auto-financem.	40	70/80	100	97	98	20						100								
Souscriptions	4 Comités d'entreprises															3					
	5 Caisses d'Alloc. familiales															50					
	6 Collectivités locales																				
	7 Caisses de retraite																				
	8 Mutuelles																				
	9 Services sociaux ⁽²⁾															2					
	10 S-total associés-souscr.														51	55				20/40	
Subventions	11 Min. de la Qualité de la Vie (SFT)	15	15															10	10/30		
	12 Min. de l'Agriculture ⁽³⁾	75				30/50											40		75		
	13 Secr. d'Etat aux Aff. sociales																		10		
	14 Secr. d'Etat à la J. et aux Sp.					20/40															
	15 CNAF ⁽⁴⁾																	35	40		
	16 S-total subventions					50/90		50							21	15		75	60	40/30	
Prêts des organismes financiers sociaux	17 C.C.C.H. - F.D.E.S.	38																	?	20/40	
	18 Crédit national		15																	?	20/40
	19 Caisse des Dépôts et Cons.																			?	20/40
	20 C.C.C.C.																				
	21 Banque féd. du Cr. mutuel					30															
	22 U.C.E.L.															?					
	23 C.N.C. agricole																	25	?		
	24 S-total prêts sociaux							50							28			25	20/40		
Prêts comm.	25 Banques			3	2																

Tableau 4

* Chiffres approximatifs fournis par les répondants de l'enquête. Certaines données non disponibles.
(1) Plus autres sources div.

(2) D'entreprises publiques ou nationalisées

(3) Dont la prime d'équipement hôtelier

(4) Ou autres: départements, régions...

extrêmes, favorisant des types de localisation fort divergents. L'éventail des compromis, tels les concertations territoriales à échelles diverses (départements, régions), les partages de juridiction selon la taille des centres, etc., est évidemment de nature à créer un écheveau de contradictions inextricables, rendant inopérants des schémas trop simplistes. Le risque est évident, nous l'assumerons malgré tout. De même, l'autonomie financière de certains organismes, essentiellement corporatistes, les dégage, à notre avis d'une contrainte de localisation que le pouvoir à ses différents niveaux, lui impose souvent dans le choix des centres de vacances. Nous songeons en particulier aux politiques de localisation gouvernementales pour le tourisme local, lesquelles suggèrent nettement la revalorisation de l'espace rural, ou de certaines zones commerciales à rentabiliser. Or, les subventions sont souvent subordonnées au respect de ces politiques.

Enfin, les divergences spatiales prendront davantage d'ampleur dans la mesure où les organismes soutiendront une politique sociale du tourisme axée sur des mesures populaires volontairement ignorée du pouvoir politique et technocratique. On pourra donc imaginer de sérieuses divergences spatiales entre, par exemple, Tourisme et Travail et Villages, Vacances Familles, en fonction du degré relatif de complaisance face aux visées gouvernementales.

La conjugaison de ces trois variables de base ou la prépondérance de l'une d'entre elles, sont de nature, croyons-nous, à expliquer les formes de localisation privilégiées par chacun des organismes. Il serait évidemment illusoire de pouvoir en tirer des lois des constantes rigoureuses en raison du manque de politique consciente de

localisation signalé plus haut, et des multiples contraintes imposées dans ce type de décision. Les oppositions internes propres à chaque organisme ajoutent encore à l'impossibilité de pareilles formulations mathématiques. L'objectif serait toutefois atteint, que d'appréhender les principales relations de cause à effet, articulant les organismes à leurs lieux d'implantation.

1.3. Une hypothèse complémentaire: espaces de vacances et valeurs sociales. La scène de ces confrontations multiples se joue bien sûr sur l'ensemble du territoire, mais particulièrement sur tout espace promu au rôle de zone touristique par les mécanismes complexes relevant de la demande touristique, de la consommation d'espace. Nous adopterons une classification simple de ces zones de gisements touristiques, typologie d'ailleurs proposée par plusieurs organismes de tourisme social. Ces zones serviront de cadre spatial de référence à la présente analyse, et détermineront des hypothèses sur les valeurs socio-culturelles qui y sont rattachées.

- La zone du bord de mer: (0-500 m). C'est la zone communément appelée des "pieds dans l'eau", que nous fixerons arbitrairement à 500 mètres du rivage. On peut considérer qu'à l'intérieur de cette étroite bande côtière, une famille nombreuse, même chargée du fardeau des équipements de plage, peut se déplacer à pied jusqu'à la plage, sans véhicule. Sa valeur touristique vient de ce fait au tout premier rang parmi les autres espaces de vacances, si l'on garde à l'esprit que la mer constitue le premier choix de destination des Français, (43.4% selon l'INSEE, en 1975, mais le choix de 50.3% des travailleurs, selon une récente enquête⁽¹⁾).

(1) "Enquête sur les besoins de vacances et de loisirs" T et T., SGT, réalisée par la CEGI, Paris, 1976.

- La zone littorale ou côtière (500 m - 20 km). C'est l'arrière-plage éloignée, l'arrière-côte dont la valeur intrinsèque cède le pas à sa localisation péri-marine, permettant l'accès et l'usage des rivages sablonneux. L'usage d'un véhicule s'avère le plus souvent nécessaire pour une famille désireuse de profiter de la plage. Cet inconvénient, joint à beaucoup d'autres, déprécie d'autant la valeur de cette zone, vers laquelle reflue toutefois bon nombre d'activités touristiques, avec en tête le tourisme populaire.

Depuis les débuts du tourisme d'élite pratiqué par les riches anglais sur la côte d'Azur, la mer a gardé tout son pouvoir attractif, malgré les usages différents qu'on lui a accordé selon les périodes, les types de rivages, les climats, les exploiters et les utilisateurs...

La masse des vacanciers européens a découvert la mer à partir de la loi des congés payés de 1936. Vers les années soixante, c'est la grande offensive des promoteurs, spéculateurs, agents immobiliers, financiers et banquiers de tous horizons, qui rationalisent l'exploitation des "trois S". Cet engouement "thalassien" tire probablement une partie de son explication des profondeurs de la psychologie humaine. Il n'est pas étranger non plus à cet effet d'imitation des classes dominantes par les classes dominées, étant entendu que le tourisme social est toujours d'une mode en retard sur le tourisme de l'élite. Une explication nous apparaît certaine dans la conjoncture actuelle. La mer est l'objet d'une contradiction d'intérêts entre d'une part, la masse des travailleurs aspirant légitimement à cette thalassothérapie, mais à des coûts croissants et que d'autre part lui impose le capital monopoliste, Exploitant habilement cette

"jalousie de classe" par une offensive publicitaire sans précédent, les chaînes hôtelières, promoteurs transporteurs et agents divers cherchent à rentabiliser par la masse, ces équipements originellement conçus pour l'élite fortunée, laquelle en a profité, puis suscité auprès des travailleurs, cette même demande.

Dans cette guérilla côtière en vue de la jouissance ou de la rentabilité des gisements touristiques, le problème des valeurs bourgeoises ou prolétaires de la mer ne se pose à notre avis que dans la double perspective suivante:

- Pour le vacancier, la jouissance des rivages sablonneux comporte un fort relent de culture bourgeoise dans la mesure où le vacancier s'associe et se complait, de façon consciente ou non, aux valeurs faussées que privilégie la classe dominante et que symbolisent certains rivages: snobisme, farniente ostentatoire, dépenses somptuaires, aveugle obéissance aux modes etc..., ces pratiques correspondant au concept d'une culture vide, égo-centrée, non créative, agonisante.

- Pour les organismes de tourisme social, le risque se situe au point de rupture entre les deux pôles d'une contradiction:

D'une part les avantages incontestables d'un lieu de vacances idéal, conforme aux canons du tourisme classique, et d'autre part, les inconvénients d'un milieu et d'un environnement social façonnés par les classes dominantes, et où l'espace valorisé et spéculé coûte très cher tant pour les acquisitions foncières que pour la consommation courante

des vacanciers.

Ces espaces touristiques constituent bien sûr les points d'accrochage les plus sérieux entre le capital et le travail... du moins dans le secteur loisir. Mais au rythme de l'appétit du premier des protagonistes, c'est tout le littoral, côte comprises, qui risque de s'enflammer...

Voilà donc à notre avis, l'essentiel d'un enjeu qui se situe au coeur de ces deux localisations de bord de mer.

- La zone d'altitude ou de haute montagne (>1000 m.). C'est la seconde destination privilégiée par les travailleurs, après la mer, selon l'enquête précitée de tourisme et travail: 40% des vacanciers de la montagne, interrogés, souhaitent y retourner, tandis que ce type de vacancier représente 17% des vacanciers français et 23% des vacanciers-travailleurs.

On n'y précise pas le type de montagne favorisé, mais il faut présumer qu'il s'agit de la haute montagne, caractérisée par les stations de ski. Pour notre part, nous avons délimité le seuil minimum à 1000 mètres, malgré que selon les régions, on puisse pratiquer le ski de descente à 800 mètres ou seulement à 1500.

Ce seuil nous apparaît significatif dans la mesure où il traduit un certain clivage historico-culturel. L'espace montagnard symbolise depuis le début des loisirs de la bourgeoisie, les valeurs judéo-chrétiennes du dépassement, de la volonté de domination et de puissance sur la nature, au-dessus des autres hommes, valeurs transcendantes dans l'alpinisme entre autres. Depuis, le même phénomène de récupération d'espace par le capital monopoliste a fait jour

depuis 20 ans, en exploitant d'autres thèmes pour retenir d'abord les couches fortunées de la population, et plus récemment les classes modestes. Les mêmes valeurs culturelles qu'à la mer, sont encore en jeu dans cet espace montagnard, inexorablement grignoté par les promoteurs, spéculateurs et financiers. Ceux-ci n'affrontent plus directement le tourisme social; ils le convie à rentabiliser des équipements luxueux déficitaires, tout en se localisant à bonne distance des gisements rentables.

- La zone de moyenne montagne (500 à 1000 mètres). C'est la zone comprise entre la haute montagne et la campagne. Elle convient en particulier à certaines catégories de clientèles ne supportant pas l'altitude - retraités entre autres. Le domaine forestier y domine et les localisations "sylvatiques" riveraines et lacustres de centres de vacances, foisonnent, à proximité de bourgs pittoresques, de manoirs et châteaux. Cette zone ne véhicule pas à notre connaissance, de valeurs touristiques propres à la haute bourgeoisie, mais davantage celles de deux couches sociales en opposition: - les technocrates du pouvoir qui tentent de vendre cet espace agro-forestier en déclin, à un tourisme "régénérateur", notamment le tourisme social; - la petite bourgeoisie intellectuelle, écologique et souvent de gauche, qui réinvestit pour son compte, cette zone de retour-à-la-nature. Ce mouvement est vieux de quelques années seulement, mais contribue à stabiliser la demande en direction de la mer.

- La zone campagnarde (20 km du rivage à 500 m. d'altitude). C'est probablement la moins appréciée de l'ensemble des vacanciers-travailleurs, (20,5%, contre 29,6% pour l'ensemble des vacanciers français). Seulement 17,7% des travailleurs en vacance à la campagne souhaitent y retourner.

L'affrontement ci-haut décrit subsiste toujours, mais la moindre diversité de l'offre atténuée le mouvement de retour à la nature et l'efficacité des techniques de persuasion du pouvoir auprès du tourisme social. A cet espace beaucoup moins individualisé, ne correspond pas chez le vacancier, un concept de région touristique digne de ce nom: La Normandie, la Bretagne, l'Aquitaine, la Vendée n'existent touristiquement que par leur littoral. Le Limousin, la Champagne, la Beauce, ne percent guère, privés de rivages et de montagnes.

Voilà dressé sommairement à la fois le décor et le sujet du drame. Le réseau de contradictions vécu dans la bataille engagée pour chacun de ces espaces, interdit les simplifications. Nous tenterons à chaque fois de nuancer les enjeux.

1.4. Méthodologie. Pour mener à bien cette analyse, nous utiliserons d'abord les données recueillies au point deux du questionnaire reporté en annexe, notamment les questions 2.1 à 2.3. Nous retiendrons également toutes les variables traitant des questions de structure et de financement (essentiellement les nos 1.1, 1.3 (davantage développés), 1.4, 1.5, 1.6, 4.2, 5.1, 5.2, 5.3, 5.5, 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.7. Au total, nous avons retenu dix-neuf (19) organismes dont les renseignements fournis atteignaient un degré de fiabilité élevé. On en retrouvera la liste aux tableaux 1,2 et 4. Ces tableaux serviront de base à la mise en forme des données, autour des trois composantes principales (structures, autonomie financière et tendances idéologiques. Chaque facteur de localisation de la question 2.3 (dix en tout) fera donc l'objet d'un triple traitement en regard de chacune de ces

composantes, totalisant trente tableaux. Le cumul des facteurs prioritaires de localisation, tels que déclarés par chacun des organismes, permettra de hiérarchiser les réponses de 1 à 10 par ordre décroissant d'importance, par le simple calcul de la médiane. L'étape suivante nous conduit à comparer la médiane de chaque facteur avec les points cumulés par les divers organismes, et selon les différents types de regroupements signalés en 3.2, pour en dégager les corrélations les plus significatives. Enfin, pour toucher du doigt le comportement concret des associations, au plan des localisations, nous tenterons:

1) de regrouper les organismes identifiables par trois sous-catégories "caractérielles" identiques, parmi les neuf déjà recensées:

1. Autonomie financière: 1- forte
2- faible
2. Structure organique: 3- "corporatiste"
4- associative directe ou indirecte centraliste
5- associative de base décentralisée
3. Tendances idéologiques: 6- communiste
7- socialiste
8- "neutre-technique"
9- démocrate-chrétienne

2) de dégager de ces groupes d'organismes un représentant, dont nous étudierons les comportements dominants et leur résultante spatiale, avec cartes de localisation à l'appui.

2- Les résultats de l'enquête.

2.1. La hiérarchisation des facteurs. Malgré toute la difficulté qu'ont éprouvé maints répondants à classer les facteurs de localisation suggérés, selon un ordre décroissant d'importance, le résultat mathématique de leurs efforts semble assez logique. Dans un premier temps, on éliminait tous les facteurs négatifs, très faiblement positifs ou simplement hors de question, que nous reléguions en 11. Puis apparaissaient les facteurs les plus décisifs, de 1 à 4 ou 5, quelque fois exaequo pour deux ou quatre d'entre eux. Enfin, il ne restait plus qu'à ordonner les derniers facteurs médians de la liste, selon le bon jugement de interlocuteur.

L'un des problèmes majeurs dans ce type d'entreprise consiste à faire la part des facteurs actuels de localisation, de ceux relevant d'un passé plus ou moins révolu. Autrement dit, la dynamique des éléments de localisation privilégiés par les organismes, impliquerait à la limite un découpage temporel propre à chaque groupe. On conçoit l'inextricable labyrinthe de corrélations qu'il en résulterait. Nous nous sommes donc appliqués à suggérer aux répondants des réponses à la fois pondérées et indicatives. Pondérées pour l'ensemble des localisations cumulées à ce jour par l'organisme, et indicatives du sens de l'évolution des facteurs, depuis peu, et/ou dans un proche avenir. Sur les tableaux, des flèches verticales, négatives ou positives, précisent ce sens, s'il y a lieu. Nous avons utilisé ce paramètre évolutif, pour décentrer les positions ambiguës dans la hiérarchie des facteurs notamment autour des valeurs moyennes.

C'est ainsi que l'on trouvera au tableau 5, l'ordre décroissant d'importance des dix facteurs de localisation, en fonction de leur médiane et de la pondération accordée. En tête de liste, apparaît l'inattaquable valeur du pays touristique, pittoresque et animé. Suivent de près les éléments favorables du site (topographie, sols, végétation, climat, neige, sable, forêt, verdure) et la collaboration, financière ou autre, des collectivités locales. Plusieurs organismes ont tendance à rajouter l'exploitation possible de la double saison au facteur 10 (2ième rang). On recherche ensuite la proximité des services et commerces fournis par un bourg, un village, une petite ville, souvent même pour des motifs moins matérialistes, c'est-à-dire dans un souci de meilleure intégration locale. En cinq et six, apparaissent deux données économiques fondamentales: les moindres difficultés d'acquisition foncière et l'aide financière des pouvoirs publics ou des organismes subventionneurs. On place en sept les facilités générales d'accès, et en huit seulement, l'incitation des "missions d'aménagement" fournissant d'importantes infrastructures à bon compte. Finalement si le facteur 1 se place en 9ième position, il le doit à un fort discrédit auprès de la majorité des organismes, malgré qu'une majorité de ceux-ci localisent une bonne partie de leurs centres en raison d'équipements préexistants. Enfin, on semble faire peu de cas de la proximité d'agglomérations importantes dans les choix d'implantation. Il importe maintenant de transcrire spatialement ces différents facteurs, selon l'ordre suggéré:

1- Le facteur 8, en tête de liste, laisse d'abord deviner l'importante densité d'occupation du tourisme social dans les zones dites touristiques, que convoitent également les marchands de sable et de neige pour leur clientèle solvable. Il faut noter la préséance d'implantation de bon

Hiérarchisation des facteurs de localisation pour les organismes de tourisme familial

FACTEURS NO	Fréquence d'apparition des facteurs, selon le rang accordé par chacun des organismes																		Médiane (1)	Rang final	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
1	1	1	1	1	3	4	4	5	6	7	8	9	11	11	11	11	11	11	7 → 10	9	
2	2	2	3	3	4	4	4	5	6	6	7	8	8	10	11	11	11	11	6	5	
3	3	4	5	7	7	8	8	8	10	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	10	
4	1	1	2	2	2	3	5	6	7	7	8	11	11	11	11	11	11	11	7 → 6	6	
5	3	3	4	5	5	5	5	6	6	7	7	7	8	11	11	11	11	11	7 → 9	8	
6	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	4	4	5	5	7	9	9	11	11	3	3
7	4	4	4	6	6	6	7	7	7	7	8	9	9	11	11	11	11	11	7 → 8	7	
8	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	4	5	5	6	6	2	1
9	1	1	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	5	5	8	11	11	11	11	4	4
10	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	6	11	11	3	2

(1) Pondération, s'il y a lieu, en fonction d'une estimation du sens, positif ou négatif, de l'évolution de chaque facteur, telle que signalée par les répondants.

Tableau 5

nombre de centres familiaux sur les créations commerciales. Dès après la 2ième guerre, peu d'obstacles se dressaient pour la conquête de ces territoires encore vierges, sauf peut-être sur la Côte d'Azur. On voit donc les travailleurs mettre pied en Provence et en Côte d'Azur, mais aussi sur le littoral atlantique et même nordique puis sur les rives languedociennes, bientôt dans le massif central des Pyrénées, le Jura, les Vosges. Malgré l'acharnement des puissances d'argent à refiler certains morceaux termes de la carte touristique française au tourisme social, celui-ci n'abdique pas facilement ses droits acquis.

2- A une autre échelle, on ne se surprendra pas de retrouver ce souci de localisation optima face au choix ultime d'un emplacement de centre familial (facteur 6). On recherche de plus en plus les micro-localisations de caractère essentiellement climatique, mais à incidences directes sur le confort quotidien des vacanciers: ensoleillement et végétation maxima, protection des forts vents, recherche d'un plan d'eau intérieur, lac ou rivière, d'une source d'eau potable, de plans inclinés à étagés, etc... Observons l'émergence relativement récente de certaines exigences, souvent contradictoires:

- . conciliation des exigences de localisation pour une double saison et pour des clientèles diversifiées et hétérogènes (le concept de la multi-affectation entre autres)
- . recherche d'une insertion, d'une greffe touristique, la plus harmonieuse possible, entre la population vacancière et la population locale. On chercherait même dans certains cas, à se mouler, à se fondre le plus possible, aux contours physiques des villages d'accueil.

3- Ce dernier souci rejoint de près le troisième facteur par ordre d'importance, celui de l'aide des collectivités locales (facteur 6). C'est souvent un atout de taille dans la décision finale d'implantation, surtout en raison de l'harmonie des couleurs politiques entre ces deux protagonistes, cet élément jouant comme un gage de sécurité... du moins à court ou moyen terme, dans la bonne marche du centre. Une commune plus dynamique qu'une autre dans la liquidation de certains obstacles, est de nature à déplacer de plusieurs kilomètres, un premier choix moins vaillamment encouragé ou défendu par les édiles municipaux. Selon l'éventail, des choix de localisation des centres projetés par un organisme, on peut même rationnellement supposer que ce facteur joue également aux niveaux régional, voire national.

4- Des mesures précises à grande échelle effectuées sur un grand nombre de centres, pourraient seules rendre compte de l'impact spatial du facteur 9, à savoir la distance absolue d'un centre de vacance au bourg le plus proche. On nous a déclaré presque partout ne jamais s'éloigner de plus de 5 à 6 kms d'un village, quelques-uns y étant carrément installés au coeur même. Ce facteur prend une importance souvent décisive dans le cas de clientèles âgées. Les balades piétonnes au village, font partie des activités régulières du 3ième âge, et nombre de familles préfèrent faire abstraction de la voiture le plus souvent possible pour les courses quotidiennes. Trois variables pèsent dans la balance quant à l'importance de ce facteur: 1) le taux de desserte "à domicile" des commerçants et artisans locaux; 2) la taille des centres, dont l'indépendance varie souvent en fonction de cette dimension et du type de fonctionnement (gites ou pension); 3) leur nature. Selon les cas, le centre possèdera une marge de manoeuvre correspondante, dont tiendra compte

ou non la direction dans ses politiques d'intégration au milieu local.

5- A maintes reprises, on relie le facteur 2 au facteur 6, dans la mesure où les collectivités locales fournissent gracieusement le terrain du futur centre de vacances. D'autre part, les relations privilégiées existant entre un CE et l'ex-service patronal des oeuvres sociales, vont quelquefois influencer des choix de localisation, fonction de coûts fonciers nettement moindres. Si quelques organismes ont pu se payer le luxe, surtout ces dernières années, de terrains en bord de mer à la mode, en revanche, ce facteur a joué à coup sûr dans l'honorable retraite du tourisme social sur l'arrière-plage, le littoral, l'arrière côte, voire le plat pays, mais surtout en moyenne montagne.

6- Les pouvoirs publics (les différents ministères) et technocratiques (DATAR) gardent toujours un puissant pouvoir incitatif de localisation, que les nombreuses "lois-programmes" d'aide au développement régional illustrent bien (facteur 4). La montagne, moyenne ou élevée, mais fortement touchée par les déséquilibres régionaux du système capitaliste, bénéficie en premier lieu de ces incitations. C'est ainsi que de hautes vallées des Alpes, le massif central, (Auvergne et Limousin) et quantité d'autres zones "défavorisées" ont effectivement attiré des dizaines de centres de tourisme social, autrement peu enclins à animer des "déserts".

7- La densité et la complexité du réseau routier français et européen, bien fourni en routes de toutes catégories ne fournit guère plus d'explications sur les patterns actuels de localisation (facteur 7). La généralisation de l'auto comme instrument familial mobile par excellence, permet le

maximum de latitude dans les choix d'implantation. Il y a plusieurs années, les gares de chemin de fer ont sûrement pesé d'un poids déterminant dans les localisations, à l'heure des transports touristiques collectifs prédominants. Pour les vacanciers collectifs inflexibles ou forcés, l'autobus s'avère presque aussi mobile que la voiture. De toutes manières, presque par vocation, le tourisme social est une "bête oecouménique" c'est-à-dire, intimement associé à l'espace habité, valorisé. Les infrastructures n'y font défaut que rarement. C'est seulement à grande échelle que la question se pose, en l'absence de chemins d'accès vicinaux. C'est déjà un problème de micro-localisation (facteur 10).

Enfin, dans le cadre national, les localisations en fonction de la proximité des aéroports, ne repose que très rarement.

8- Une seconde offensive territoriale du pouvoir technocratiques est manifestée depuis une quinzaine d'années, avec des cibles spatiales fort précises, celles des "missions d'aménagement" en régions littorales (facteur 5). D'abord le Languedoc-Roussillon, puis l'Aquitaine, zones relativement décrochées des retombées économiques nationales, et encore épargnées de l'engouement touristique. On ne pouvait de toute évidence, écarter le mouvement touristique populaire, même si l'objet essentiel vise la fixation de la riche clientèle française et étrangère au pays. D'autant moins que cette masse vacancière rentabilise des équipements coûteux, surtout aux extrémités de saisons, au même hors saison. Par le financement d'infrastructures onéreuses, on a réussi à persuader la plupart des organismes, d'y implanter un centre, plus rarement deux, en les confinant le plus souvent à l'arrière-plage. Si certaines associations semblent vouloir tenir

compte de ce facteur dans leurs futures localisations, d'autres refusent cet "alibi du pouvoir", ou le simple mécanisme concentrationnaire" qu'en découle.

9- La pré-existence d'un équipement adapté ou non à un centre familial de vacances (colonie de vacances, manoir, hôtel, château, etc) (facteur 1,) explique une bonne partie des plus anciennes localisations du tourisme social, celles de l'ère du militantisme, "de la bricole"... Il faudrait brosser le tableau territorial des revers de fortune d'une petite bourgeoisie commerçante ou d'une certaine noblesse miséreuse, ou encore d'un clergé en baisse d'influence, pour établir des liens entre ces deux types de localisation. Chose certaine, les seuls organismes encore intéressés à ce facteur, le font en raison; 1) de l'adéquation quasi parfaite de leurs besoins et de l'équipement offert; 2) de l'intérêt supérieur que représente le terrain sur les bâtiments, souvent en ruine; 3) d'un pouvoir financier énorme; 4) d'un timide retour à un environnement authentiquement d'origine et intégré à une agglomération.

Ce facteur a probablement privilégié les zones marginales de moyenne montagne, de campagne, voir de haute montagne, si ce n'est les vieilles zones touristiques littorales.

10- Enfin, on ne fait que sentir la poussée du dernier facteur par ordre d'importance, celui du poids des populations urbaines régionales (facteur 3). Ces centres "péri-urbains", répondent à plusieurs autres besoins nés d'une demande de week-end croissante. Il est certain toutefois que certains centres n'auraient ni vu le jour, ni persisté sans la proximité dynamique de membres actifs, issus d'une agglomération urbaine quelconque.

2.2. Localisation et "composantes caractérielles" des organismes de T.S. A cette étape de notre analyse, il convient de faire apparaître certaines corrélations entre d'une part les trois composantes de base des organismes (autonomie financière, structures organiques et tendances idéologiques), et d'autre part les différents facteurs de localisation, tels que sériés par chaque association.

A l'intérieur des trois composantes, un total de neuf sous-groupes caractériels s'affrontent, tels que décrits en 1.4: deux en ce qui concerne l'autonomie financière, trois pour les structures organiques et quatre au plan des tendances idéologiques.

Nous nous attacherons à ne dégager que les oppositions les plus nettes, transposant toujours les facteurs en termes de localisation.

2.2.1. L'autonomie financière des organismes. Identifions tout de suite les sous-groupes en présence par deux chiffres d'apparition dans la liste du point 1.4:
groupe 1: Forte autonomie financière
groupe 2: Faible autonomie financière.

Voici l'énumération succincte des principales oppositions décelées:

- 1) Le groupe 1 recherche de façon plus systématique les espaces touristiques en demande, que le groupe 2, quelque peu résigné aux compromis territoriaux.
- 2) Le groupe 2 se laisse plus facilement tenter par les missions d'aménagement du littoral, le groupe 1 s'en méfiant de plus en plus.
- 3) En 1, on cède très rarement aux pressions de localisation

du pouvoir, en raison même des subventions d'Etat très faibles, sinon nulles que l'on consent à ces "financiers" du tourisme social.

- 4) Ce même groupe ne localise presque jamais ses centres en fonction d'une demande régionale circonscrite.
- 5) A une forte exception près, les autonomes construisent relativement moins dans du vieux que les dépendants, malgré un penchant marqué pour le neuf chez ce dernier groupe.
- 6) Le moindre souci en 1 qu'en 2, d'économiser sur le coût d'achat des terrains laisse croire à des localisations plus nettement intégrées qu'en 1, à des zones de spéculation touristique. Cette observation rejoint le point 1.
- 7) Plus rarement en 1 qu'en 2, on s'appuiera sur des initiatives locales pour orienter ses choix d'implantation.
- 8) Enfin, le groupe 2 semble moins en mesure qu'en 1, d'accorder toute l'attention voulue à des études poussées de micro-localisation.

2.2.2. Les structures organiques. Dans un effort de synthèse. nous avons ramené le nombre de sous-groupes en confrontation, de quatre à trois, ci-après identifiés:

groupe 3: Structures "corporatistes", à gestion centralisée

groupe 4: Structures associatives, à gestion directe ou indirecte centralisée.

groupe 5: Structures associatives fédératives à gestion décentralisée.

En raison de l'identité des organismes figurant dans les sous-groupes 1 et 3, pour les 2/3 d'entre eux, les observations faites en 2.21 relativement au sous-groupe 1, s'appliquent presque intégralement au sous-groupe 3. Les oppositions entre les sous-groupes 3 et 4 étant par ailleurs

quasi systématiques, il nous apparaît plus fructueux de concentrer notre attention sur les relations entre les sous-groupes 4 et 5. L'opposition entre les deux types de gestion, centralisée-décentralisée, est au coeur même des différences observées:

- 1) Le groupe 5 apparaît nettement plus déterminé dans ses localisations, par les constructions déjà en place adaptées ou non aux centres familiaux. Peut-on en conclure à des taux variables de dispersion des centres, selon le cas?
- 2) On semble davantage influencé en 5 qu'en 4, par l'émanation des demandes régionales, les associations de base créant l'impulsion créatrice décisive, contrairement aux associations à représentation locale faible ou nulle. Ce facteur pourrait également jouer comme élément de dispersion ou de concentration des équipements, selon les cas.
- 3) Le groupe 4 subit une plus forte pression spatiale des pouvoirs publics et subventionneurs que le groupe 5, en raison de "l'aide liée" qu'il en accepte.
- 4) La tendance centralisatrice tient davantage compte des facilités générales d'accès que la tendance inverse.
- 5) Cette dernière a tendance à accorder plus de poids au caractère touristique d'une zone que le groupe à gestion centralisée.
- 6) Enfin, on semble accorder une importance relativement plus grande à l'étude des micro-localisations en 5 qu'en 4.

Les deux groupes s'entendent par contre à peu près sur les facteurs 6 et 9, relatifs à l'insertion physique et socio-économique des centres projetés.

2.2.3. Les tendances idéologiques. Quatre sous-groupes s'opposent à ce niveau d'analyse:

Sous-groupe 6: tendance communiste
 Sous-groupe 7: tendance socialiste
 Sous-groupe 8: tendance neutre technique
 Sous-groupe 9: tendance démocratie-chrétienne.

C'est à dessein que nous employons le terme "tendance", fort éloigné du terme "front", davantage lié au concept d'unanimité. Les contradictions internes propres à chaque groupe, voire les conflits à l'intérieur de chaque organisme, nous incitent à la prudence. Nous avons d'ailleurs observé que cette classification provoque le plus grand nombre d'oppositions neutralisantes au sein des groupes: Les groupes 8 et 9 ne se mettent respectivement d'accord que sur la moitié des facteurs, et le groupe 6, sur sept seulement. Seule la tendance socialiste réalise davantage l'unanimité de ses choix, malgré le petit nombre de représentants (3).

Il apparaît quelque peu étonnant de découvrir un clivage assez net entre d'une part, les groupes 6 et 9 et d'autre part, les groupes 7 et 8, du moins dans le contexte politique français actuel. La similitude de réaction de ces deux groupes, relativement à quatre, voire cinq sur dix, des facteurs de localisation, justifie un examen attentif:

Les tendances 6 et 9 semblent s'accorder toutes deux sur:

- 1) Une propension marquée à rechercher les zones touristiques traditionnelles (facteurs 8).
- 2) Une volonté de réduire la distance entre villages d'accueil et centres de vacances (facteurs 9).
- 3) Un souci moins évident de s'appuyer sur les collectivités locales, malgré des évolutions différentes soulignées

dans les deux groupes (facteur 6).

- 4) Des oppositions d'attitude également ressenties quant aux incitations d'implantation en mission d'aménagement. La tendance s'avère toutefois négative dans les deux cas (facteur 5).
- 5) Des intentions de rejet croissantes face à l'acquisition de constructions préalables.

D'autre part, les tendances 7 et 8 se signalent par une commune propension à:

- 1) Accepter davantage le cadre spatial des missions d'aménagement (facteur 5).
- 2) Rechercher l'appui des collectivités locales dans les installations de vacances (facteur 6).
- 3) A accepter plus volontiers des localisations moins orthodoxes par rapport, aux canons touristiques traditionnels (facteur 8).
- 4) A privilégier plus faiblement qu'en 6 et 9, un rapprochement des centres avec les villages d'accueil (facteur 9).

Les autres facteurs ne sont l'objet d'aucune relation significative. Il faut évidemment se garder de confondre causes et effets dans les similitudes de comportements des deux premiers groupes, notamment en ce qui concerne les facteurs 5 et 8. Pour l'un, ces comportements s'associent davantage à une méfiance traditionnelle face aux politiques gouvernementales anti-ouvrières. Pour l'autre, les mobiles relèvent plutôt d'un humanisme qui rejette les solutions désincarnées.

2.3. Des exemples concrets d'une "synthèse caractérialle". Mais toutes ces distinctions ne seraient que pures abstractions si on ne les appliquaient à un niveau concret

d'appréhension de la réalité globale. Il s'agit de remettre ensemble les morceaux du casse-tête, de réinsérer dans un organisme vivant, les composantes souvent contradictoires de son caractère.

Pour ce faire, nous avons tenté un regroupement de caractères identiques pour tous les organismes afin d'analyser plus attentivement, les comportements spatiaux d'un prototype des groupes retenues. L'opération dégage assez nettement quatre groupes d'organismes en incluant près de 70% du total soumis à l'enquête (13/19). (Voir tableau 6.) Dans le choix de l'organisme représentatif, nous avons voulu éviter les tendances trop marginales par rapport aux groupes de référence, tant au plan des facteurs de localisation, que de l'importance quantitative des équipements gérés.

Comparons successivement les cartes de localisation des centres sous le contrôle de chacun des organismes (fig. 2 à 5) en établissant au fur et à mesure les corrélations qui s'imposent avec les facteurs de localisation privilégiés.

Il est bien entendu que le simple examen des cartes, ne permettra de vérifier que les facteurs 8,5 et 4 essentiellement, à la rigueur les facteurs 1 et,3. Mais nous procéderons malgré tout à une comparaison minutieuse des médianes obtenues par chacun des 4 organismes, pour chacun des facteurs, avec celles issues des trois composantes caractérielles de base, identifiant les groupes et son organisme robot. Nous serons ainsi à même de vérifier le degré de ressemblance du modèle avec le sujet.

2.3.1 Le CE/RNUR Billancourt et le sous-groupe A (1, 3,6) Le service de vacances familiales du Comité d'Etablissement de la Régie nationale des usines Renault, ayant son

Regroupement des organismes selon une synthèse des composantes caractérielles

Organismes	Description
CCAS/IEG CCE/AF CE/RNUR	1, 3, 6 1, 3, 6 1, 3, 6
LVT CLTC MEJ	2, 5, 7 2, 5, 7 2, 5, 7
VVF VAL OCCAJ-TP VAC-PROM.	2, 4, 8 2, 4, 8 2, 4, 8 2, 4, 8
L-Vac. FMFV VLF	2, 5, 9 2, 5, 9 2, 5, 9
T et T REKA CAF ATC Vac-PTT Renouveau	2, 4, 6 1, 4, 8 1(4), 8 1, 5, 8 1, 3, 8 2, 4, 9

Légende

1 Autonomie financière	{ 1 Forte 2 Faible
2 Structure organisationn.	{ 3 Corporatiste 4 Associative directe ou indirecte centralisée 5 Associative de base décentralisée
3 Tendances idéologiques	{ 6 Communiste 7 Socialiste 8 Neutre-technique 9 Démocrate-chrétienne

Tableau 6

siège à Billancourt, (Paris), tient à la disposition de ces 33,000 travailleurs de la Régie, quelque 10 centres de vacances en gestion personnelle, pour environ 3 300 places. Le CE gère également en copropriété avec Tourisme et Travail une demi-douzaine de centres et souscrit quelques centaines de lits à des organismes extérieurs (CLTC, Renouveau). Nous n'avons pas identifié ces derniers centres sur la carte.

Le CE est d'allégeance CGT à 70%, traditionnellement associé à l'idéologie communiste. Il reçoit une subvention statutaire de la Direction, équivalent à 2,025% de la masse salariale, soit quelque 20 M de francs annuellement pour tous les services, y incluant celui des vacances.

Dans la mesure où les prestations touristiques ne peuvent bénéficier qu'aux seuls travailleurs de l'établissement de Billancourt, à quelques exceptions près, on peut qualifier cette structure de corporatiste. Les opérations du Service sont relativement récentes (une quinzaine d'années).

Sur le plan spatial, il faut immédiatement remarquer la forte concentration côtière des équipements (20% en bord de mer et 40% sur le littoral). Les capacités correspondantes en lits et emplacements de camping dépassent les 70% (21.4% en bord de mer, 51,1% sur le littoral. Les côtes bretonnes accueillent plus largement des équipements par ailleurs légers (essentiellement des villages de toile) que les côtes provençales, qui ne reçoivent qu'un seul centre, mais de bonne taille (600 lits).

Si la moyenne montagne ne figure pas encore dans les zones d'implantation du CE, par contre, on a construit

deux centres de haute montagne (20% des constructions) à faible capacité (6% du total).

Enfin la campagne a suscité un nombre équivalent de créations p/r au bord de mer, avec deux réalisations dont l'une en bordure de Paris, davantage assimilable à un parc de loisirs de week-end.

Le sous groupe A (1,3,6), se caractérise de la manière suivante ainsi résumé dans le tableau ci-dessous.

Position relative des facteurs de localisation
du sous-groupe A par rapport à l'ensemble des groupes,
selon la médiane (m.)

Position (p) ⁽¹⁾	p > m	p < m	p = m	m > p << m
Facteurs (numéros d'ordre)	8	2	3	1 <
		4	5	9 <
		6		10 >

Tableau 7

- (1) Relation (positive, négative, neutre ou opposée) entre la médiane de l'ensemble des composantes caractérielles du sous-groupe et la médiane globale (p. 15).

Ce groupe tient en haute estime, les régions touristiques, fait moins de cas de la valeur foncière des terrains, néglige les aides publiques, se soucie relativement moins du support des collectivités locales. Par contre, il s'aligne

sur le jugement moyen de tous les organismes en ce qui concerne la proximité des grandes villes et les missions d'aménagement. On croit pouvoir déceler une tendance à refuser les constructions préalables et à valoriser les études de terrains, tout en ne recherchant pas nécessairement la plus grande proximité entre bourgs et centres.

Le CE/RNUR se moule assez parfaitement à cette description, si l'on compare ses propres pointages et ceux de son groupe. On doit toutefois signaler qu'en 6, le Service se range du côté des "durs", et qu'en 9, il affiche une opinion nettement positive.

2.3.2 Le CLTC et le sous-groupe B (2,5,7). Le service national vacances de la Ligue de l'Enseignement aussi appelé Centre laïque de tourisme culturel, dont le siège social est à Paris, compte 12 000 adhérents-utilisateurs annuels (1972) pour 3 à 3.5M. d'usagers potentiels. Le Service gère directement près d'une vingtaine de centres, mais coordonne au total plus de 50 installations, de concert avec l'UFOVAL (union française des oeuvres de vacances laïques) et l'ULCR (union laïque des campeurs et randonneurs). Une douzaine de centres (déjà signalés), sont gérés en co-gestion avec des FDOL (fédération départementales d'oeuvres laïques). Le service cumule l'une des plus longues expériences du T.S. français et européen (1934-35). Au départ voué aux intérêts majoritaires des enseignants, le CLTC est aujourd'hui largement ouvert à tous les groupes socio-économiques français et européens. Sa structure est donc largement fédératives et décentralisée, malgré l'importance des services techniques (30 employés). Un système de "pool" permet une redistribution optima de la demande. Les options socialistes de la Ligne dérivent de son choix déjà ancien de la laïcité de

de l'éducation populaire. Le service ne s'auto finance qu'à 20 ou 25% maximum, comprenant les "mises à disposition" de quelques professeurs par le ministère.

Faiblement autonome, moyennement décentralisé et d'allégeance socialiste modérée: tel est le portrait-robot du cite représentant du groupe B.

Spatialement, le pattern de localisation des centres obéit à ces quelques tendances:

- . Une supériorité quantitative certaine des équipements et capacités de bord de mer, sur ceux et celles du littoral. La longue expérience du CLTC en tourisme social apporte une explication de taille à ce phénomène. Malgré tout, on ne dépasse pas 50% de la capacité globale des 5100 lits⁽¹⁾.

- . Les localisations de haute montagne atteignent guère moins d'importance que celles de moyenne montagne (respectivement 23 et 26% de la capacité, et 27 et 29% du nombre de centres).

- . Par contre, on repousse énergiquement la campagne plate (seul centre).

- . On décèle un fort penchant pour les maisons familiales de faible capacité (78% des équipements, 71,3% de la capacité).

Qu'en est-il de l'adéquation des facteurs de localisation du CLTC avec ceux de ses sous-groupes caractériels de base (2,5 et 7)?

(1) calculs approximatifs suggérés par le CLTC, en l'absence de données précises pour plus de la moitié des centres.

Résumons ainsi ce groupe B:

Position relative des facteurs de localisation
du sous-groupe B par rapport à l'ensemble des groupes
selon la médiane (m)

Position (p)	$p > m$	$p < m$	$p = m$	$\Rightarrow p < m$
Facteurs (non ordonné)	1	10	6	8 <
	2		9	
	3			
	4			
	5			

tableau 8

On y distingue par la relative importance donnée:

aux équipements préalables (facteur 1)

aux coûts fonciers (facteur 2)

aux usagers régionaux (facteur 3)

aux aides publiques de localisation (facteur 4)

aux missions d'aménagement (facteur 5)

on semblerait moins relativement préoccupé des études de
micro-localisation (facteur 10)

on s'accorderait avec la moyenne des organismes:

sur l'aide des collectivités locales (facteur 6)

sur la proximité bourgs-centres; (facteur 9)

Enfin, une certaine majorité accorderait moins d'importance
au caractère "touristique" des régions (facteur 8).

Le CLTC se moule assez fidèlement au groupe de base, mais s'en distingue de façon variable pour les facteurs 8, 9 et 10:

- 1) Il rejoint le bloc minoritaire de ce groupe qui privilégie les régions touristiques. La carte en témoigne de façon d'ailleurs éloquente.
- 2) Malgré une politique affirmée d'intégration au milieu, le Service ne considère pas la proximité des bourgs et centres de vacances comme une nécessité.
- 3) il accorde une importance proportionnellement plus importante aux études de micro-localisation.

2.3.3. Vacances Promotion et le sous-groupe C (2,4.8)

Vacances Promotion recrute annuellement de 5000 à 5500 membres individuels, en plus d'un faible pourcentage d'organismes collectifs, essentiellement des Comités d'Entreprise. Son siège est à Paris et symbolise une structure centralisatrice-type. La Caisse d'Allocation Familiale de la Région parisienne l'a pratiquement enfantée, lui fournissant quelque 50% de son financement, sous forme de subvention. Deux sociétés d'économie mixte - SOMIVAL et la Cie du Bas Rhône - de même que le Crédit agricole, sont également à l'origine de cette création en 1967. Notons au passage que VAL bénéficie du même parrainage de soutien de la part des deux sociétés.

Une forte dépendance financière et une certaine acceptation des règles du jeu politique actuel, justifient à notre avis le classement émis.

Moins rigoureusement soumis au cadre spatial régional de l'Auvergne-Limousin, comme VAL, Vacances Promotion

y concentre néanmoins la moitié de ses équipements et de sa capacité d'accueil, c'est-à-dire essentiellement dans la moyenne montagne d'une région touristique, mais aussi et surtout, en voie d'extinction économique. Les équipements côtiers ne totalisent qu'un peu plus du cinquième du total mis en chantier (deux fois plus en bord de mer que sur le littoral toutefois). La capacité de ces mêmes équipements grimpe toutefois à près du tiers (19% les "pieds dans l'eau" et 12% sur le littoral). Le rivage languedocien a d'ailleurs seul ouvert des brèches à l'association.

Deux installations à la campagne, de faible capacité, (5%) se retrouvent en pleine zone défavorisée (Haut Languedoc). En altitude, on accepte plus du quart de la capacité d'accueil, dans trois des quatorze centres (21%), répartis dans les Pyrénées, les Alpes, et le Massif central.

Le sous-groupe de référence C (2,4,8) se présente schématiquement ainsi:

Position relative des facteurs de localisation
du sous-groupe C par rapport à l'ensemble des groupes
selon la médiane (m)

Position (p)	$p > m$	$p < m$	$p = m$	$m > p \ll m$
	3	8	5	1 <
Facteurs (nos d'ordre)	4	10	2	
	6			
	9			

Tableau 9

- Il accorde une relative importance:
 - 1) à la demande régionale urbaine dans ses localisations (facteur 3)
 - 2) aux aides publiques en zones défavorisées (facteur 4)
 - 3) à l'appui des collectivités locales (facteur 6)
 - 4) à la proximité des bourgs et centres (facteur 9)
- Il se soucie moins des régions touristiques et des études de micro localisation (facteur 9 et 10)
- Il accorde ses vues à celles de la majorité des associations sur les missions d'aménagement (facteur 5) et les coûts fonciers (facteur 2)

Vacances Promotion souscrit d'assez près à cette vision des choses, tout en accusant davantage certains facteurs:

Le 2: l'organisme laisse les problèmes fonciers aux mains des collectivités locales, des sociétés d'économie mixte.

Le 4: on est très lié au subventionneur principal dans les localisations.

Il s'agit donc dans l'ensemble d'un organisme et d'un groupe, qui semblent se plier au mieux aux exigences technocratiques d'un pouvoir libéral.

2.3.4 VLF et le sous-groupe D(2,5,9) Vacances Loisirs Familles, fédération de gestionnaires, ayant son siège à Paris, possède plus de 6000 lits, par l'intermédiaire de ses 20 associations adhérentes, recrutant quelque 35000 membres Vacanciers. Créée en 1970, par certains courants de l'OCCAJ, déjà, en 1974, la moitié des associations du VLF fusionnait avec LVT, (l'équivalent du tiers, en termes de capacité en

lits). Le VLF "prolongé" a choisi des formes d'engagement et d'action plus réservées, fidèle en cela à la mouvance démocrate-chrétienne, et rejeté du même coup toute velléité de "gigantisme" de ses centres. Un conseil d'administration trans-régional de 14 membres, aidé d'un exécutif réduit au minimum (2 personnes), reflète parfaitement une structure décentralisée au maximum. La dépendance financière de l'organisme est quasi totale.

Au plan spatial, notons:

- Une relative concentration côtière, où 41% des centres totalisent 36% de la capacité d'accueil. Contrairement à la tendance générale, les centres de bord de mer sont proportionnellement plus nombreux (24%) que leur capacité totale (17%). Les côtes bretonne et normande, mais surtout méditerranéenne (Estérel et Mauves), attirent les associations de VLF.
- Une surprenante invasion de la campagne, bretonne essentiellement, où le cinquième des centres accueillent près du tiers des vacanciers.
- Une forte représentation de la moyenne montagne, (22% de la capacité d'accueil pour 24% des centres), dans un ordre dispersé. Ces deux derniers espaces totalisent 45% des centres et 50% de la capacité d'accueil.
- Une faible propension à l'altitude, (Alpes et Pyrénées).

Enfin, plus du 2/3 des centres prennent la forme de maisons familiales (52% de la capacité d'accueil).

Il est difficile de se prononcer sur le degré de ressemblance entre ce modèle et le groupe de référence. En effet, les contradictions des composantes caractérielles

sont telles qu'elles l'emportent sur les traits communs...

Le tableau suivant en témoigne:

Position relative des facteurs de localisation
du sous-groupe D par rapport à l'ensemble des groupes
selon la médiane (m)

Position (p)	$p > m$	$p < m$	$p = m$	$m \gg p < m$
Facteurs (nos d'ordre)	3	10	9	1 >
		6		2 >
				4
				5
				8 >

Tableau 10

Le sous-groupe D 2,4,9 tient donc davantage en compte la demande des métropoles, tend à accorder moins d'importance aux études de micro-localisation et à l'aide des collectivités locales, tout en rejoignant la moyenne des organismes quant à la proximité des bourgs et centres de vacances.

En revanche, les avis ne sont que dominants dans un sens positif, pour les facteurs 1, 2 et 8, relativement aux constructions antérieures, aux coûts fonciers et aux zones touristiques recherchées.

On ne décèle aucune unanimité sur les facteurs 4 et 5. Face à ce comportement, VLF s'associe de plein gré aux facteurs 9 et 10, accentue davantage les facteurs 3 et 6 et à tendance à s'inscrire à la négative des facteurs 1, 2, 4 et 5. Par contre, on rejoint le camp majoritaire du groupe pour les choix de zones touristiques.

Donc, selon ses dires, si beaucoup de centres VLF sont collés à des constructions anciennes, ce déterminisme jouera de moins en moins (facteur 1). On favorise après expérience, les centres raisonnablement éloignés de leur base de bénévoles 200kms (facteur 3). On semble peu influencé par les aides publiques en zones défavorisées, (facteur 4) ce que la carte tendrait à réfuter...) et encore moins attiré par les missions d'aménagement (facteur 5), ce qui semble exact.

Enfin la préférence de VLF pour les zones touristiques souveraines est confirmée.

2.4. Une hypothèse vérifiée? Au terme de cette démarche, nous-est-il permis d'apporter une réponse positive à l'hypothèse de départ, à savoir que le "pattern" des localisations actuelles relève essentiellement des trois composantes caractérielles suivantes, en inter-réaction dynamique:

- autonomie financière
- structures organiques
- tendances idéologiques?

Si nous ne pouvons affirmer que ces trois facteurs expliquent tout des modélisations spatiales des centres de vacances familiales de ces 19 organismes du moins acquérons-nous la conviction que ces facteurs s'imposent largement dans les choix retenus. Nous sommes conscients des lacunes importantes au plan des outils de vérification sur le terrain, des assertions des répondants. Les statistiques manquent notamment pour bien cerner:

- le pourcentage des centres "assis" sur du vieux;
- les coûts relatifs des terrains payés dans un périmètre donné;

- les relations entre les centres, les bénévoles et les agglomérations importantes;
- les zones défavorisées ayant été l'objet d'aides et de subventions de la part des pouvoirs publics;
- les aides qualitatives et quantitatives des collectivités locales aux organismes;
- les distances précises entre les bourgs et les centres de vacances;
- les sommes et les énergies investies aux études de micro-localisation.

La seule tentative de localisation des centres par larges bandes touristiques, nous a révélé l'ampleur des recherches, même élémentaires, encore nécessaires pour bien saisir la réalité de ce secteur d'activité.

Et dès que l'on tente de systématiser ces données, l'on se bute à d'extrêmes difficultés de coordination et d'uniformisation, comme l'actuelle enquête du BITS (Commission Financement et Equipement), tend à le démontrer.

Bref, ne nous fiant pour l'essentiel, qu'à des témoignages de répondants, sans possibilité réelle de vérification, nous avons mis à jour des taux de corrélation suffisamment nets pour confirmer malgré tout notre hypothèse.

Dans la démarche conduisant de l'analyse à la synthèse, on aura noté une netteté décroissante des oppositions entre les sous-groupes caractériels, souvent tranchés au couteau, et les groupes d'organismes, résultantes concrètes des contradictions de caractère, vivant en conflit ou en harmonie dans un même organisme.

Il est dommage pour la clarté de l'exposé, heureux pour la sérénité du débat, d'avoir mis dans l'ombre certains organismes-types, importants, mais ne cadrant pas dans les quatre groupes retenus. Nous pensons à Tourisme et Travail et à VVF en particulier, dont les comportements spatiaux rivalisent en contrastes... Nous pensons aussi à la CCAS que l'empire socio-touristique ne permet pas de modéliser vraiment.

Et si volontairement, nous avons exclu d'une analyse plus fine, d'autres organismes européens-belges et suisses en particulier, c'est uniquement en raison de la faible représentativité de ceux-ci par rapport à l'échantillon global de notre enquête.

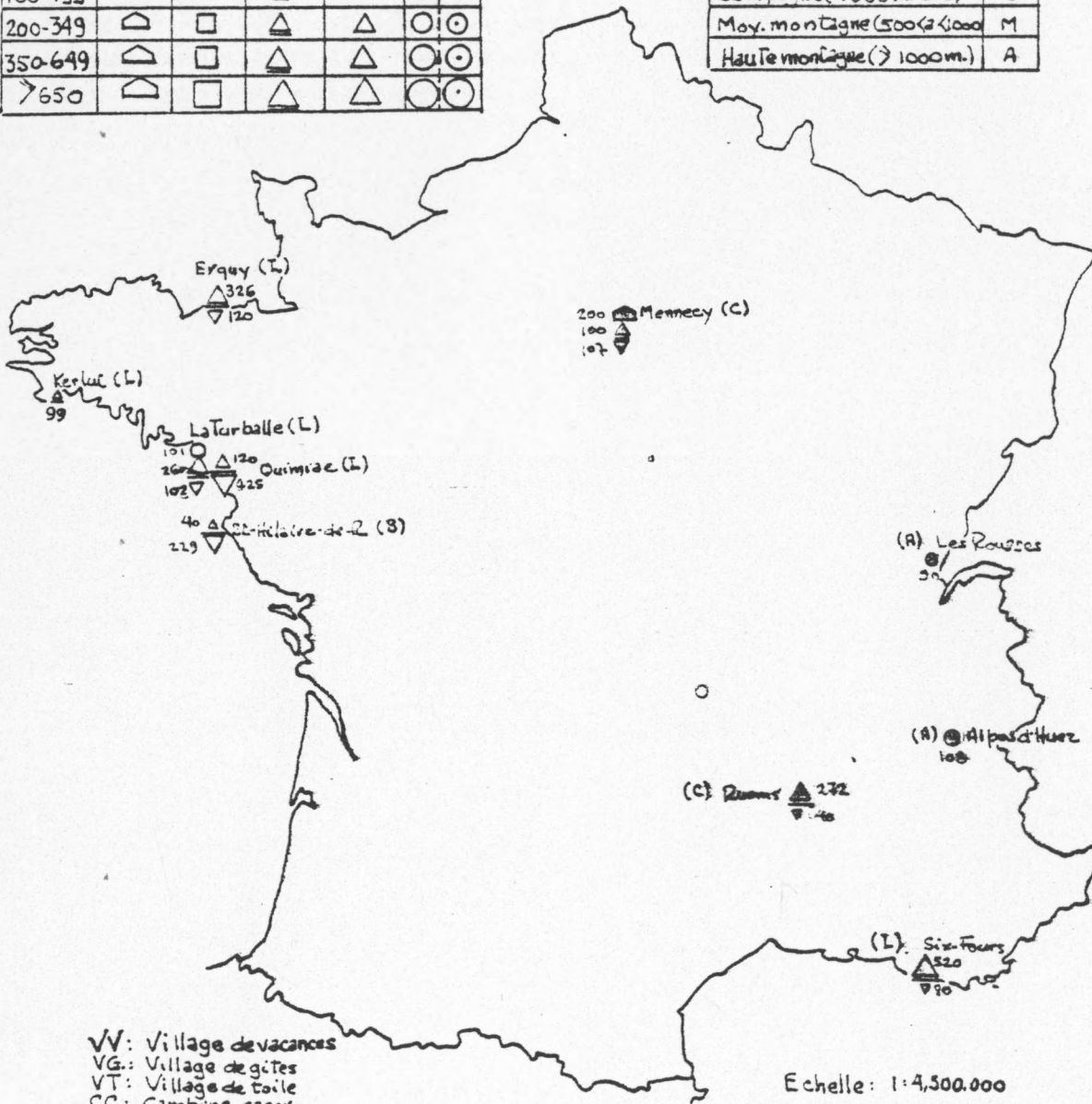
Dans l'évaluation du poids relatif de chacun des composantes, pour les choix ultimes de localisation, il s'avère tout aussi difficile que bénéfique d'en préciser leur rôle et leur importance. D'autant que les variations conjoncturelles suscitent des glissements de caractères, tels qu'en provoquent des réalignements politiques majeurs, comme on en prévoit en France en 1978. Les tendances idéologiques polariseront alors les composantes caractérielles pour éventuellement provoquer des changements à long terme dans les facteurs de localisation.

Nous ne pouvons souhaiter que pareille conjoncture favorise un questionnement majeur sur ces problèmes fondamentaux, et que les forces populaires et ouvrières du tourisme social européen et américain puissent en profiter.

LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES DU C.E./R.N.U.R. 1976

Capacité	TYPES D'HÉBERGEMENT					CD	
	VV	VG	VT	CC	S.P. / P.C.		
40-99	△	□	▲	△	○	○	
100-199	△	□	▲	△	○	○	
200-349	△	□	▲	△	○	○	
350-649	△	□	▲	△	○	○	
>650	△	□	▲	△	○	○	

ZONES D'IMPLANTATION	
Bord de mer (<500m)	B
Littoral (500m < d < 20km)	L
Campagne (<500m alt.)	C
Moy. montagne (500 < d < 1000)	M
Haute montagne (> 1000m.)	A



VV: Village de vacances
 VG: Village de gîtes
 VT: Village de toile
 CC: Camping-carav.
 C.D: Centres divers:
 - S.P. Sans pension
 - P.C. Pension complète

Echelle: 1:4,500,000

Fig. 2

LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES DU C.L.T.C. - 1976

Capacité nbr lits	TYPES D'HÉBERGEMENT					CD	
	VV	VG	VT	CC	S.P.	P.C.	
40-99	△	□	▲	△	○	○	
100-199	△	□	▲	△	○	○	
200-349	△	□	▲	△	○	○	
350-649	△	□	▲	△	○	○	
≥ 650	△	□	▲	△	○	○	

ZONES D'IMPLANTATION	
Bord de mer (<500m)	B
Littoral (500m < d < 20km)	L
Campagne (<500m. alt.)	C
Moy. montagne (500 à 1000)	M
Haute montagne (> 1000m)	A

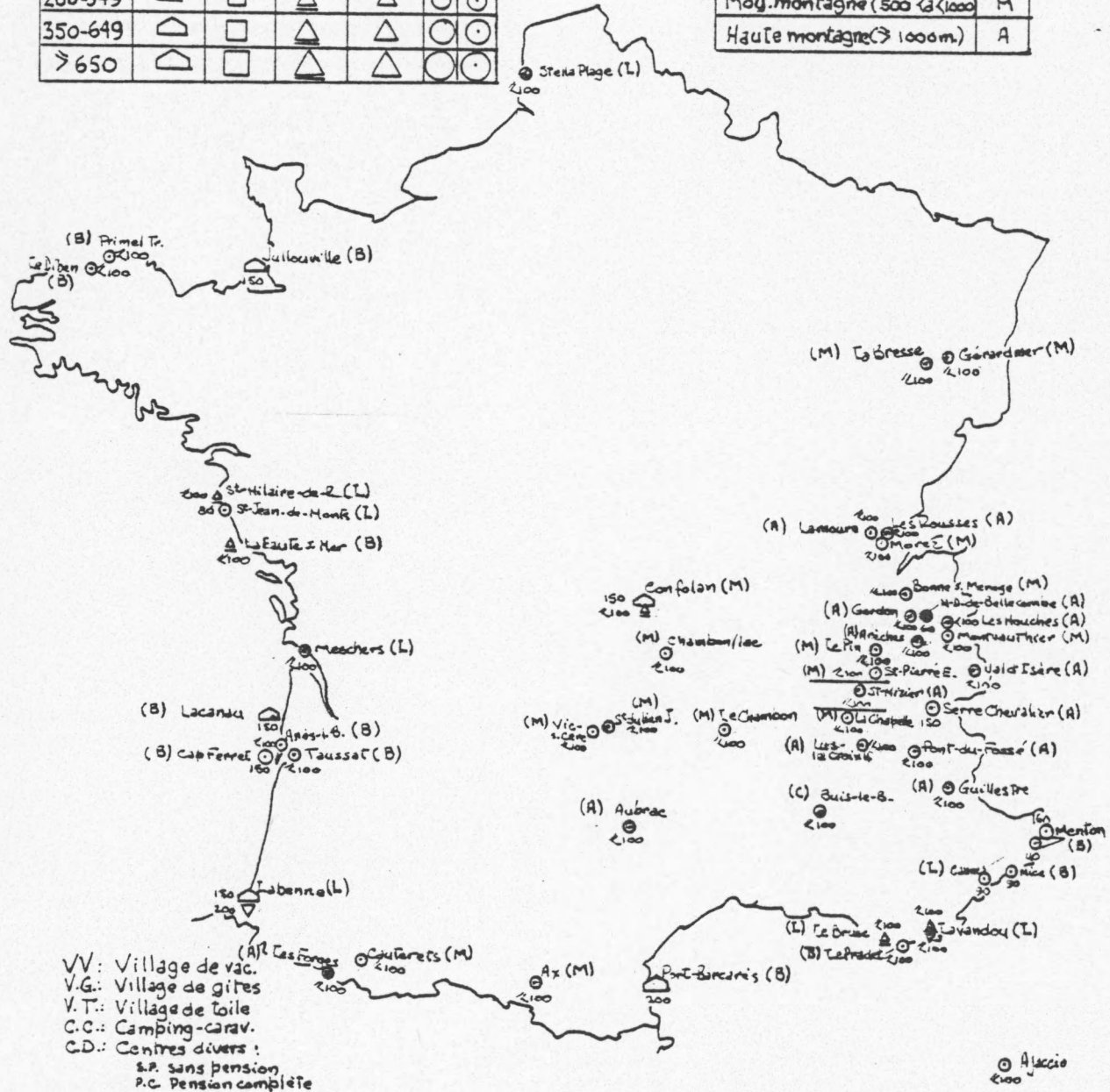
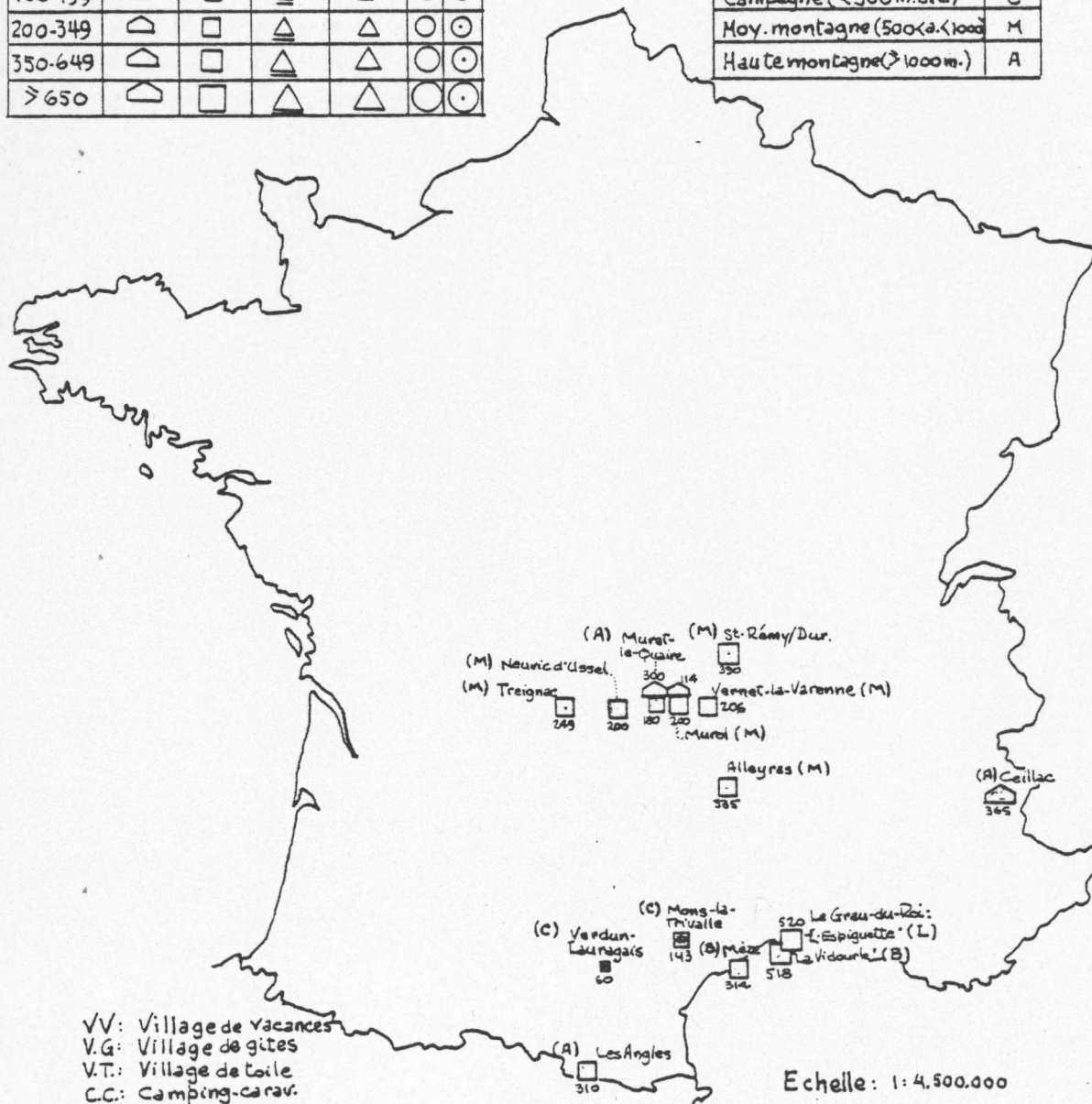


Fig. 3

LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES DE VAC.-PROMOTION 1976

Capacité	TYPES D'HÉBERGEMENT					
	VV	VG	VT	CC	C.D.	
40-99	△	◻	△	△	○	○
100-199	△	◻	△	△	○	○
200-349	△	◻	△	△	○	○
350-649	△	◻	△	△	○	○
≥ 650	△	◻	△	△	○	○

ZONES D'IMPLANTATION	
Bord de mer (<500m.)	B
Littoral (500m < d < 20km)	L
Campagne (<500m. alt.)	C
Moy. montagne (500 < a. < 1000)	M
Haute montagne (> 1000m.)	A



VV: Village de vacances
 VG: Village de gîtes
 VT: Village de toile
 CC: Camping-carav.
 C.D.: Centres divers:
 s.p. Sans pension
 p.c. Pension complète

Echelle: 1:4.500.000

Fig. 4

LOCALISATION DES CENTRES DE VACANCES FAMILIALES DE V.L.F.

Capacité nbre lits	TYPES D'HÉBERGEMENT					CD	
	VV	VG	VT	CC	S.P.	P.C.	
40-99	△	□	▲	△	○	⊙	
100-199	△	□	▲	△	○	⊙	
200-349	△	□	▲	△	○	⊙	
350-649	△	□	▲	△	○	⊙	
>650	△	□	▲	△	○	⊙	

1976

ZONES D'IMPLANTATION	
Bord de mer (<500m)	B
Littoral (500m < d < 20km)	L
Campagne (<500 m alt.)	C
Moy. montagne (500m < d < 1000)	M
Haute montagne (>1000m)	A

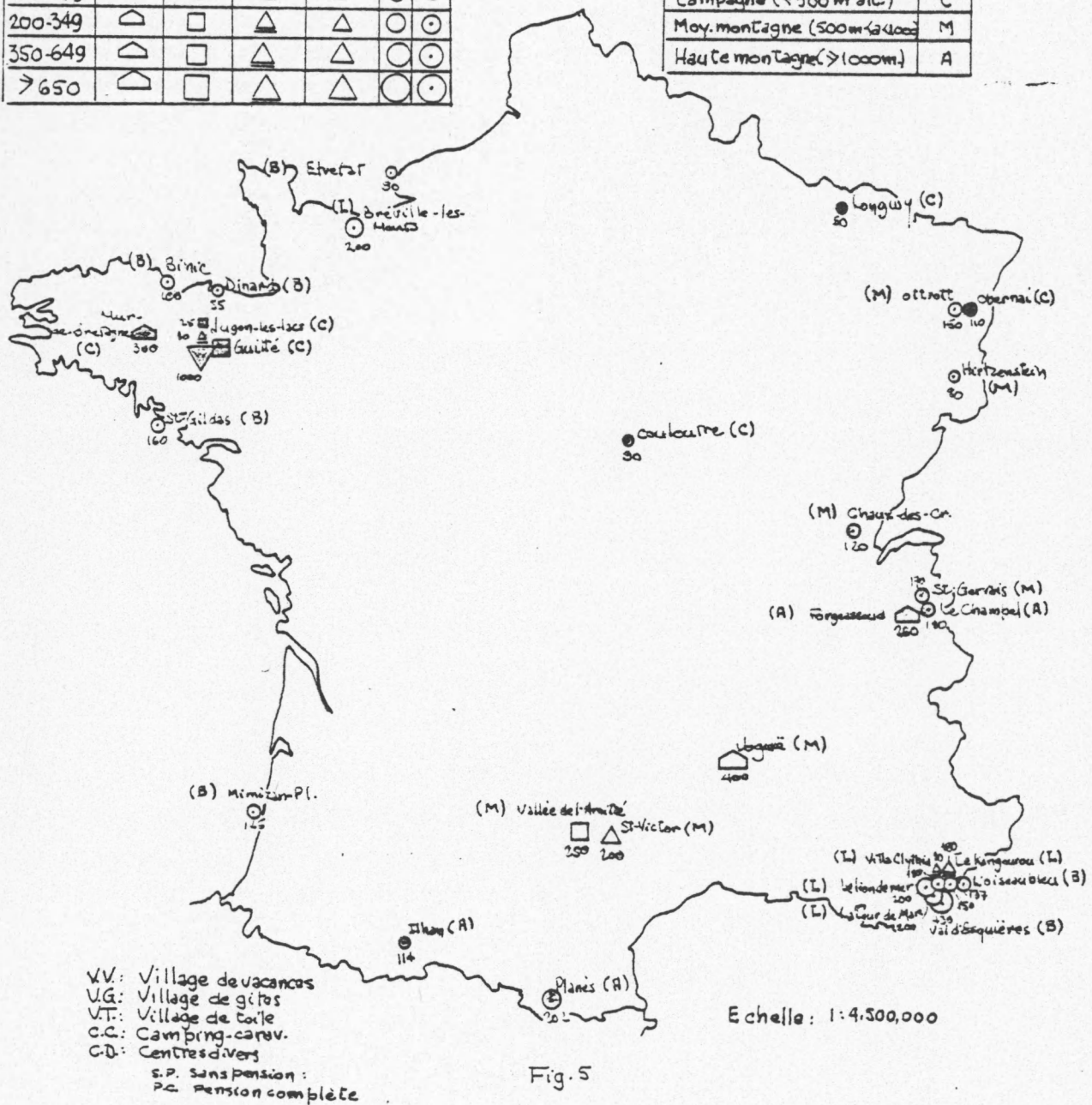


Fig. 5

ANNEXE I

QUESTIONNAIRE SOUMIS AUX ORGANISMES
DE TOURISME FAMILIAL

1. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1.1 Grands groupes d'organismes:

- 1.11 Usager.
- 1.12 Gestionnaire.
- 1.13 Technicien.
- 1.14 Animateur-formateur.
- 1.15 a) Coordonnateur d'équipements b) d'investissements
- 1.16 a) Investisseur b) subventionneur

/54

1.2 Identification de l'organisme

1.3 Service, Commission, Comité, Association représentée par le répondant (s'il y a lieu) * situation dans l'organigramme et nom du répondant *.

1.4 Situation géographique de l'organisme (siège social)

- 1.41 Région de Paris
- 1.42 Bassin parisien (Champagne, Picardie, Hte Normandie, Centre)
- 1.43 Nord
- 1.44 Est (Lorraine, Alsace, Franche-Comté)
- 1.45 Ouest (Basse-Normandie, Pays de Loire, Bretagne)
- 1.46 1.47 Massif Central et Sud-Ouest (Limousin; Auvergne, Poitou-Charente, Aquitaine, Midi-Pyrénées)
- 1.48 Sud-Est (Bourgogne, Rhône, Alpes)
- 1.49 Méditerranée (Languedoc, Provence, Côte d'Azur, Corse)

1.5 Taille de l'organisme

- 1.51 Nombre de travailleurs, d'associations ou de membres au nom desquels parle le répondant.
- 1.52 Capacité d'accueil globale (nombre de lits)

1.6 Statut juridique de l'organisme (public ou privé, à but lucratif ou non)

1.7 Secteur prédominant d'activité sociale de l'organisme

- 1.74 Tourisme familial
- 1.75 Action culturelle générale
- 1.76 Revendications diverses

Préciser
.
.

1.8 Appartenance sociale des membres (en %)

- 1.81 Patrons d'entreprises
- 1.82 Cadres, Hauts-fonctionnaires
- 1.83 Salariés exécutants
- 1.84 Ouvriers
- 1.85 Petite-bourgeoisie commerçante, artisanale et professionnelle

1.9 Date de création de l'organisme et par qui ?

Autres activités de l'organisme liées au Tourisme Social.

2. LOCALISATION DES AMENAGEMENTS

/ 55

2.1 Localisation ponctuelle des centres de vacances, sur carte.

2.2 Capacité et nombre de centres selon les zones.

Zones	No. de centres	%	Capacité en lits	%
* Bord de mer (<500 m)				
* Littoral (500 m < d < 20 km)				
* Campagne (0 < d < 500 m. alt.)				
* Moy. montagne (500-1000 m)				
* Altitude (>1000 m)				
Total				

2.3 Capacité et nombre d'unités d'équipements selon les types.

Types	No. d'équip.	%	Capacité en lits	%
* VV (vill.vac. p.c.)				
* VT (vill.toile.p.c.)				
* CD (centres divers)				
* VG (vill. de gîtes)				
* CC (camp- carav.)				
Total				

2.4 Principaux facteurs de localisation des centres (d'après la liste ci-dessous et par ordre décroissant d'importance)

- 1- Pré-existence d'un équipement adapté au centre projeté (maison, hôtel, etc.)
- 2- Moindres difficultés d'acquisition foncière
- 3- Proximité des grands centres émetteurs (métropoles régionales)
- 4- Aide financière des pouvoirs publics ou des organismes subventionneurs pour achat, viabilisation du terrain ou caution à l'emprunt.
- 5- Infrastructures existantes, dans le cadre de " missions d'aménagement".
- 6- Initiative locale (municipale ou des collectivités locales).
- 7- Facilité générale d'accès (route ou rail, air ou mer).
- 8- Proximité d'un " pays touristique " pittoresque et/ou animé.
- 9- Proximité de services et commerces.
- 10- Eléments favorables du site (topographie, sols, végétation, climat, neige, sable, forêt, verdure....).
- 11- Autres..... Ex: exploitation des 2 saisons.

2.5 Eléments de localisation des centres, mentionnés ou non plus haut, jugés préjudiciables à la bonne marche des opérations et à la poursuite des objectifs.

Ordre	Eléments de localisation
1	
2	

3. PROBLEMES FONCIERS

/ 56

3.1 Le terrain: quel mode de prise en gestion des terrains est privilégié par l'organisme et pourquoi ?

- 3.11 Achat pour les centres
- 3.12 Bail à long; terme (33, 66 ou 99 ans)
- 3.13 Convention de concession.

Raisons:

3.2 Le terrain: à qui appartenait généralement les terrains occupés présentement par les différents types de centres de l'organisme ?

- 3.21 Propriété d'Etat
- 3.22 Propriété de paysans
- 3.23 Propriété d'industriels ou commerçants
- 3.24 Propriété de spéculateurs
- 3.25 Propriété de municipalités
- 3.26 Propriété de comités d'entreprise

3.3 Spéculation foncière: a-t-elle causé des problèmes d'appropriation ? Si oui, lesquels ?

3.4 Solutions envisagées au problème foncier ?

4. FINANCEMENT OU GESTION

4.1 Ventilation du budget d'un centre-type relevant de l'organisme (en %)

Centre de vacances	Coût de l'entretien	Remboursement des emprunts	Rémunér. personnel	Frais de nourriture	Fournitures extérieures

4.2 Provenance des sources de financement des centres relevant de l'organisme (en %)

Centre de vacances	Etat (préciser tutelle)	CNAF	Associé souscripteur (1)	Organismes financiers sociaux (2)

5. DEFINITION DES " PROGRAMMES "
(conception et réalisation des centres)

/57

5.1 Existence ou non de services techniques propres à l'organisme, ayant pour rôle de définir les programmes ?

5.2 Si oui, composition du dit service.

5.3 Si non, qui patronne ces programmes ?

5.31 L'organisme lui-même ?

5.32 L'organisme fédérateur ?

5.33 Un organisme extérieur (assistant financier, cautionneur d'emprunts) ?

5.4 Comment percevez-vous la solution CECOREL: confrontation permanente entre usagers, gestionnaires et techniciens ?

5.5 Quelle intégration concrète des collectivités locales aux projets est-prévu par le programme ?

6. PARTICIPATION-ANIMATION

6.1 Statistiques de l'emploi dans votre organisme (1976)

* Elus permanents:	
* Personnel régulier: (secr., techniciens, etc.)	
* Personnel saisonnier: (animateurs surtout)	
* Bénévoles ou militants: (non payés)	
Total permanents:	
Total saisonniers:	

6.2 Votre organisme admet-il la dispartition irréversible du militantisme-bénévolat au niveau du personnel d'animation surtout ?

6.3 Votre organisme soutient-il la " participation " des adhérents pour l'animation ? Raisons:

6.4 Votre organisme s'orienté-t--il du côté des " commissions "(1) coordonnées par le conseil de gestion ou l'exécutif (ou le bureau) ?

(1) pour régler des problèmes financiers, techniques ou culturels ?

- 6.5 Quelle participation réelle à la gestion des centres accorderez-vous aux /58
permanents (professionnels, techniciens, salariés, surtout ceux des
grands centres) ?
- 6.6 Quelles solutions l'organise propose-t-il à la crise du bénévolat ?
- 6.61 Pension gratuite à des familles acceptant des responsabilités de gestion des centres.
 - 6.62 Pension gratuite ou salaire à des personnes-éducateurs du troisième âge.
 - 6.63 Emploi d'étudiants payés à salaire minimum (ou moins) + pension complète au centre.
 - 6.64 Autres.
- 6.7 L'organisme s'orienterait-il volontiers distinguer si nécessaire la base et la direction) vers:
- 6.71 La réduction de la taille des centres ?
 - 6.72 L'implantation de réseaux d'auberges de vacances, de taille variable, disséminées dans tout le pays, ouvertes toute l'année et à tout le monde, sans discrimination aucune (âge, profess; nationalité) sans conditions uniformisantes de séjour (repas, durée).
 - 6.73 La formule de l'autogestion en quelques centres (conseils de villages, auto-animation, etc.)
 - 6.74 La formule d'autogestion pour l'organisme même ?
 - 6.75 Une animation culturelle qui conduise progressivement à l'auto-animation, à l'éco-animation ?
 - 6.76 A la distribution de chèques de vacances sans obligation à des vacances collectives.
 - 6.77 A la multi-affectation prônée par CECOREL.

MERCI

ANNEXE 2

LISTE DES ASSOCIATIONS ET ORGANISMES MENTIONNES DANS LE TEXTE, SELON LEUR SIGLE OU ABREVIATION PAR ORDRE ALPHABETIQUE (entre parenthèses, la nationalité).

- A.T.C.: Association touristique des Cheminots (F)
- C.A.F.: Caisse d'allocations familiales (F)
- C.C.A.S./I.E.G.: Caisse centrale d'activités sociales des industries électriques et gazières (F)
- C.C.E./AF: Comité central d'entreprise d'Air-France (F)
- C.E./RNUR: Comité d'entreprise de la Régie nationale des usines Renault (F)
- C.L.T.C.: Centre laïque de tourisme culturel (F) (Ligue de l'Enseignement)
- C.N.L.: Comité national des loisirs (F)
- F.M.F.V.: Fédération des maisons familiales de vacances
- L.-Vac.: Loisirs-Vacances (B)
- L.V.T.: Loisirs-Vacances-Tourisme (F)
- M.E.J.: Maison européenne de la Jeunesse (Fédération Léo Lagrange) (F)
- O.C.C.A.J.-TP.: Organisation centrale des camps et activités de Jeunesse et du Tourisme populaire (F)
- REKA: Caisse suisse de voyage (S)
- REN: Renouveau (F)
- T. et T.: Tourisme et Travail (F)
- Vac. P.: Vacances-Promotion (F)
- Vac. PTT: Vacances PTT (postes, Télégrammes, Téléphone) (F)
- VAL.: Vacances-Auvergne-Limousin (F)
- VLF: Vacances-Loisirs-Familles (F)
- VVF: Villages-Vacances-Familles (F)

CAPACITE D'HEBERGEMENT DES CENTRES DE VACANCES ANALYSES, SELON LES TYPES
D'EQUIPEMENTS ET LES ZONES D'IMPLANTATION.
1976

CE/RNUR

Zones	No de centre	%	Capacité	%	Types	No d'équip	%	Capacité	%
Bord de mer B	2	20,0	715	21,4	VV	1	5,0	200	6,0
Littoral L	4	40,0	1707	51,1	VT	8	40,0	2131	63,8
Campagne C	2	20,0	719	21,5	CD	2	10,0	299	10,0
Moy. mont. M	-	-	-	-	VG	-	-	-	-
Altitude A	2	20,0	198	6,0	CC	8	40,0	609	18,2
TOTAL:	10	100,0	3339	100,0		19	100,0	3 39	100,0

CLTC

Zones	No de centre	%	Capacité	%	Types	No d'équip	%	Capacité	%
Bord de mer B	13	25,0	1420	27,3	VV	5	9,1	800	15,8
Littoral L	9	17,2	1080	21,2	VT	5	9,1	400	7,8
Campagne C	1	2,0	80	1,5	CD	43	78,2	3640	71,3
Moy. mont. M	15	28,8	1350	26,5	VG	-	-	-	-
Altitude A	14	27,0	1170	23,0	CC	2	3,5	260	5,1
TOTAL:	52	100,0	5100	100,0		55	100,0	5100	100,0

VAC.-PROM.

Zones	No de centre	%	Capacité	%	Types	No d'équip	%	Capacité	%
Bord de mer B	2	14,3	832	18,9	VV	3	18,8	779	17,7
Littoral L	1	7,1	520	11,8	VT	-	-	-	-
Campagne C	2	14,3	203	4,6	CD	-	-	-	-
Moy. mont. M	6	42,9	1694	38,5	VG	13	81,2	3625	82,3
Altitude A	3	21,4	1155	26,2	CC	-	-	-	-
TOTAL:	14	100,0	4404	100,0		16	100,0	4404	100,0

VLF

Zones	No de centre	%	Capacité	%	Types	No d'équip	%	Capacité	%
Bord de mer B	7	24,1	1097	17,5	VV	3	9,1	960	15,3
Littoral L	5	17,2	1190	19,0	VT	3	9,1	340	5,4
Campagne C	6	20,8	1855	29,6	CD	22	66,6	3293	52,5
Moy. mont. M	7	24,1	1370	21,8	VG	3	9,1	475	7,6
Altitude A	4	13,8	756	12,1	CC	2	6,1	1200	19,2
TOTAL:	29	100,0	6268	100,0		33	100,0	6268	100,0

BIBLIOGRAPHIE

- 1- BARETJE, René, Dix années de réalisations VVF (1959-69) (avec une équipe d'étudiants au Centre d'Etudes du Tourisme) 59 pages + annexes, Aix, 1969.
- 2- BOYER, Marc, Le Tourisme, Peuple et Culture, 261 pages, Editions du Seuil, Paris, 1972, (Voir les chapitres 8 et 10 en particulier).
- 3- CHAMPENOIS, Michèle, "Les vacanciers sont-ils des intrus?", Le Monde du Tourisme et des Loisirs, Le MONDE, 12 fév. 1977, p. 13.
- 4- C.H.E.T. (Equipe du) Aspects du Tourisme d'Aix-en-Provence, Revue Economie et Humanisme no 226. (Répercussions économiques et culturelles du tourisme en régions sous-développées du milieu rural et du Tiers-Monde.
- 5- COMMISSARIAT GENERAL AU PLAN, Tourisme et Loisirs. Préparation du 7ième plan. La Documentation française, 102 pages, Paris, 1976 (Voir notamment le chapitre 4: Action sur l'espace).
- 6- DEFERT, Pierre, Eléments généraux de localisation touristique. Les cahiers du Tourisme. Série C, no 13, CET, Aix-en-Provence, 48 pages, 1969.
- 7- DEFERT, Pierre, Le Tourisme: Réflexion et mise-en-oeuvre. Recherche sociale no 48, oct-déc. 1973, 80 pages, Paris (Voir les chapitres 1 2 et 8 en particulier).
- 8- DEFERT, Pierre, La localisation touristique problèmes théoriques et pratiques. Publication no 7 de l'AIEST (Association internationale des Experts scientifiques du tourisme) Edit. Gurten, 143 pages, Berne, 1966.

- 9- DOUTRELANT, Pierre-Marie et FOHR, Anne, Vacances: la revanche de la campagne. Le Nouvel observateur, no 660, du 4 au 10 juillet 1977, p. 36 à 39.
- 10- GAUDRIAULT, M-Cl., Les villages de vacances. Secrétariat d'Etat au Tourisme, 133 pages + annexes, Paris, 1975.
- 11- GUIGNAND, André, La place du tourisme social dans l'aménagement touristique. Dynamique et contraintes du Tourisme social, nos 14-15 de la Revue CONFRONTER, p. 33-42 sept-nov. 1972.
- 12- HAULOT, Arthur, Tourisme et environnement, la recherche d'un équilibre. Marabout Monde Moderne, 411 p. Verviers, 1974.
- 13- IFOREP, L'étude du milieu. Pour connaître un quartier, un village, une région... Les cahiers de l'IFOREP (Institut de Formation, de Recherche et Promotion) no 5, 102 pages, Bures-Morainvilliers, 1976.
- 14- IFOREP, Spécial étude du milieu: La Bretagne (non publié) 136 pages. Bures-Morainvilliers 1977 (Voir de façon plus particulière la troisième partie, p. 128-136).
- 15- IFOREP, Tourisme et milieu (article non publié) par Michel Lautissier, Bures-Morainvilliers, 1977.
- 16- LAINÉ, Pierre, Loisirs de masse et équipements nouveaux. Les Cahiers du Tourisme. Série C, no 16, 61 pages + annexes, CET, Université d'Aix-en-Provence. 1977.
- 17- PORTE, Guy, "La Côte d'Azur est-elle une citadelle", Le Monde du Tourisme et des Loisirs, Le MONDE, 21 mai 1977, p. 13.

- 18- POUBEL, Maxime, Insertion des équipements touristiques dans l'espace rural. Communication au 24ième Congrès de l'AIEST, 9/14 sept. 1974, vol. 15, p. 64, Berne. Thème du congrès: "Tourisme en espace concerté: tourisme en espace rural: opposition ou complémentarité"? Autres exposés intéressants dans cette publication
- 19- RAYNOUARD, Y, Tourisme social: Etat d'urgence. Elisabeth Danger, Coll. Téma Action, Téma-Editions, 143 pages, Paris, 1974.
- 20- SAMSON, Marcel, Les villages de vacances de type social, Les cahiers du Tourisme, Série A, no 18, 50 pages, CET, Université d'Aix-en-Provence, 1974 (Voir ch. 4: choix d'un lieu d'implantation).
- 21- SIMEONI, Edmond, "Nous ne sommes pas le Tiers-Monde," Le Monde du Tourisme et des Loisirs, Le MONDE, 7 mai 1977, p. 19.
- 22- TOURISME ET TRAVAIL, "Enquête sur les besoins de vacances et de loisirs", et Secrétariat Général au Tourisme, réalisée par la CEGI, Paris, 1976.