



PREMIER MINISTRE



Paris, le 26 juillet 2011

Présentation de la Note d'analyse

« Les vacances des Français :
favoriser le départ du plus grand nombre »

Mardi 26 juillet 2011

par Vincent Chriqui,
Directeur général du Centre d'analyse stratégique

Seul le prononcé fait foi

Introduction

- Comme vous le savez, cet été, à l'image des précédents, **près d'un Français sur deux ne partira pas en vacances**. C'est notamment ce constat qui a poussé le Centre d'analyse stratégique à s'intéresser aux politiques d'accès aux vacances en France.
- Mais qu'entendons-nous par « vacances » ? Nous avons retenu la définition de l'Organisation mondiale du tourisme qui stipule que **les vacances sont les déplacements d'agrément d'au moins quatre nuits consécutives**.
- En France, la thématique des vacances bénéficie ces dernières décennies d'un intérêt politique accru. La loi de 1998 relative à la lutte contre l'exclusion inscrit même ces dernières

comme « **un objectif national** ». Cela peut prêter à sourire de prime abord, avec à l'esprit « l'art de vivre à la française » internationalement reconnu, mais la thématique des vacances est **un vrai enjeu de politique sociale**.

- En effet, les bénéfices escomptés d'une politique facilitant le départ sont multiples tant sur le plan du **bien-être**, qu'en matière d'**autonomisation**, de **lien social**, de **soutien à la parentalité** ou de **lutte contre l'exclusion**. Je citerai un chiffre évocateur : à niveau de vie équivalent, la propension à être satisfait de son cadre de vie quotidien augmente de 30 % lorsque l'on est parti en vacances lors de l'année écoulée.

- De plus, l'aide aux vacances s'inscrit plus généralement dans la politique de soutien au pouvoir d'achat et au secteur du tourisme.

- Dès lors, nos travaux nous ont amenés à nous interroger sur plusieurs points : quels sont les freins au départ que l'on peut identifier ? Comment optimiser et coordonner les aides financières existantes ? Au-delà des soutiens budgétaires, quelles actions restent à entreprendre pour **favoriser l'accès aux vacances du plus grand nombre** ?

1 - Je débute par quelques données relatives aux vacances des Français

- La première question que l'on peut se poser spontanément est de savoir si les Français partent en plus forte proportion en vacances chaque année. Pour ce, on dispose de plusieurs enquêtes et sondages dont les résultats diffèrent sensiblement mais permettent de constater de grandes tendances.

- Premier constat, d'après l'INSEE, partir en vacances est devenu **le comportement majoritaire depuis 1974**. Le taux de départ des Français a connu une forte augmentation durant quatre décennies, passant de 43 % en 1964 à 64% en 2004, sous l'effet de l'évolution de la législation du travail, des aspirations des Français, des aides dispensées ou encore du développement d'offres meilleur marché.
- **Comparativement aux autres Européens**, les Français sont partis en 2010 en plus forte proportion que la moyenne (56 %), les habitants des pays d'Europe du Nord étant les plus adeptes des vacances (75 % des Danois).
- Les pratiques évoluent vers **un fractionnement des départs** : les Français qui partent en vacances le font en moyenne **plus fréquemment** qu'auparavant (2,2 fois en 2004 contre 1,7 en 1979) mais **pour des séjours moins longs** (11,8 jours en 2004 contre 17,2 jours en 1979).

- Cependant, la progression du taux de départ en vacances annuel s'est fortement ralentie depuis le milieu des années 1990 et on observe l'atteinte d'un seuil en dessous des 70 %. **Un tiers des Français de plus de 15 ans ne part donc pas chaque année.**

- On constate d'importantes variations en fonction du diplôme, du revenu, de l'âge et du lieu de résidence.

- Par exemple, **le fait de gagner moins de 1 500 euros par mois diminue par 2,2 fois** la probabilité de partir **comparativement aux revenus supérieurs à 3 000 euros** (35 % contre 78 %).

- Par ailleurs, **les tranches d'âge qui partent le moins sont les 20-24 ans**, car ils vivent souvent une période de transition professionnelle et familiale, **et les plus de 70 ans**, essentiellement en raison de problèmes de santé. Quant aux enfants, ils sont 28 % à ne pas partir, leur non-départ étant fortement corrélé à la situation socio-économique de leur famille.

- Les motifs pour expliquer les non-départs sont multiples.

- Les raisons financières étaient sans surprise les premières évoquées par 37 % des Français en 2010 d'après l'Eurobaromètre, contre 41 % des Européens (de 16 % en Belgique à 68 % en Hongrie).
- Au-delà des freins financiers, une enquête réalisée par BVA en 2009 identifiait cinq autres types de raisons au non-départ : pour **causes personnelles**, c'est-à-dire de santé et familiales (notamment afin de veiller un parent malade) ; par **choix délibéré** ; du fait de **l'isolement social** ; pour **contraintes professionnelles** et enfin pour **motifs organisationnels**.

- Agir pour l'accès aux vacances du plus grand nombre invite donc à agir en premier lieu sur les freins financiers. Cependant, **cet objectif de solvabilisation des particuliers ne constitue qu'une partie de la réponse** et, comme je vous l'expliquerai par la suite, il convient aussi de répondre aux besoins spécifiques de certains publics.

2 - Je commencerai par évoquer les politiques visant à lever les freins financiers

- Comme vous le savez, **les principales aides financières aux départs en vacances en France sont les chèques-vacances** qui sont exclusivement émis par l'Agence nationale pour les chèques-vacances, ou ANCV. En 2010, **3,4 millions de personnes en ont bénéficié**, pour un montant s'élevant à **1,3 milliard d'euros** et environ 90 % des chèques ont été attribués sous conditions de ressources (revenu fiscal de référence, quotient familial).

- Si le succès de la formule des chèques-vacances est incontestable, **ce dispositif appelle trois séries de questions**.

- La première tient à sa **diffusion dans les entreprises ne disposant pas de comité d'entreprise**. Le nouveau régime du chèque-vacances dans les entreprises de moins de 50 salariés, adopté en 2009, a précisément vocation à en assurer l'essor grâce à la réduction des formalités à la charge de l'employeur et à la suppression de la notion de revenu fiscal de référence pour en bénéficier.
- La deuxième problématique renvoie au **fléchage des dépenses**. En effet, certains recommandent d'orienter l'usage des chèques vers les différents postes dans le but d'éviter les effets de « saupoudrage ». Cependant, **une telle évolution semble contraire à l'esprit de ces chéquiers, dont la grande souplesse d'utilisation constitue une condition de leur appropriation par les particuliers**.
- Enfin, le troisième type d'enjeu est celui de **la clarification et valorisation de la politique sociale de l'ANCV**. L'Agence consacre l'intégralité des excédents de gestion des

chèques-vacances au financement de programmes d'action sociale. En 2010, elle a ainsi engagé 20 millions d'euros pour soutenir le départ en vacances de 175 000 personnes.

Nous proposons alors que cette **politique sociale menée par l'ANCV**, fasse l'objet d'une **explicitation dans ses objectifs et ses moyens grâce à une convention la liant à l'État** (en termes de nombre de personnes soutenues, de conditions d'accès aux aides, de zones géographiques prioritaires...). Cette feuille de route gagnerait à **associer le ministère des Solidarités et de la Cohésion sociale**, qui est partie prenante à la négociation de la convention d'objectifs de la CNAF, contenant elle-même une dimension relative aux vacances.

- Si l'ANCV est un acteur incontournable du champ des vacances au niveau national, de **nombreux autres acteurs** de terrain et institutionnels agissent **au niveau territorial**. Le **maillage** est ainsi assuré par **les associations, les CE, les professionnels du secteur du tourisme, les CAF et les collectivités territoriales**.

- Cette diversité de sources de financements et d'offres d'accompagnement présente des **atouts** : elle favorise **la diversité des initiatives, la prise en charge de problématiques propres à certains publics ou territoires, et elle multiplie les points d'accès aux aides**.

- Mais elle présente inévitablement un certain nombre de **limites en termes d'accès à l'information et à l'ensemble des droits disponibles**. En outre, elle est **source d'hétérogénéité des critères et des calendriers** d'attribution des aides et elle peut **limiter la mise en place de réponses cohérentes au niveau territorial**.

Notre deuxième proposition est alors d'améliorer l'offre de services en termes d'aides et d'accompagnement grâce à une **meilleure coordination des acteurs**. Cette coordination pourrait prendre une **forme plus ou moins intégrée** :

- **communication commune** sur l'ensemble des aides disponibles, offres d'accompagnement et points d'accès ;
- **fonds de financement** sous forme de « pot commun » entre partenaires ;
- **commission de concertation** afin d'établir des schémas de développement.

- Enfin, **l'optimisation des dispositifs** de soutien aux vacances impose à notre sens d'engager une réflexion sur le devenir du parc immobilier du tourisme social. Ce dernier offre aujourd'hui plus de 256 000 lits à des tarifs fonction des revenus. Cependant, face aux effets d'usure mais aussi à l'évolution des standards de qualité, les structures répondent de moins en moins aux attentes de leurs clients. Afin de répondre aux besoins de rénovation, un fonds Tourisme social investissement a été constitué en 2011, alimenté par la Caisse des dépôts et l'ANCV. Reste que certains établissements, même rénovés, ne parviendront pas à accroître suffisamment leur clientèle du fait de la concurrence à laquelle ils sont confrontés.

Nous proposons alors d'établir **une cartographie de ces structures** ainsi qu'une **campagne de communication** afin de faire face au **déficit d'image** dont souffre le tourisme associatif. Par ailleurs, il conviendrait d'engager une réflexion sur le devenir de ces structures en veillant à maintenir les objectifs sociaux : différenciation tarifaire selon les revenus, accueil des publics en difficulté et mixité sociale.

3 - Je souhaiterais insister maintenant sur la nécessité de penser l'évolution de l'offre elle-même pour certains publics aux besoins spécifiques. Nous nous sommes consacrés plus particulièrement à cinq de ces publics.

a) Premièrement, les personnes étant rarement, voire jamais, parties en vacances

- Il faut savoir que **près de 3,5 millions d'adultes déclarent aujourd'hui n'être pas parties en vacances depuis au moins cinq ans**, voire jamais de leur vie. Ce public doit être une **cible prioritaire** des politiques sociales.

- Ces personnes peuvent éprouver une **forte anxiété, voire une réticence**, à la perspective de partir. Les freins sont dès lors tant financiers que psychologiques et ce n'est que lorsqu'ils sont finement identifiés que des réponses peuvent être proposées. Dans cette perspective, **une démarche de projet** qui met la personne au cœur du dispositif, permet de mieux appréhender ses contraintes et ses souhaits.

- Elle peut en outre fournir l'occasion d'un premier travail d'action social, pouvant se prolonger par la suite. En effet, les vacances peuvent **contribuer à atteindre les objectifs associés à la mission d'action sociale** : l'intégration, la lutte contre l'exclusion, la prise d'autonomie.

Nous proposons alors de **fixer un objectif national ambitieux de premier départ invitant à mobiliser en ce sens les aides disponibles.**

b) Le deuxième public qui nous semble prioritaire est celui des jeunes

- Comme vous le savez, le départ en vacances des jeunes adultes est un **objectif majeur tant en termes de bien-être, que d'autonomisation, d'éducation populaire et de citoyenneté.**

- Les collectivités territoriales, les CAF et les associations s'impliquent dans un grand nombre de projets. Par exemple, **le programme « Sac ados »** mis en place par l'association Vacances ouvertes a permis en 2010 à plus de 4 700 jeunes âgés de 16 à 25 ans de vivre une première expérience de vacances en toute indépendance. Le concept est de fournir aux jeunes porteurs d'un projet de vacances un service clé en main matérialisé par un sac « ados » contenant des chèques-vacances, une carte de France, une trousse à pharmacie... Fort de son succès, le programme connaît une déclinaison pour les séjours sur le sol européen.

- D'autres **dispositifs permettent de partir à l'étranger**, à l'instar du « Programme jeunesse en action » institué par l'Union européenne avec un double objectif : **favoriser la mobilité des jeunes, développer le sentiment d'appartenance à un collectif européen.** Grâce à ce programme, des projets individuels ou collectifs sont financés et plus de 2400 Français ont ainsi pu partir dans un pays étranger en 2010.

Nous proposons alors de **développer ce type de programmes pour s'assurer que tous les jeunes Français soient partis au moins une fois au sein de l'Union européenne avant leurs 20 ans.**

c) Le troisième public cible est celui des personnes en situation de handicap.

- Pour celles-ci, **l'impératif premier est d'assurer l'accessibilité des lieux de villégiature**. Ces dernières années, une offre spécialisée se développe, notamment sous l'impulsion de la création du **label « Tourisme et Handicap »** en 2001 par le ministère du Tourisme. Ce label d'État permet d'identifier à ce jour les 4 500 structures qui garantissent un accueil et des prestations adaptées aux besoins des personnes en situation de handicap. **La loi sur l'accessibilité**, qui entrera en vigueur en 2015, poursuivra le même objectif.

- **Indépendamment des structures marchandes, d'autres systèmes se développent** grâce à l'Internet, à l'image des **échanges de maisons et d'appartements entre particuliers**. Divers sites facilitent ainsi les prises de contact, et certains sont dédiés aux échanges entre des personnes partageant les mêmes contraintes.

- **Dans le champ du handicap, ce type de dispositif est particulièrement intéressant**. Ainsi, le Groupement pour l'insertion des personnes handicapées d'Aquitaine (GIHP) vient de développer un site Internet innovant d'Échange de logements et de services accessibles (ELSA), qui est encore trop peu connu. **Le premier échange entre une famille bretonne et une famille Danoise a lieu actuellement**.

Nous proposons alors de **promouvoir et fluidifier ce système d'échange de logements adaptés en labellisant les sites Internet dédié**, proposant notamment des services d'aide et de conseils (guide, rubriques FAQ, ligne téléphonique dédiée, appui en cas de litiges).

d) Enfin, les deux derniers publics cibles sont les seniors et les aidants familiaux

- Proposer des séjours adaptés aux seniors est important à plusieurs titres. L'enjeu est, d'une part, économique, car ce public peut permettre de prolonger la saison touristique. Mais l'objectif visé peut être aussi **social**, avec **la lutte contre l'isolement des personnes âgées, l'amélioration de leur santé et leur qualité de vie** ou encore le développement des liens intergénérationnels lorsqu'ils prennent en charge leurs petits-enfants durant les vacances.

- En Espagne, l'importance des séjours destinés aux seniors a été prise en compte dès 1985 avec le lancement du programme IMSERSO. Ce dernier a profité à 1,2 million de personnes âgées en 2010. Cette réussite a incité la France à développer en 2004 un programme similaire, nommé **« Seniors vacances »**. Ce dispositif consiste en des séjours tout au long de l'année, hormis juillet/août, proposés à tarif préférentiel aux plus de 60 ans.

- Par ailleurs, « Seniors vacances » a développé des **séjours de répit réservés aux aidants familiaux**. Dans le même objectif, certaines associations proposent **le soutien d'« accueillants familiaux »** recevant chez eux les personnes dépendantes, ou au contraire l'intervention d'un professionnel à domicile, sur le modèle du dispositif québécois du « baluchonnage ». Enfin, d'autres initiatives donnent aux familles l'occasion de partir ensemble, comme celle de France Alzheimer qui propose un catalogue de vacances à cet effet.

Trop souvent, **les débats sur le répit des aidants se restreignent au besoin de souffler au quotidien ou sur de courtes périodes.** Or l'accès aux vacances est un enjeu fondamental pour ce public exposé à de nombreuses tensions. **Notre dernière proposition est dès lors de garantir aux aidants familiaux la possibilité d'un départ annuel en vacances comme modalité du droit au répit.**

4. En conclusion,

Je rappellerai que le soutien au départ en vacances est souvent perçu comme accessoire dans les politiques sociales alors que ses bénéfices potentiels sont multiples. Concrètement, et pour résumer mes propos, cela consisterait à adopter la démarche suivante :

- définir une politique nationale associant ministère du Tourisme et le ministère des Solidarités et de la Cohésion sociale placée sous la responsabilité de l'ANCV et de la CNAF ;
- identifier les publics prioritaires dont je viens de donner une première liste non exhaustive ;
- fixer pour ces derniers des objectifs ambitieux et fédérateurs ;
- mettre en cohérence les moyens (les financements, l'accompagnement, les dispositifs d'hébergement...) pour y parvenir.

Je vous remercie et vous souhaite naturellement de « bonnes vacances ».

• Contact Presse

Centre d'analyse stratégique

Jean-Michel Roullé

Responsable de la communication

Tél. : +33 (0) 1 42 75 61 37

jean-michel.roulle@strategie.gouv.fr