



**L'Unat, c'est quoi ?**

# 1

## Positionnement et histoire

**Notre positionnement**

Notre histoire



# Notre positionnement



## ■ Positionnement

L'UNAT s'engage en faveur d'un tourisme de qualité ouvert à tous, qui soit vecteur de progrès social au service d'une société plus solidaire et durable

## ■ Personnalité

- Responsable
- Engagée
- Fédératrice
- Experte
- Innovante

## ■ Valeurs

- Solidarité
- Diversité
- Accessibilité
- Mixité

## ■ Vision

L'UNAT s'engage pour transformer de façon durable la société, à travers la défense d'un tourisme de qualité accessible à tous et porté par des acteurs de l'économie sociale. Un tourisme qui soit vecteur d'insertion sociale, facteur d'épanouissement individuel et collectif, moteur de l'aménagement et du développement économique, social et environnemental des territoires.

## ■ Mission

Au service d'une mission d'utilité sociale, l'UNAT rassemble, représente et défend les acteurs touristiques à but non lucratif qui s'engagent en faveur du droit aux vacances de qualité pour tous, par la mise en place d'offres accessibles.



# Quelques mots sur l'histoire du tourisme social

## ■ Prenant véritablement son essor après-guerre

Le tourisme social repose sur une idée généreuse et progressiste, le droit aux vacances pour tous.

Issu du monde du travail, le tourisme social s'appuie sur les comités d'entreprise et les partenaires syndicaux pour démocratiser et faciliter le départ en vacances des travailleurs.

## ■ Le mouvement s'élargit pendant les Trente Glorieuses

Fédérant des acteurs d'horizons variés, associatifs, mutualistes, laïques autour de l'idée du droit au tourisme, prolongement naturel du droit au travail et au repos, aux congés payés et aux vacances.

## ■ Avec l'implication de l'État et des Collectivités locales

Qui soutiennent alors par le biais d'aides à la pierre et à la personne, la multiplication de villages de vacances gérés par des acteurs du tourisme social et qui vont permettre à toujours plus de familles de goûter au charme des vacances estivales.

## ■ Puis viennent la crise et le chômage

Qui vont à la fois brouiller la mission du tourisme sociale et son image. Mais aussi l'amener à se repositionner, entre attachement historique à la notion de conquête sociale et nécessaire prise en compte des enjeux de lutte contre l'exclusion.

## ■ Le repositionnement d'un tourisme marchand

Qui s'adapte et propose des offres attractives à tarifs concurrentiels, obligeant le tourisme social à s'interroger sur son évolution. En devant également faire avec un parc d'hébergement vieillissant et une évolution défavorable des dispositifs publics d'aide au départ, qui se recentrent sur de nouvelles populations victimes de la crise et exclues de l'accès aux vacances.

## ■ Le tourisme social aujourd'hui

Est dans l'obligation d'évoluer et d'innover pour prendre en compte l'évolution des attentes et des clientèles, sans perdre ce qui fait sa spécificité. Tout en restant fidèle à ses valeurs pour mieux les conjuguer avec les évolutions sociales.

## ■ Un vecteur durable d'innovation sociale

Mais aussi économique et environnemental, qui vise à transformer de façon durable la société, à travers la défense d'un tourisme de qualité accessible à tous et porté par des acteurs de l'économie sociale.

# 2

## L'Unat en bref

**L'UNAT Centre – Val de Loire, déclinaison régionale de l'Unat**

Portrait régional de la filière

Les principaux combats

Les principaux succès

# L'UNAT Centre – Val de Loire, déclinaison régionale de l'UNAT

## ■ Nos idées fondatrices

Nous nous engageons en faveur d'un idéal qui contribue à créer de la valeur sociale au sein de l'économie de marché.

Nous défendons une vision humaniste et sociale du tourisme.

Nous oeuvrons pour que le plus grand nombre possible d'individus et de familles puissent accéder aux vacances, aux voyages et aux loisirs.

Nous nous consacrons plus particulièrement aux couches de la population qui disposent de ressources limitées.

## ■ Notre forme juridique

Nous sommes une association loi 1901, créée en décembre 1986 et qui inscrit son action dans le cadre d'un projet d'économie solidaire d'utilité sociale, à but non lucratif.

## ■ Notre raison d'être

Nous rassemblons les principaux acteurs à but non lucratif qui s'engagent en faveur d'un tourisme respectueux des hommes et des territoires.

## ■ Notre activité

Nous représentons le secteur du tourisme social et solidaire auprès des pouvoirs publics et partenaires sociaux pour contribuer activement au développement d'une politique sociale des vacances et du tourisme.

## ■ Nos axes prioritaires

- Dynamiser la vie et la cohésion du réseau des adhérents
- Valoriser nos adhérents et la filière
- Affirmer et développer notre rayonnement externe pour peser sur les décisions politiques qui concernent notre filière
- Développer l'accompagnement professionnel de nos adhérents
- Nous positionner sur des dossiers d'envergure départementale ou régionale en lien avec notre projet et nos valeurs

## ■ Ambition

L'UNAT s'engage en faveur d'un tourisme ouvert à tous, qui soit vecteur de progrès social et au service d'une société plus solidaire et durable.

## ■ Nos membres

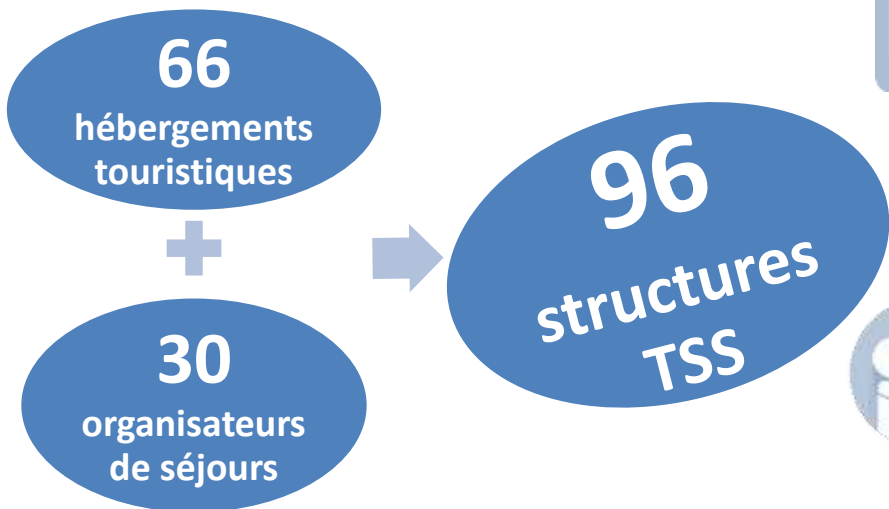
Nous rassemblons 51 structures adhérentes réparties sur 31 structures membres.



- Hébergeurs
- Organisateurs/diffuseurs

# Portrait régional de la filière

(adhérents – non adhérents)



## Place de l'hébergement dans le tourisme régional :

5% des lits marchands de la région  
soit une capacité supérieure aux chambres d'hôtes (+ 1,8 %)

8% de l'emploi touristique de la région



6 500  
Lits touristiques



721 000  
Nuitées touristiques



232 843  
Touristes



2 632 Emplois → 957 ETP  
dont 482 CDI



46 M€  
Chiffre d'affaires  
tourisme

31 M€  
CA additionnel  
issu de l'ESS  
(formation, FJT, portage  
repas à domicile...)

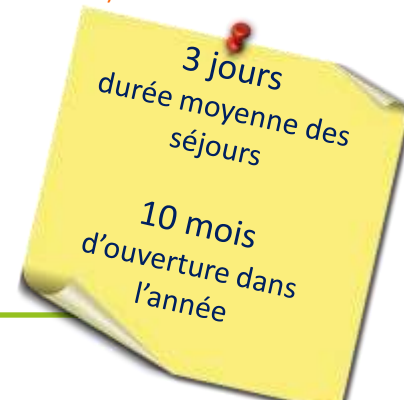
14 M€  
Dépenses des  
vacanciers



12 M€  
d'investissement  
prévus d'ici 2 ans



16  
Structures fiscalisées





# Les principaux combats de l'UNAT

## ■ La reconnaissance de la valeur sociale de vacances accessibles à tous

Un tourisme qui soit facteur de cohésion sociale, vecteur d'enrichissement personnel et collectif, d'ouverture à l'autre et enfin facteur de lutte contre l'exclusion.

## ■ La reconnaissance de l'importance économique du secteur

Partie prenante de l'économie sociale et solidaire, le tourisme sociale contribue de manière tangible au développement économique :

- 27.5 millions de journées vacances
- 4.5 millions de personnes accueillies
- 19 000 ETP
- 1.6 Md€ de chiffre d'affaires
- 205 M€ d'impôts, taxes et charges
- 26 M€ de subvention

## ■ La reconnaissance du rôle social des équipements touristiques

Des équipements qui développent, en dehors de leur mission d'origine d'accueil strictement touristique, des activités périphériques. Ces activités peuvent constituer des réponses à une demande sociale locale, qui ne peut pas toujours être satisfaite par les services de la commune d'implantation.

## ■ La reconnaissance d'un tourisme aménageur des territoires

Ce sont des organismes de tourisme social et de plein air qui furent les premiers à proposer des aménagements pour faciliter la démocratisation et la pratique des activités : sentiers de randonnée pédestre, pistes de ski de fond, pistes cyclables, aménagement des rives le long des cours d'eau, etc.

## ■ L'existence des conditions cadres permettant de faire du tourisme social un acteur clé de l'innovation sociale

Ne plus penser le tourisme indépendamment des autres problématiques sociales mais y voir un terrain d'innovations à même d'y apporter des réponses.

## ■ Ne pas réduire le tourisme social à des vacances au rabais

Le tourisme social n'est pas synonyme de vacances pour pauvres mais au contraire, de vacances qui soient source d'épanouissement, tant individuel que collectif.





# Les principaux succès de l'Unat

- La valorisation de la filière auprès des institutions régionales et nationales
- La reconnaissance d'un tourisme ouvert à tous par les élus de la Région
- Des aides à l'investissement pour la rénovation des établissements ouvertes à notre filière :
  - CAP'Hébergement du tourisme pour tous
  - FEADER – Mesure 6
- Une ouverture des produits Caisse des Dépôts et BPI au Tourisme social et solidaire
- Une aide à l'ingénierie pré-rénovation (fonds ANCV-CDC-Atout France)
- Un fonds de garantie pour les opérateurs de voyages / séjours (le FMS)
- L'ajout des « associations de tourisme » dans les différents règlements d'aide
- L'ouverture des formations Tourisme O Centre (du CRT) à notre filière
- Une plateforme de recensement et de mise en commun des informations de vente, gestion, achat, appels à projets : la Place du marché du Tourisme Social et Solidaire (PMT2S)
- La participation à l'amélioration du classement Atout France Village de Vacances
- La création du Classeur Handi CAP'Accueil® et du Guide du porteur de projet d'investissement
- L'animation du dispositif « 1ères vacances » depuis 2013 : 560 personnes de la région parties - 200 000 € de retombées économiques sur le territoire régional
- Une observation mutualisée de la filière TSS
- Une action mutualisée des Villages Vacances sur : le programme Senior en vacances, le site [lesvillagesvacances.com](http://lesvillagesvacances.com), l'enquête clientèle

# 3

## Tourisme social et solidaire ?

### La 3<sup>ème</sup> voie du tourisme social et solidaire

Pourquoi le droit aux vacances pour tous ?

Les chiffres-clés des vacances des français

Les vertus sociales et économiques d'un tourisme engagé

Un tourisme acteur de l'aménagement des territoires

Un tourisme qui repose sur une solide culture partenariale

(Ré)concilier activité touristique et action sociale

Revendiquer une culture de l'innovation sociale



# La troisième voie du tourisme social et solidaire

## ■ Le tourisme social et solidaire ne s'oppose pas au tourisme « commercial »

*Pertinence économique et gestion sont compatibles avec accessibilité au plus grand nombre, mixité sociale et développement local. In Chauvin 2002*

## ■ Valeur ajoutée économique peut rimer avec valeur ajoutée sociale

En apportant des retombées nettes estimées à plus de 175 M€ sur le territoire national (62 M€ en région), le secteur contribue au budget des collectivités et de l'État 7 fois plus qu'il ne reçoit en aide. Ses effets directs et indirects sur l'économie le place comme véritable « créateur » de lien social en permettant de maintenir sur les territoires des services tout aussi variés que la restauration scolaire, le logement pour jeunes travailleurs, le socio-culturel, des garderies etc...

## ■ Un tourisme qui devient un champs d'application du développement durable

En 2009, les huit principes d'engagements de l'UNAT en termes de développement durable ont été adoptés. Depuis, de nombreux adhérents, nationaux et régionaux, se sont inscrits véritablement dans une démarche de progrès continue et pour certains sont devenus des références en la matière. Le développement durable à l'UNAT ne constitue pas seulement le volet environnemental, mais bien aussi une démarche plurielle autour des questions d'économie durable, de respect des personnes et de gouvernance multi-partie.



# Pourquoi le droit aux vacances pour tous ?

## ■ Un temps pour soi, pour se ressourcer, se construire

Un temps en rupture par rapport à la routine et aux normes de la vie quotidienne, pour ouvrir le champs des possibles en matière d'épanouissement de chacun.

## ■ Un temps que l'on peut partager avec d'autres

Un temps propice à redécouvrir les liens familiaux ou amicaux hors des contingences du quotidien, pour partager des activités en commun. Des vacances qui prennent la famille dans sa globalité tout en respectant les spécificités de chacun.

## ■ Un temps de construction et d'éducation, individuel bien sûr, mais aussi collectif

Les vacances en famille créent des occasions d'être ensemble, de partage qui peuvent être autant de (res)sources d'apprentissage, du monde, de soi et des autres.

## ■ Favoriser le départ en vacances des individus et familles en situation économique et sociale fragile, lutter contre les discriminations

Si les vacances sont un droit au répit, alors ce droit est mis à mal par les inégalités sociales. Se pose alors la question de notre capacité à proposer des vacances à ceux qui sont au chômage ou en emploi précaire.

## ■ La loi du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre l'exclusion inscrit le droit aux vacances comme un objectif national

Article 140 : « l'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs constitue un objectif national. Il permet de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté ».

## ■ L'épanouissement et l'autonomisation des jeunes grâce aux vacances

Les vacances comme lieu d'expérimentation de la vie en collectivité, un lieu de socialisation et d'égalité. Un lieu d'apprentissage des règles de vie collectives et de responsabilisation, mais aussi de développement de l'autonomie et de l'expression de chacun.

**Ce sont plus de 3 millions d'enfants qui ne partent pas en vacances chaque année.**

L'UNAT regroupe les fondateurs des auberges de jeunesse, les inventeurs de centres sportifs pour les jeunes et les concepteurs de centres internationaux de séjours. Depuis plus d'un an, l'UNAT a mené un travail concernant la problématique du Contrat d'Engagement Éducatif. L'UNAT régionale IDF a réalisé un travail de mise en place d'une procédure simplifiée pour une aide à la rédaction des appels d'offres émanant des collectivités locales qui passent des marchés relatifs à l'organisation de séjours collectifs pour mineurs.



# Les chiffres clés des vacances des français

## ■ 46% des français ont dû renoncer à partir en vacances en 2011

En 2009, 78% des Français interrogés sont partis. Ils n'étaient plus que 73% en 2010.

## ■ Un taux de départ qui ne progresse plus depuis 2009

48% des Français déclarent qu'ils vont devoir faire des concessions afin de faire des économies pendant leurs congés.

## ■ Parmi les Français qui partiront pour l'été 2013, près d'un sur deux accordera un budget inférieur à 500 euros pour son séjour

## ■ 40% des Français ne partent en vacances qu'en été

## ■ Les ménages les plus pauvres partent deux fois moins que les plus aisés

## ■ 3 millions de jeunes sont exclus du départ en vacances

Les jeunes sont les plus indécis, 32% d'entre eux hésitent à partir en vacances contre seulement 18% des personnes âgées de plus de 60 ans.

## ■ Les vacanciers qui risquent de renoncer le plus à leurs projets de vacances seront les familles avec enfants de la classe moyenne inférieure

Sources :  
OpinionWay 2013 / Protourisme / Ministère



# Les vertus sociales et économiques d'un tourisme engagé

## ■ L'hébergement social

L'hébergement social temporaire, l'hébergement temporaire de personnes âgées.

## ■ L'hébergement social

L'hébergement social temporaire, l'hébergement temporaire de personnes âgées.

## ■ La fourniture de services

La fourniture de repas, la restauration collective régulière.

## ■ L'accès aux infrastructures et aux activités proposées par les équipements

L'accès aux manifestations culturelles, éducatives et sportives, la mise à disposition d'installations, le prêt de salles et de matériel.

## ■ Les prestations sociales

L'organisation de centres de loisirs sans hébergement (CLSH), l'organisation d'halte-garderie/multi-accueil, la participation à des actions de prévention santé, la participation à des projets d'insertion professionnelle et sociale.

## ■ L'impact sur la vie locale

La création ou le maintien d'emplois, la création ou le maintien de commerces, le maintien de services publics, la valorisation de l'environnement local.

## ■ La dynamisation des territoires

Un tourisme durable respectueux de l'environnement écologique, économique et social qui contribue à l'aménagement des territoires.



# Un tourisme acteur de l'aménagement des territoires

## ■ Concilier développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité des populations locales

Maîtriser l'impact de l'activité touristique sur les ressources naturelles, les écosystèmes et les populations visitées. Afin de garantir un tourisme qui soit source de bénéfices locaux.

## ■ Apporter de nouveaux moyens à des régions souvent délaissées

Plus de 60% des équipements du tourisme social et solidaire recensés en région Centre – Val de Loire sont situés en milieu rural.

## ■ Aménager des sites avec la volonté de ne pas en dilapider les ressources

En 2009, l'UNAT adopte 8 principes d'engagements sur le développement durable. Il s'agit pour les adhérents de l'UNAT et des UNAT régionales de s'engager à promouvoir un tourisme durable accessible à tous, qui implique la préservation des ressources pour les générations futures, un développement économiquement viable, socialement équitable ancré dans l'Économie Sociale et Solidaire.

## ■ Générer des bénéfices économiques, sociaux et culturels pour la population locale

Introduire une relation de solidarité entre les touristes et les populations d'accueil. Un nouveau tourisme solidaire, plus équitable pour les communautés d'accueil avec le souci d'assurer des retombées économiques et sociales au bénéfice de ces communautés.



# Un tourisme qui repose sur une solide culture partenariale

## ■ Un partenaire des collectivités locales

Un rôle d'acteur de l'aménagement du territoire et du développement local : mutualiser les équipements locaux au bénéfice économique, social et culturel des populations locales.

Un rôle de prestataire de services utiles aux habitants.

Un acteur de l'intégration des équipements touristiques aux territoires.

## ■ Un interlocuteur des partenaires sociaux

Historiquement construit autour de liens forts avec les partenaires sociaux, le tourisme social tire sa légitimité et son dynamisme de sa capacité à tisser des liens étroits avec une pluralité d'acteurs : mouvements syndicaux, acteurs de l'économie sociale, comités d'entreprise.

## ■ Un réseau européen et mondial de partenaires

L'UNAT Centre – Val de Loire inscrit son action dans un réseau national (UNAT) et international (OITS) qui partage ses ambitions et valeurs.





# (Ré)concilier activité touristique et action sociale

## ■ Afficher clairement une volonté d'engagement social

L'engagement des équipements vis-à-vis des publics en difficulté.

## ■ Préserver un équilibre entre activité touristique et action sociale

Défendre un tourisme qui concilie satisfaction des attentes des publics accueillis avec des retombées positives pour la collectivité locale, à travers la mutualisation de services et d'équipements.

## ■ Répondre aux besoins de publics spécifiques

Les jeunes, les personnes handicapées, les seniors, les familles monoparentales ou en difficulté, les chômeurs ou travailleurs précaires...

## ■ Lutte contre l'exclusion

Favoriser le brassage des publics et des groupes sociaux, dans une logique de prévention sociale propice à l'amélioration des relations sociales.



# Revendiquer une culture de l'innovation sociale

## ■ Une réponse à des besoins sociétaux peu ou pas couverts

L'innovation sociale vise à apporter des solutions concrètes et efficaces à des besoins complexes auxquels ni l'Etat, ni le marché, ne peuvent répondre seuls.

## ■ Une approche multidimensionnelle

L'innovation sociale se définit à la fois par sa finalité et par ses modalités qui peuvent être multidimensionnelles : produit, processus de mise en œuvre, organisation...

## ■ Un modèle de gouvernance multi-partie prenante

Les initiatives socialement innovantes sont également celles qui innovent le plus en matière de gouvernance en associant autour de la construction puis du pilotage du projet, des acteurs multiples : salariés, bénévoles, usagers, collectivités publiques, entreprises, associations et particuliers.

## ■ Un ancrage territorial fort

**Développer** des initiatives de proximité (aux impacts directs en termes d'emplois).

**Mobiliser** et faire travailler ensemble une grande diversité d'acteurs locaux (usagers, entreprises, collectivités...).

**Maintenir** une offre de biens et services dans des territoires fragiles ou enclavés, en contribuant ainsi à leur développement durable et à leur attractivité.



©Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air du Centre – Val de Loire  
Z.I. des Barreliers - 8 rue de la Fosse Mardeaux - 41700 CONTRES - 02 54 78 84 92