



# VACANCES ET LOISIRS POUR TOUS, UNE PRIORITÉ SOCIALE ET ÉCONOMIQUE



**CORINNE CARRÈRE**

Responsable Marketing et chef de projet Occ'Ygène au CRTL Occitanie

Si la dimension sociale du tourisme n'est pas nouvelle en Occitanie – l'opération « Premiers départs en vacances » existe depuis vingt-cinq ans – l'objectif de développer un tourisme économiquement et socialement plus équilibré figure désormais au cœur des actions du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs. Imaginé durant le confinement, le programme Occ'Ygène illustre cette ambition.

« **J**e tiens à remercier les personnes qui ont mis en place la carte Occ'Ygène. Grâce à vous, ma fille a pu découvrir des endroits qu'elle ne connaissait pas, où nous avons été bien accueillies. Elle a des étoiles plein les yeux. » Ces termes élogieux résument à eux seuls le dispositif Occ'Ygène mis en œuvre durant l'été 2020 et sa réussite. Action phare du plan de relance initié par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs (CRTL) à la suite de la crise sanitaire, le dispositif entend répondre à un double objectif : stimuler la consommation de loisirs par le plus grand nombre, et notamment les personnes les plus modestes, et générer du chiffre d'affaires additionnel pour les professionnels de la région, qui se trouvaient souvent en situation délicate en pleine pandémie lors de sa création.

Ce dispositif est simple : une carte dématérialisée donne à son détenteur un accès à des avantages et réductions pour de nombreuses activités de loisirs (pleine nature, musées, parcs animaliers, domaines viticoles, centres de bien-être, etc.) et pour la réservation d'hébergements (villages de vacances, campings). Les familles et les jeunes résidant en Occitanie constituent les publics prioritaires. Pour les familles aux revenus modestes, la carte est créditée d'une somme calculée en fonction du quotient familial du foyer. Elle fonctionne comme un « porte-monnaie électronique » auprès des professionnels partenaires. Autre atout : avec ce coup de pouce pouvant aller jusqu'à trois cents euros par foyer en 2020, Occ'Ygène garantit que l'aide publique accordée est bien utilisée au bénéfice de l'économie régionale.

### LES OCCITANS CONVAINCUS PAR LE DISPOSITIF OCC'YGÈNE

En s'engageant de manière affirmée dans l'accompagnement des publics les plus fragiles, le dispositif Occ'Ygène a fait la preuve, dès la première année de sa mise en service, qu'une aide financière ciblée pouvait drainer de nouveaux publics vers la pratique et la consommation de loisirs. Lors d'une enquête réalisée en février dernier par le CRTL auprès de 25 000 porteurs de la carte, 77 % des personnes interrogées affirmaient qu'elles n'auraient pas consommé ces activités sans l'aide financière de la Région. La carte a ainsi permis à trois familles sur quatre de

découvrir une ou plusieurs nouvelles activités. Pour un répondant sur deux, le dispositif est également à l'origine d'un séjour touristique, tout particulièrement chez les jeunes.

Ces premiers indicateurs positifs confortent l'idée que les loisirs constituent un véritable levier de consommation touristique et qu'ils peuvent contribuer à mieux lisser la fréquentation des sites et des établissements touristiques tout au long de l'année, notamment par la clientèle régionale. Rappelons à ce titre que les habitants d'Occitanie en sont les premiers clients et que 74 % d'entre eux pratiquent régulièrement au moins une activité culturelle ou de loisir dans la région.

Les avis des professionnels convergent également : la carte Occ'Ygène permet l'apport d'une clientèle additionnelle et favorise des rencontres et des échanges à haute valeur humaine. Néanmoins, l'acculturation de ces nouveaux clients aux pratiques et aux usages touristiques demeure fragile et doit continuer à être accompagnée, dans une optique plus inclusive et pérenne.

### L'ÉPANOUISSEMENT, VALEUR D'UN TOURISME PLUS JUSTE

Occ'Ygène participe d'une vision globale et plus solidaire de l'action touristique en région Occitanie. Son objectif est triple :

- favoriser l'accès au droit à des vacances permettant l'épanouissement de chacune et chacun par des activités culturelles, physiques ou sportives ;
- faciliter le partage et l'expérience du collectif dans le respect des règles et de l'autre ;
- éduquer et créer le réflexe des vacances en luttant contre une forme de déterminisme qui fait qu'aujourd'hui encore, un enfant sur trois issus de foyers modestes ne part pas en vacances.

C'est notamment tout le sens de l'opération « Premiers départs en vacances », initiée et portée depuis près de vingt-cinq ans par l'Unat (Union nationale des associations de tourisme et de plein air) Occitanie, en partenariat avec le conseil régional, les caisses d'allocations familiales, les mutualités sociales agricoles et avec l'implication des organisateurs de séjours. Chaque an- ▲

« DÉVELOPPER UNE  
ÉCONOMIE DES LOISIRS  
ET FAIRE DU TOURISME UN  
FACTEUR DE QUALITÉ DE VIE  
À TRAVERS UNE DÉMARCHÉ  
RÉSOLUMENT COLLECTIVE  
ET COOPÉRATIVE »

## CHIFFRES CLÉS

### OCC'YGÈNE

- ▶ 45 000 cartes commandées
- ▶ 350 professionnels partenaires
- ▶ Près d'un million d'euros reversés aux professionnels en 2020 et 2021

### UNAT

- ▶ 50 000 jeunes de 6 à 17 ans partis pour la première fois en vacances
- ▶ 32 organisateurs et 60 lieux de séjour
- ▶ Près d'1,4 million d'euros de budget

née, cette opération sociale et solidaire permet à plus de 2 400 enfants d'Occitanie, dont certains porteurs de handicaps, de partir en colonie de vacances et, à cette occasion, de découvrir les richesses patrimoniales et environnementales de leur région de résidence.

L'objectif de l'opération est prioritairement de lutter contre une situation inégalitaire qui touche d'abord les jeunes vivant en zones urbaines ou zones rurales éloignées. Favoriser le départ en vacances de ces jeunes, c'est leur permettre de sortir de leur quotidien, de s'ouvrir au monde et de se confronter à d'autres réalités. Il s'agit également de reconnaître que les colonies de vacances et plus largement les loisirs éducatifs jouent un rôle primordial dans l'apprentissage de la citoyenneté et le développement du « vivre ensemble ».

À travers cette opération, l'Unat Occitanie rend possible le départ en vacances de milliers de jeunes. Depuis la création du dispositif, 50 000 jeunes de 6 à 17 ans sont partis pour la première fois, pour un séjour allant de six à vingt et un jours dans l'un des centres agréés partenaires de l'opération. Les séjours sont proposés au tarif de soixante-cinq euros par enfant (transport compris), quelles que soient la durée et la thématique du séjour.

Laurent Orlay, délégué régional Unat Occitanie, se félicite de ce succès : « *Les valeurs portées*

*par l'Unat, qui défend un tourisme au service des hommes et des territoires, sont un atout majeur pour l'ensemble de la région. Nos adhérents assurent le maillage de toutes les zones géographiques – mer, montagne, campagne et métropoles – et s'adressent à l'ensemble des publics, les enfants et les jeunes mais également les familles et les seniors. Nous continuerons le développement du lien social, de l'accès au droit à des vacances permettant l'épanouissement des personnes, durant leur temps de loisir, par des activités culturelles, physiques et de bien-être qui participent à un ressourcement individuel. »*

## LA MOBILITÉ, AUTRE ENJEU POUR L'ÉCONOMIE DES LOISIRS

Développer une économie des loisirs et faire du tourisme un facteur de qualité de vie sur l'ensemble du territoire régional est un des enjeux auxquels souhaite répondre le CRTL, à travers une démarche résolument collective et coopérative. Le dispositif Occ'Ygène en est l'une des fondations au regard du double objectif poursuivi :

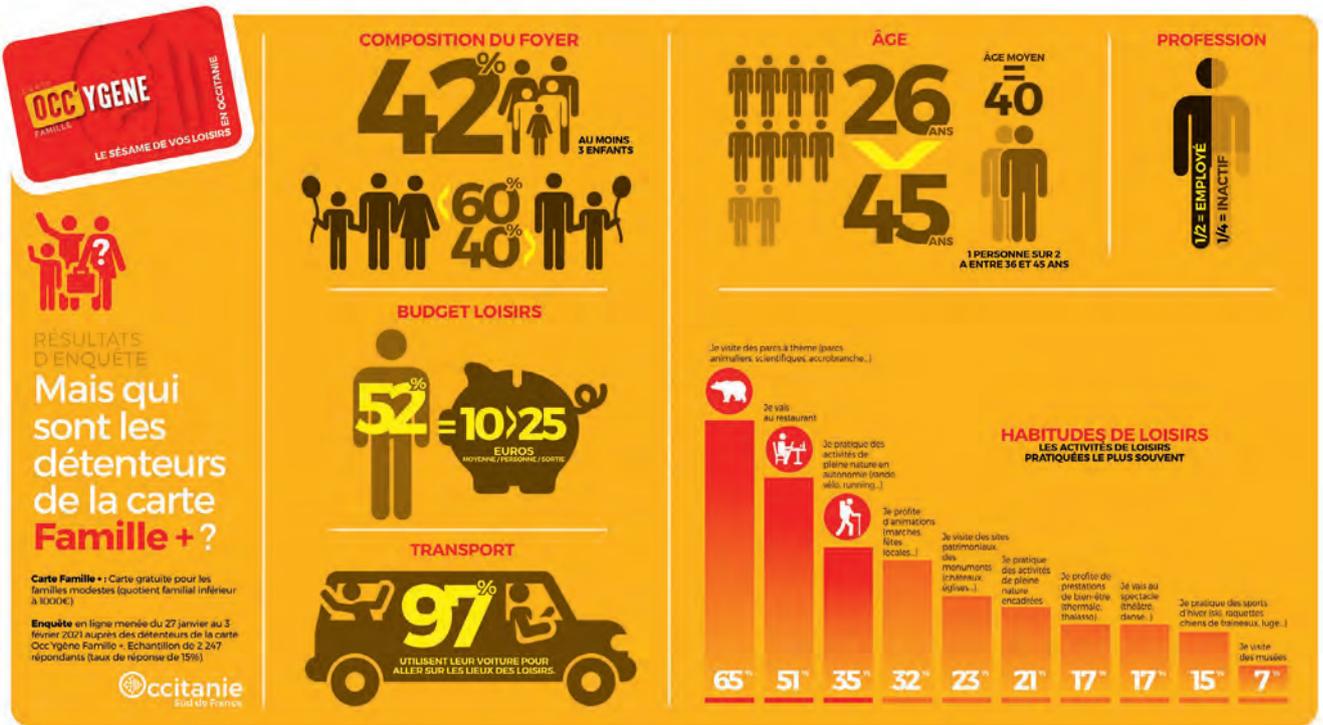
- économique car les loisirs font partie intégrante de l'économie touristique et constituent un levier de croissance essentiel pour le marché de proximité dans cette période de changement structurel, encore accéléré par la crise sanitaire ;
- social en luttant contre la sédentarisation, en motivant la pratique sportive et en facilitant l'accès aux loisirs pour le plus grand nombre.

Sachant qu'un tiers des habitants d'Occitanie disent vouloir faire du sport, selon une enquête réalisée par le magazine *Dis-leur* sur les intentions de pratique sportive des Français en 2021.

Autre enjeu global pour un tourisme positif, la question de la mobilité est également prise en compte dans le programme Occ'Ygène. Les familles les plus modestes ont bénéficié d'une offre gratuite, associée à leur carte, sur le réseau de transports régional liO, qui leur a permis de rejoindre en train ou en car les sites touristiques occitans. La logique des billets de train à un euro mis en place durant l'été pour les jeunes de la région participe également de cette volonté de soutenir le pouvoir d'achat des habitants, tout en les incitant à favoriser l'utilisation des transports en commun. Avec près de 1,3 million de billets à un euro vendus durant l'été 2020 et une nette hausse de la fréquentation des lignes régionales,



En 2021, l'opération sociale et solidaire « Premiers départs en vacances » a permis à plus de 2 000 enfants d'Occitanie de partir en colonie de vacances et de découvrir les richesses de leur région.



En chiffres, le profil des détenteurs de la carte Occ'Ygène Famille+ d'après une enquête menée début 2021.

l'opération renouvelée en 2021 témoigne d'une ambition déterminée à orienter le développement de l'activité touristique vers une forme plus responsable, plus locale et mieux équilibrée.

### DU BON USAGE DU TEMPS LIBÉRÉ

Il reste à répondre à deux questions. Comment, aux côtés des entreprises, harmoniser les approches et politiques des différents échelons territoriaux dans leur rôle de prescripteur et de conseil pour un meilleur usage profitable du temps libéré ? Et comment diversifier les sources de dotation de la carte Occ'Ygène afin de mieux répondre à l'objectif social ? L'enjeu de la création de valeurs est au cœur du propos. Valeur apportée aux professionnels en termes de notoriété, d'audience et de développement économique de leurs activités. L'union fait la force, dit l'adage, mais ce précepte n'est pas toujours appliqué par les parties en présence dès qu'il s'agit de cultiver les mêmes plates-bandes. Valeur offerte aux bénéficiaires également, en rendant accessible et lisible une offre diverse et pléthorique, à maturité digitale variable, via un média adapté à leurs attentes.

Valeur, enfin, qu'en retireront les partenaires tiers souhaitant s'engager dans une stratégie d'alliance de marques afin de promouvoir les valeurs sociales et responsables du dispositif Occ'Ygène auprès de leurs cibles. Une mutuelle santé pourrait tout à fait valoriser la pratique des loisirs et d'activités de pleine nature comme moyen de prévention et de préservation de la santé de ses adhérents ou ayants droit. Comités sociaux et économiques, caisses d'allocations familiales, conseils départementaux ont parallèlement un rôle prépondérant à jouer compte tenu de l'aspect social de leurs missions, dans une logique de comonétisation qui aurait un effet de levier important. Réfléchir et agir simultanément au regard de ces trois axes, dans une stratégie gagnant-gagnant-gagnant, reste le moyen le plus sûr de créer le cercle vertueux d'un tourisme positif. ■