



# Des colos innovantes !

Colloque enfants & ados



**Vendredi 22 novembre 2013**

Actes réalisés par  
l'Union Nationale des Associations  
de Tourisme et de plein air



## Edito de l'Unat



**Patrick BRAULT**  
Président de l'UNAT

**Patrick DROUET**  
Administrateur référent  
du secteur vacances  
enfants & ados



Le colloque « Des colos innovantes » du 23 novembre dernier a été salué par tous les participants comme une réussite, un lieu d'échanges, de débats et d'idées dont notre secteur professionnel a besoin. Vous avez particulièrement apprécié la qualité de notre intervenant Jean MOCHON, les nombreux témoignages de la matinée, l'annonce vidéo de la ministre et la présence des représentants de la DJEPVA dans un tel colloque. Comme en 2012, vous avez souligné le professionnalisme de notre organisation, de l'animation et de la qualité du site choisi. Au nom de tous les membres du comité de pilotage, nous vous remercions de ces évaluations positives.

Malgré quelques aléas techniques assez inattendus, entraînant l'absence d'enregistrement de nos débats, Julie BEYOU, notre chargée de mission des secteurs enfants & ados et jeunes a toutefois pu finaliser une transcription fidèle de toutes les interventions, en faisant preuve de beaucoup d'initiatives, et nous la remercions vivement.

2013 c'est déjà hier, et pour 2014 nous vous proposerons de nous retrouver dans une configuration inédite. Le thème de notre prochain colloque « Très loin, très proche » traitera des succès des colos de proximité et des colos à l'étranger. Nous ferons venir des acteurs du monde entier, et le colloque se doublera d'un temps d'échanges et d'ateliers sous forme d'un workshop. Autre nouveauté, le colloque s'ouvrira aux organisateurs de séjours jeunes démontrant ainsi la transversalité des pratiques et des démarches innovantes des membres de notre réseau. Ce sera le jeudi 20 novembre toute la journée, avec un temps convivial en soirée, et le vendredi 21 en matinée.

En ces temps économiques et sociaux difficiles, l'UNAT, plus que jamais est à vos côtés pour valoriser vos pratiques et donner vie à ce mot d'Henry Ford « Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès, travailler ensemble est la réussite ».

## Comment naît l'innovation ? p05

▣ Préambule p06

Par Patrick DROUET, UNAT

▣ Mot de bienvenue p08

Par Edith ARNOULT-BRILL, FUAJ

▣ Les colos «nouvelle génération» : vers un chantier expérimental p10

Par Valérie FOURNEYRON, Ministère de la Jeunesse et des Sports

▣ Les colos : une histoire et un pari pour l'avenir p12

Par Patrick BRAULT, UNAT

▣ Un monde qui change : innover pour perdurer p16

Par Jean MOCHON, La Belle Idée

## Des expérimentations dans les colos p31

▣ La pédagogie de la liberté p32

Par Véronique CLAUDE, La Maison de Courcelles

▣ Un séjour solidaire et citoyen p36

Par Magali RAYMONGUE, Fédération de la Ligue de l'Enseignement des Yvelines

▣ Lever de rideau ! p40

Par Céline HARTMANN, APF Evasion

▣ Vers une (re)connaissance des colos p46

Par Didier CHAUSSE, Temps Jeunes

▣ Auto-financer des aides au départ p48

Par Nicolas SABATIER, Vitacolo

▣ Un statut juridique garant de l'équilibre entre l'économique et le social p52

Par Bruno COLIN, Odcvl - Comptoir de projets éducatifs

## Construire notre culture de l'innovation p59

▣ Atelier 1: Apparition de nouveaux séjours p60

Animé par Louise FENELON-MICHON, UCPA

Et Isabelle MONFORTE, Ovlej

▣ Atelier 2: Nouveaux modes de communication p70

Animé par Thierry BARRANCO, La Ligue de l'Enseignement

Et Ludovic LE GOFF, UNAT Ile de France et ADN

▣ Atelier 3: Partenariats ou sources de financement revisités p78

Animé par Anne CARAYON, La JPA

Et Patrick DROUET, UNAT

## La colo du futur, un rêve possible? p89

▣ Quelle colo demain ? Un portrait prospectif p90

Par Patrick DROUET, UNAT

▣ Rapport d'étonnement : innover, quelle réalité pour les colos? p94

Par Jean MOCHON, La Belle Idée

▣ Remerciements p98

Par Sylvain GRAPEZ, UNAT

## Annexes p101





## **Partie 1.**

# **Comment naît l'innovation ?**

Innover, cela ne veut pas forcément dire inventer, c'est parfois simplement se positionner de telle manière que l'angle de vue qui nous est offert, nous permette de voir le monde autrement. À travers le choix de la thématique *Innovation*, l'Unat s'est lancé le pari des colos de demain. Cette ambition représente un axe fort de notre projet politique. Elle est portée et affirmée depuis plusieurs années par notre président Patrick BRAULT auprès de nos membres mais aussi de nos partenaires, et en premier lieu le Ministère de la Jeunesse et des Sports. Nous avons invité Madame La Ministre Valérie Fourneyron qui, malgré des obligations extérieures, a tenu à enregistrer un message témoignant de l'importance qu'elle accorde à notre secteur. Nous remercions son équipe d'avoir permis la réalisation de cette prise de parole. Face au changement, le secteur aura la possibilité de s'appuyer sur l'intervention de Jean Mochon, expert dans l'accompagnement de projets innovants, pour aller de l'avant.

# Préambule

**Patrick DROUET**

Administrateur National du secteur  
enfants et ados  
UNAT

Bonjour et bienvenue à tous

A la suite du colloque de l'an passé « Quelles colos en 2020? », nous avons envoyé un questionnaire d'évaluation. Nous avons reçu un avis général de grande satisfaction, tel qu'on peut le lire dans les actes 2012, avec deux demandes particulières :

- ▣ Pouvoir manger assis
- ▣ Etre plus dans l'interactivité avec des petits ateliers et avec une approche de représentation plus diversifiée.

Nous avons conçu ce colloque dans cet esprit, faire la continuité avec les réflexions de l'an passé et tenir compte de vos remarques. Si le colloque de l'an passé avait une approche universitaire, celui de cette année fait la part belle aux réalisations des acteurs avec une volonté qu'il y ait plus d'échanges et de débats. Nous avons choisi le thème de l'innovation au sens d'ouvrir une réflexion large sur le couple projet/service, sur les usages, sur la manière d'investir de nouveaux territoires mais aussi de faire émerger de nouveaux acteurs. Nous avions un objectif de 150 personnes et nous avions à cet effet réservé une salle plus petite. Vous êtes finalement presque 200, c'est donc un succès qui dépasse nos espérances.

Mais revers de la médaille cela nous amène cet après-midi à avoir des salles combles. Certains ont fait part de leur désir d'aller vers l'atelier 1 ou 3, annoncés complets, et c'est le cas. Mais nous devrions quand même trouver une solution pour que ceux d'entre vous, qui êtes venus avec une motivation précise sur un atelier, puissent y participer. Nous savons tous que les vendredi après-midis favorisent les colloques buissonniers.

Le programme de la journée est dans vos pochettes, je ne vais donc pas y revenir, d'autant plus que vous êtes un public fidèle, 70 % d'entre vous étiez présents l'an dernier. Merci de la confiance renouvelée envers l'UNAT et l'équipe bénévole du comité de pilotage.

Ce colloque a été conçu pour permettre de susciter une démarche volontaire d'innovation en s'appuyant sur les actions menées par les organisateurs. Nous avons reçu un peu plus d'une trentaine de témoignages, c'est bien mais c'est peu. Certains d'entre vous nous ont fait part de l'absence de politique d'innovation dans leur organisme. Pourtant, nous faisons souvent de l'innovation sans le savoir. Nous pensons que cette journée va amener un nombre important d'entre vous à témoigner d'une ou plusieurs de vos actions, notamment dans les ateliers de cet après-midi.

Les nombreux représentants du ministère de la Jeunesse et des Sports, ici présents, ont salué l'an passé la qualité des actes du colloque, tant sur le fond que sur la forme. Ce travail remarquable, c'est Julie Beyou, la salariée de l'Unat



*Nous avons choisi le thème de l'innovation au sens d'ouvrir une réflexion large sur le couple projet/service, sur les usages, sur la manière d'investir de nouveaux territoires mais aussi de faire émerger de nouveaux acteurs.*

Patrick Drouet



responsable du secteur vacances enfants et ados qui l'a réalisé. Si vous êtes si nombreux, si vous constatez que le document remis ce matin est un bel et bon outil, nous le devons à son travail et à son investissement.

D'un point de vue logistique, le déjeuner aura lieu dans le centre, entrée et dessert en formule self et plat servi à l'assiette. Les ateliers se situent dans le couloir qui mène à cette salle). Après déjeuner, rendez-vous directement dans chaque salle à 14h00, les animateurs débiteront à l'heure pour respecter le programme.

Je souhaite à chacun d'entre vous une journée pleine de questionnements, de surprises et de débats de fond. Ayant eu le bonheur d'apprécier à plusieurs reprises la qualité des interventions de Jean Mochon, je ne doute pas qu'il suscitera pour chacun d'entre nous des réflexions et pensées nouvelles. Il nous exprimera son rapport d'étonnement à la fin du colloque.

Je donne la parole à Edith ARNOULT-BRILL, secrétaire générale de la FUAJ, qui nous accueille dans cet établissement neuf et agréé pour les colonies de vacances.



# Mot de bienvenue

**Edith ARNOULT-BRILL**

Secrétaire Générale

FUAJ

Et Présidente

Hostelling International



*Auberge de Jeunesse Paris Pajol ©Unat/AB*

Bienvenue à toutes et tous dans cette nouvelle auberge de jeunesse !

J'ai beaucoup de plaisir à accueillir l'initiative de l'UNAT consacrée aux vacances d'enfants et d'adolescents, qui plus est, sur le thème des colos innovantes. Permettez-moi de penser que pour la deuxième édition de ce colloque, il n'y avait pas de meilleur endroit pour débattre de l'innovation en matière d'activités de loisirs et de vacances.

En effet, vous avez aujourd'hui franchi la porte d'une auberge de jeunesse nouvelle génération dont la co-construction du projet entre la FUAJ et la ville de Paris a conduit à créer, sur une friche industrielle, un éco-ilot solidaire. Celui-ci transforme le quartier et la vie des habitants tout en offrant aux usagers des auberges de jeunesse un lieu exceptionnel dans la capitale, ancré dans la réalité de la vie dans Paris.

L'auberge de jeunesse, dans laquelle vous allez travailler, est 100% éco-durable. Construite en bois sous une halle Eiffel, c'est un bâtiment BBC à très haute performance énergétique dont l'eau sanitaire est chauffée par des panneaux solaires. Un puits canadien sert au rafraîchissement des salles de réunion dont cet amphithéâtre. La construction a été réalisée avec des matériaux à faible énergie grise. Les eaux de pluie sont récupérées pour l'arrosage du jardin public de 8000 m<sup>2</sup> avec la création d'un stockage permanent de 100 m<sup>3</sup>.

Mais au-delà du critère écologique, cette auberge de jeunesse propose des outils qui facilitent la mobilité dans l'établissement des usagers atteints d'une déficience. Des plans multi-sensoriels à chaque étage, des flashes lumineux dans les sanitaires, des boucles d'induction portatives, des bandes d'éveil au sol et la signalétique en braille et en relief, permettent l'accueil des publics touchés par le handicap. Ce critère social est doublé d'une dimension partenariale qui permet aux associations des quartiers environnant de bénéficier 200 jours par an de cette salle d'assemblée et de spectacles pour les pratiques culturelles amateurs.

L'aménagement des espaces de convivialité autour de la zone d'accueil permet d'offrir aux usagers des lieux différenciés : boîte à musique, salons, terrasses avec vue panoramique sur le forum paysager, cuisine aménagée pour les individuels permettant la prise des repas à l'extérieur face au jardin. Ils favorisent l'échange et la rencontre interculturelle tout en leur donnant accès à des services de qualité et en phase avec les attentes contemporaines.

Cette auberge de jeunesse est la première auberge écologique dans une ville capitale du réseau « Hostelling International » implanté dans 81 pays. Elle est pour la FUAJ le résultat d'une démarche entreprise il y a une dizaine d'années autour de la conception de ses auberges de jeunesse. Elle appuie son évolution sur une démarche de développement durable au service de l'accueil international des jeunes dans une intention



éducative de découverte des peuples et des territoires. Le premier essai réussi a été concrétisé par la reconstruction HQE de l'auberge de jeunesse de Grenoble-Echiroilles dotée de toits végétalisés. Une nouvelle étape a été franchie avec la restructuration d'une friche artisanale à Rouen pour installer la nouvelle auberge de jeunesse. Les bâtiments sont classés sur la liste du patrimoine national. Les toits végétalisés cohabitent avec deux puits de géothermie qui permettent à l'auberge de jeunesse d'être quasiment autonome pour la production d'eau chaude. La donne écologique rejoint avec cette auberge de jeunesse la préservation d'un patrimoine local et le souci de l'esthétique du lieu en le confortant par une réhabilitation moderne. La prochaine auberge de jeunesse qui sortira de terre à Lille, inscrira son activité au cœur d'un éco-quartier en création. L'auberge de jeunesse de Cahors, quant à elle, est conçue de telle manière que les usagers pourront partager au quotidien la vue sur le Pont Valentré, patrimoine mondial de l'UNESCO.

J'espère que ce rapide voyage dans le monde des auberges de jeunesse vous aura fait percevoir la proximité de nos préoccupations, notamment en matière d'innovation pour offrir des lieux et des programmes insolites.

Je vous remercie de votre attention et vous souhaite une journée de travail fructueuse.



# Les colos «nouvelle génération» : vers un chantier expérimental

**Valérie FOURNEYRON**

Ministre

Ministère de la Jeunesse, des Sports, de la Vie Associative et de l'Éducation Populaire

Bonjour à toutes et à tous.

Je regrette de ne pouvoir assister à ce colloque à vos côtés. Je suis en déplacement à Montpellier pour honorer l'invitation des acteurs du territoire, rencontrer celles et ceux qui soutiennent et font vivre la Jeunesse, le Sport, l'Éducation Populaire et la Vie Associative sur le terrain. Mais je tenais tout de même à m'adresser à vous, car aujourd'hui il est question d'un thème pour lequel j'apporte une attention toute particulière et qui est le cœur de métier historique de mon ministère : les Accueils Collectifs de Mineurs, communément appelés les colos ou les centres de vacances. Je tiens d'ailleurs à saluer le travail engagé depuis deux ans par l'UNAT avec le colloque « Quelles colos pour 2020 ? » et « Des colos innovantes ! ».

L'accès aux loisirs, et notamment aux loisirs éducatifs, est une composante importante de la priorité jeunesse fixé par le Président de la République et porté par le gouvernement. Car même si nous sommes tous d'accord pour dire que beaucoup de choses positives ont été faites ces 50 dernières années sur le sujet au niveau des politiques publiques, nous pouvons, nous voulons aller plus loin et innover.

Mais, avant tout, je souhaite rétablir la vérité sur la situation des colonies de vacances, bien moins alarmiste qu'il n'y paraît. Sans nier la réalité d'une évolution importante du secteur, revenons sur les chiffres principaux de l'été 2013. Sur la période 2012 - 2013, le nombre de séjours était de 67 000 et un petit peu plus, autant qu'en 2011 et 2012. En revanche, le départ des mineurs étaient de 1 753 500, soit une légère baisse de 0,7% par rapport à l'an passé. En un an, le volume d'activité des ACM avec hébergement est passé de 15,584 millions journées enfants à 15,574 journées enfants, soit une baisse de 2,6%. Cette tendance, elle est due à la baisse de départs des mineurs mais elle est surtout due au nombre croissant des séjours courts au détriment des séjours de vacances. Il s'agit donc bien d'une transformation du type de séjours. Les raisons de cette évolution sont à la fois économique, car l'impact de la crise est réelle, sociale, les habitudes changent, structurelles, car les coûts augmentant depuis plusieurs années. Les durées de séjours diminuent et la mixité sociale n'est pas toujours au rendez-vous.

Le rapport parlementaire d'information, dont le député Michel MENARD a été le rapporteur, dresse également une analyse intéressante de la situation des colonies de vacances et apporte quelques préconisations. Concernant les habitudes des familles par exemple, alors que les colos classiques changent de contours, les séjours accessoires, les séjours de scoutisme augmentent. En résumé, l'accessibilité, la simplicité des séjours font recettes.

“

*Je tiens d'ailleurs à saluer le travail engagé depuis deux ans par l'UNAT avec le colloque « Quelles colos pour 2020 ? » et « Des colos innovantes ! ».*

*Valérie Fourneyron*

”



A partir des ressources et des préconisations, visant à faire évoluer le secteur, à le conforter dans ses missions, je vous annonce aujourd'hui que j'ai décidé d'ouvrir un grand chantier sur les colonies de demain. Synonyme de mixité, notamment sociale, de proximité, de soutenabilité, de durabilité. En parlant de cela, je parle bien du modèle des colos à but non lucratif. Et ce travail, je souhaite que nous le fassions ensemble, main dans la main, avec les organisateurs associatifs, les parents, les prescripteurs que sont notamment les collectivités territoriales et les comités d'entreprise. Alors, dans quelques jours, je lancerai une mission qui donnera une base formelle de travail. J'ai commencé à mobiliser mes collègues du gouvernement sur le sujet, M. PEPY le président de la SNCF et plusieurs élus locaux. Le chantier est ambitieux mais mon objectif est clair : arriver à une mise en œuvre expérimentale pendant l'été 2014 et un déploiement plus large en 2015.

Je souhaite qu'enfin des outils puissants, innovants, accompagnent efficacement le renouveau et le développement des colos de demain. Il est de notre responsabilité de promouvoir ces formidables espaces de construction individuelle et collective. Ces temps utiles à chacun de pouvoir forger ces expériences loin du foyer parental. Les colos d'hier ne sont pas celles d'aujourd'hui, n'ayons pas peur de créer celles de demain qui donneront autant de joies, de souvenirs aux générations qui nous succèdent.

Et profitons de l'occasion qui nous est donnée de les revisiter ensemble !

Merci à tous et à toutes et bons travaux à vous.

“

*Je souhaite qu'enfin des outils puissants, innovants, accompagnent efficacement le renouveau et le développement des colos de demain. Il est de notre responsabilité de promouvoir ces formidables espaces de construction individuelle et collective.*

Valérie Fourneyron

”

# Les colos : une histoire et un pari pour l'avenir

**Patrick BRAULT**  
Président  
UNAT

Mesdames, Messieurs, Chers Amis,

C'est avec un très grand plaisir que l'UNAT et ses membres vous accueillent, aujourd'hui, pour ce deuxième colloque organisé en étroite collaboration avec nos partenaires sur le thème Des colos innovantes !

Permettez-moi tout d'abord de remercier très vivement la FUAJ et sa Secrétaire Générale Edith ARNOULT-BRILL, pour avoir mis à notre disposition ce magnifique et tout nouvel établissement de Paris Pajol. Il est la traduction d'une parfaite réussite associative au service d'un projet et d'une ambition généreuse pour la jeunesse.

Je voudrais aussi, en les citant, remercier et saluer le travail du comité de pilotage qui a préparé cette rencontre depuis plusieurs semaines.

- ▣ Anne CARAYON, Directrice Générale de la JPA,
- ▣ Louise MICHON-FENELON, Responsable Secteur Enfants et Adolescents à l'UCPA,
- ▣ Isabelle MONFORTE, chef de projet à Ovej,
- ▣ Thierry BARRANCO, Chargé de mission à la Ligue de l'Enseignement

Mais aussi toute l'équipe élue ou salariée de l'UNAT.

- ▣ Sylvain CRAPEZ, Délégué général,
- ▣ Patrick DROUET Administrateur et responsable du secteur enfants et ados,
- ▣ Georges GLANDIERES, Vice-Président,
- ▣ Ludovic LE GOFF vice-président de l'UNAT Ile de France,
- ▣ Emmanuelle DESPRES responsable de l'UNAT Ile de France
- ▣ Julie BEYOU chargée de mission au pôle expertise et accompagnement.

Merci également par avance à tous nos intervenants des différentes tables rondes et merci à vous tous, ici présents, ce matin. Car malgré des agendas que j'imagine assez chargés, vous êtes venus nombreux, parfois de loin, ce qui montre votre attachement à l'avenir des colonies de vacances.

La crise économique et sociale, dans laquelle nous sommes depuis 2008, est profonde et s'inscrit malheureusement dans la durée. Cette crise a pour effet de creuser toujours plus les inégalités, de détruire des dignités humaines et de mettre à mal les fondements même de notre République, que sont les valeurs de laïcité, d'égalité et surtout de fraternité.

Devant cette menace, tous les acteurs de la société civile et plus particulièrement ceux de l'économie sociale et solidaire, dont nous sommes, doivent se mobiliser.

Ce n'est pas un hasard si lors de nos 8ème rendez-vous de l'UNAT, en mai dernier, nous avons choisi comme thème central "Les vacances : une autre réponse à la crise" tant notre conviction est profonde. Les opérateurs associatifs, qui proposent des vacances au plus grand nombre, peuvent contribuer à apporter des réponses économiques et sociales novatrices.

Dans la continuité, nous avons choisi aujourd'hui ce thème Des colos innovantes ! qui marque notre volonté d'offrir des perspectives ambitieuses à cette activité des colonies de vacances, qui sont indispensables à la construction, demain, d'une société plus solidaire et plus humaine.

Pourquoi tant de certitudes me direz-vous ? Il y a 3 raisons à cela :

**La première : C'est que nous sommes des acteurs associatifs engagés !**

Avec une histoire plus que centenaire, preuve durable de son utilité sociale, notre association contribue dans de nombreux domaines d'activité au bien être des personnes et à l'animation des territoires. Elle offre des réponses adaptées à des besoins pas ou peu couverts par la puissance publique, car souvent non identifiés et pas ou peu déployés par le secteur lucratif, car peu ou non rentables.

A l'inverse d'une culture consumériste du jetable, qui sert le seul dogme économique en se souciant peu des conséquences sociales ou environnementales de ses actes à moyens ou longs termes, l'association par sa construction démocratique est une organisation d'avenir pour notre société. Elle produit des biens et des services communs, qui répondent à des besoins identifiés souvent porteurs de cohésion sociale et d'intérêt général.

Oui nous sommes des acteurs associatifs engagés et nous nous inscrivons pleinement dans l'économie sociale et solidaire dont nous attendons que par l'approbation de la loi éponyme, actuellement en cours de débat parlementaire, on reconnaisse le rôle économique et social prépondérant.

**La deuxième : C'est que nous sommes des militants du droit aux vacances pour tous !**

Notre revendiquons que dans les politiques touristiques de notre pays, la puissance publique prenne mieux en compte la dimension sociale des vacances. Nous avons d'ailleurs la même ambition sur l'espace européen et nous faisons notre la déclaration de Montréal de 1996 de l'OITS qui démontre que le tourisme social agit pleinement comme "faiseur de société".

“

... nous avons choisi aujourd'hui ce thème «Des colos innovantes !» qui marque notre volonté d'offrir des perspectives ambitieuses à cette activité des colonies de vacances, qui sont indispensables à la construction, demain, d'une société plus solidaire et plus humaine.

Patrick Brault

”

Avec près d'un Français sur 2, dont 3 millions d'enfants, qui ne part pas ou plus en vacances, nous savons tous que le temps des vacances est un temps unique et que nous avons besoin à la fois d'un "répit vacances" et d'un "projet vacances". Car outre un repos bien mérité, les vacances permettent un ressourcement personnel et ouvrent un formidable espace de liberté, de découverte, d'apprentissage et même parfois d'inclusion. Notre plaidoyer pour que notre pays se dote d'une véritable politique sociale des vacances audacieuse n'est donc pas une utopie.

Certes la France a besoin d'une industrie touristique performante pour notamment améliorer sa balance des paiements et valoriser son patrimoine historique et culturel, mais n'oublions pas que les vacances des Français apportent aussi une large contribution au développement économique et social des territoires d'accueil. Nous en avons apporté la preuve dans notre étude de décembre 2012 sur les retombées sociales, économiques et fiscales du tourisme social et solidaire.

C'est pour ses raisons que nous espérons, que le rapport de Madame Claudie BUISSON remis le 17 décembre 2013 à notre Ministre Madame Sylvia PINEL apportera lui aussi des propositions innovantes dont l'UNAT pourrait ainsi s'emparer et faire siennes.

### **La troisième : C'est que les colos apportent des réponses d'avenir !**

Les vacances pour les enfants -surtout les colonies de vacances- sont effectivement un investissement sur l'avenir. Elles enseignent et portent des valeurs éducatives et citoyennes indispensables, comme l'autonomie, la responsabilité, et la tolérance. Elles sont aussi quasiment le dernier espace de mixité et de cohésion sociale dont nous avons tant besoin aujourd'hui pour lutter contre toute forme de discrimination.

Si nous avons voulu ce thème "les colos innovantes" c'est pour témoigner de toute la vigueur créative des opérateurs du secteur et de leur capacité à se projeter dans la modernité pour répondre aux nouvelles attentes.

D'ailleurs à l'UNAT nous avons nous aussi su faire preuve d'innovation en créant l'an dernier, avec l'appui précieux de la DGCIS un portail référent intitulé "vacances-enfants-ados.com" pour promouvoir auprès du grand public, des prescripteurs et des organisateurs de séjours, une offre de colonies de vacances qui propose des contenus d'activité de qualité à des prix mesurés et qui soit garante de valeurs éducatives, de partage et de solidarité.

Quelques ouvrages traitent de la question des colonies de vacances notamment celui de notre ami Jacques CHAUVIN paru en 2009 qui justement s'intitule sobrement "les colonies de vacances". Je ne résiste pas à vous faire part de la tribune tenue le 20 messidor de l'an II (le 20 juin 1794) par le conventionnel Louis-François PORTIEZ, tribune qui a servi à Jacques, d'introduction pour son ouvrage.



*Les vacances pour les enfants, et surtout les colonies de vacances, sont effectivement un investissement sur l'avenir. [...] Elles sont aussi quasiment le dernier espace de mixité et de cohésion sociale dont nous avons tant besoin aujourd'hui pour lutter contre toute forme de discrimination.*

Patrick Brault





Je cite :

*« Les voyages donnent de l'essor à l'imagination, à l'esprit de la tenue, à l'âme de la vigueur, au corps de la force et de la souplesse. Ils instruisent l'homme à l'école du besoin. Par les voyages les idées s'agrandissent, les aperçus se multiplient, les préjugés se détruisent, les idiomes se confondent. Il serait à désirer que toute éducation fût en action. A Dieu n'en plaise que j'aie l'absurde dessein de rendre notre école ambulante. Combien d'observations instructives un conducteur peut faire à ces jeunes gens en s'éloignant pour la première fois de la maison paternelle et des lieux qui les ont vu naître ! ».*

Voilà qui est encore étonnamment moderne et qui amène à ma conclusion.

Nous nous étions engagés l'an dernier à poursuivre avec vous nos travaux pour que l'apport éducatif, économique et social des colonies de vacances dans notre pays soit encore mieux reconnu par les pouvoirs publics et par tous les acteurs qui agissent sur le domaine de l'enfance. Le pari est tenu et je suis certain que nos travaux d'aujourd'hui marqueront une nouvelle étape importante pour l'avenir des colonies de vacances dans notre pays et c'est bien évidemment notre vœu le plus cher.

Merci pour votre attention et bonne journée à toutes et à tous.

# Un monde qui change : innover pour perdurer

Jean MOCHON

Responsable de développement

La Belle Idée

Bien souvent, l'innovation est à l'origine d'un changement qui peut se caractériser par un ou plusieurs phénomènes suivants:

- ▣ Raréfaction des sources de revenus traditionnels
- ▣ Concurrence sur tous les secteurs (fin des marchés protégés par les réglementations ou les statuts)
- ▣ Nouvelles manières de rendre un service
- ▣ Nouveaux entrants sur des marges d'un secteur
- ▣ Cohabitation de différents modèles, y compris au sein d'une même entreprise ou organisation
- ▣ Evolutions des attentes des usagers, des clients et des salariés et attitudes souvent paradoxales
- ▣ Internationalisation des marchés, de la concurrence, des pratiques

Au fil de mes recherches, il me semble que le changement qui se crée dans le secteur des colonies de vacances est très certainement à appréhender dans sa globalité au regard de la situation socio-économique mais également sociétale qui touche de manière générale les vacances.

En France, la pauvreté est une réalité. Le 21 octobre 2013, elle compte entre 4,9 et 8,7 millions de pauvres selon la définition adoptée. Le mouvement de hausse est de plus en plus net, plus d'un million entre 2002 et aujourd'hui. Il constitue un tournant dans l'histoire sociale de notre pays depuis les années 1960. Cette situation a des répercussions parmi lesquelles le taux de départ des vacanciers qui régresse. Les centres de vacances sont également impactés par cette tendance puisque 3 Millions de jeunes ne partent jamais en vacances faute de moyens selon l'étude réalisée par l'Ovlej - Etudes et recherches de la JPA en 2011.

Même si l'Etat a longtemps soutenu les valeurs éducatives et sociales des centres de vacances, les aides connaissent une tendance générale à la baisse. Le rapport parlementaire d'information sur l'accessibilité des jeunes aux séjours collectifs et de loisirs, paru en 2013, fait état de 21 mesures pour favoriser le départ en colo. La première est la création d'un "fond national d'aide au départ en vacances collectives", qui serait financé par le rétablissement d'une taxe sur l'hôtellerie de luxe (une taxe de 2 à 6 % rapporterait 100 millions à 200 millions d'euros). Les autres concernent une plus large distribution des chèques-vacances, une intervention auprès de la SNCF pour des prix plus avantageux, ou l'instauration d'un volontariat de l'animation pour l'encadrement occasionnel aux côtés des professionnels.

Mais finalement rien de bien nouveau dans tout cela, ce qui pose quelques interrogations sur la capacité à innover du secteur Tourisme social comme d'ailleurs du secteur Tourisme



dans son ensemble. Si l'on cherche à imiter ce qui a fonctionné il y a 25 ans, il existe de grandes possibilités d'échec. L'environnement a fortement évolué en quelques années et il y a de grandes chances pour que les comportements des décideurs (collectivités et les services de l'Etat) aient, eux aussi, changé. Une partie du monde du tourisme dit marchand s'effondrera avec la disparition des régimes de défiscalisation, une partie du monde du tourisme social glissera lentement vers la disparition avec la réduction des subventions. Dans les deux cas il faut inventer de nouvelles pratiques, de nouveaux modèles.

Du côté des usagers, un changement sociétal s'opère également. Les familles placent leurs attentes ailleurs, créant de nouveaux phénomènes dans la société, des comportements en apparence contradictoires très bien décrits par Philippe Mallein (CNRS/Grenoble) comme paradoxaux. Il applique au monde du tourisme certaines approches de ces paradoxes:

- ▣ Paradoxe du rapport au marché: entre payant et gratuit
- ▣ Paradoxe du rapport à l'espace : entre réel et virtuel
- ▣ Paradoxe du rapport au territoire : entre local et global
- ▣ Paradoxe du rapport à l'organisation : entre le « dernière minute » et le « anticipé »
- ▣ Paradoxe du rapport aux autres : entre être séparé et ensemble à la fois

Et de l'analyse de ces attitudes qui ne sont pas des demandes contradictoires mais seulement la cohabitation de demandes apparemment opposées, il tire une lecture nouvelle des attentes et surtout des envies des clients. Avec cette clé d'analyse, on peut identifier de nouveaux comportements qui apparaissent dans le *marché* du tourisme, et par prolongement au secteur des vacances d'enfants et d'adolescents. Donc s'en servir permet de faire émerger de nouvelles offres, de nouvelles pratiques:

- ▣ La flexibilité et la guerre du prix  
Dans une conjoncture où le pouvoir d'achat est en baisse, les usagers sont de plus en plus sensibles au facteur financier. De fait, ils s'attendent à disposer du meilleur prix mais tout en ayant la possibilité de se décider à la dernière minute.

- ▣ L'image « urbaine » de la nature  
Les clients sont essentiellement des urbains pour qui les attentes d'un séjour « nature » ne doivent pas exclure les tendances les plus récentes.

- ▣ Militantisme et/ou engagement individuel ponctuel  
La question des valeurs n'a pas été détrônée par la consommation, mais l'engagement est de plus en plus individuel.



*Si l'on cherche à imiter ce qui a fonctionné il y a 25 ans, il existe de grandes possibilités d'échec. L'environnement a fortement évolué en quelques années et il y a de grandes chances pour que les comportements des décideurs aient, eux aussi, changé.*

Jean Mochon



## Comment naît l'innovation ?

Si on cherche à imiter ce qui a fonctionné il y a 25 ans on tombe de courbes de vacances, grandes possibilités à saisir.

C'est le marché a changé, les comportements des décideurs et des usagers aussi.

Innover c'est prendre en compte les mutations des attentes « clients »

**les collectivités, les services de l'Etat et ... les parents**

UNAT



• Des marques et des destinations qui ne sont plus référence mais qui se pensent comme telles...une illusion qui peut être source de désillusions. Exemple de résultat de ce décalage, les parents choisissent une offre en fonction de ce qu'ils veulent que leurs enfants fassent, et non en fonction de la destination en elle-même.

De fait, innover dans le champ du tourisme pour tous consistera à prendre en compte les mutations des attentes (formulées ou non) des différents publics : familles, collectivités et services de l'Etat.

### **Un détour par des mondes qui changent et qui s'adaptent**

Le changement engendre bien souvent une interrogation de la part des acteurs sur les réponses à donner aux besoins exprimés ou non sur un marché. Avant même de vous apporter quelques clés, il s'agit d'élargir la réflexion vers des mondes qui changent et s'adaptent. Tout secteur passe, à un moment donné, par un processus d'adaptation à de nouveaux systèmes de consommation et de distribution. Je vous propose quatre analogies:

#### • L'industrie automobile:

De nombreux secteurs voient leurs offres conditionnées par le fait qu'elles évoluent dans un environnement fortement normalisé et concurrentiel. Cela découle bien souvent des exigences de consommateurs de plus en plus accrues en termes de fiabilité.

#### • Les compagnies low cost

Dans un contexte économique « de crise », les usagers sont amenés à être suffisamment sensibles au facteur prix pour s'interroger sur le choix de certaines offres. Ce phénomène n'impacte pas seulement la frange de population la plus fragilisée financièrement, mais véritablement son ensemble qui recherche à maîtriser le prix. De fait, cet acte devient un choix et non plus une contrainte faisant émerger de nouveaux modèles économiques et de nouvelles offres.

#### • L'arrivée de l'impression 3D

La diffusion d'une innovation de rupture, bien souvent l'arrivée d'une nouvelle technologie, peut provoquer un changement profond dans un secteur d'activité. Par l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché, il se crée de nouvelles exigences des usagers remettant en cause les pratiques traditionnelles des acteurs déjà présents.

#### • La renaissances des boulangeries artisanales.

Tout secteur peut se retrouver, à un moment donné, confronté à une période de *trouble* face à des changements qui remettent en cause les pratiques. Bien souvent, un déclin est annoncé sans pour autant avoir de certitudes sur l'avenir.

Bien qu'éloignés de par leur objet social, ces secteurs rencontrent néanmoins des problématiques similaires qui peuvent être autant de perspectives pour vos centres de vacances. Cette approche du *nécessaire détour* est essentielle lorsqu'on veut réinterroger réellement ses pratiques. C'est le premier pas de côté d'une démarche d'innovation

# Industrie automobile

## Contexte

L'automobile étant devenue un produit mondial, la réglementation a évolué vers une standardisation internationale des normes techniques, environnementales et de sécurité.

De plus, la fonction principale d'un véhicule est progressivement passée du fonctionnel, à savoir transporter des passagers d'un point à un autre, vers de l'émotionnel. Les industriels doivent repenser leurs produits en y apportant des nouveautés technologiques. L'image de la marque est aussi devenue essentielle. Ces changements nécessitent un investissement toujours plus lourd qu'il convient d'interroger dans un environnement de plus en plus compétitif.

Le secteur est entré dans une ère d'hyper-concurrence mondiale avec l'éclosion de marchés dans les pays émergents. Une dualité s'exerce entre les pays développés où le marché a atteint une maturité et les pays émergents qui ne connaissent aucun obstacles immédiats de croissance : sans besoin d'innovation, sans enjeux environnementaux.

## Réponses

Les enjeux commerciaux sont sans précédent pour les constructeurs automobiles qui doivent combiner entre une offre de qualité et un prix plancher.

### • Limitation des possibles

L'industrie de l'automobile s'est concentrée sur les besoins de la demande. Ainsi, le secteur a réduit, en 10 ans, plus du double de son volume de production de nouveaux modèles. L'objectif est de maîtriser son offre pour réduire les pertes de coûts dans les processus de conception et de ventes.

### • Simplification des conceptions

Cela se traduit par une réduction drastique des délais de conception à travers le co-développement et la conception modulaire. Le paysage des fournisseurs de la filière a été rationalisé avec une spécialisation de ces derniers. Cela a généré de fait une double économie en introduisant une standardisation des fonctions des différents modèles et une réduction des coûts de gestion des fournisseurs. Du côté des véhicules low-cost, on recherche d'ailleurs des équipements et sous ensemble déjà éprouvés (fiabilisés) aux outils de production amortis et qui garantissent un rapport fiabilité prix préféré au rapport innovation / différenciation.

### • Mutualisation des moyens

En introduisant de nouveaux besoins en ressources et en compétences dans les processus de production, les constructeurs automobile travaillent de plus en plus en réseau pour bénéficier davantage de leur effet de taille : achat de compétences, de projets, de développement de concept. Les volumes doivent permettre aux constructeurs de générer les mêmes économies d'échelle que leurs concurrents et de diminuer les coûts de développement d'un nouveau modèle.

## Contexte

A l'instar de l'industrie automobile, les colonies de vacances évoluent dans un environnement réglementaire de plus en plus strict, avec une demande sociétale toujours plus forte en matière de fiabilité des séjours.

Par ailleurs, les mutations sociétales se traduisent par de nouvelles logiques de consommation : nouvelles formes de liens familiaux, modification du rapport au temps et à la mobilité des mineurs... Cela a un impact direct sur le sens des colos et ses valeurs éducatives. Face à une exigence plus accrue des contenus, les colos évoluent progressivement vers des séjours thématiques et pluriactivités mais à la fois plus coûteux.

Comme pour l'industrie automobile, ces changements nécessitent des investissements immobiliers et mobiliers de plus en plus lourds dans les centres de vacances alors que le secteur devient de plus en plus concurrentiel. En effet, si l'Etat a soutenu fortement le secteur, le paysage a changé aujourd'hui. On observe de plus en plus une hétérogénéité avec de nouveaux entrants de grandes ou petites tailles, lucratif ou non, avec une tendance à être plus indépendant des subventions publiques.

## Perspectives

Les centres de vacances sont de plus en plus confrontés à des enjeux économiques face à l'évolution de la demande et la tendance à la baisse des aides publiques.

### • Limitation des possibles

Les exigences accrues des familles en termes de contenu de séjours entraînent les organisateurs à proposer une variété de l'offre. Cette tendance engendre ainsi la multiplication des savoir-faire et des moyens. La piste envisagée serait de vous concentrer sur les besoins réels de la demande et les mettre en adéquation avec la réalité de chaque organisateur.

### • Simplification des conceptions

Les échanges entre les acteurs du secteur (familles, prescripteurs, organisateurs...) sont souvent réduits à une simple relation de donneur d'ordre. Néanmoins, mener des actions de co-conception représenterait un premier pas pour rationaliser l'offre et la demande. En partageant la prise de décision, le circuit de production du séjour et sa fréquentation s'en verrait facilités.

La co-conception ne se résume pas à la participation à des instances ; la posture devient permanente, et la relation permet d'anticiper les besoins... mais modifie en profondeur les habitudes de conception et d'organisation.

### • Mutualisation des moyens

La multiplication des moyens humains, matériels, organisationnels pourraient vous amener à repenser vos logiques de mutualisation, voire de regroupement pour bénéficier d'économies d'échelles. Cela permettrait notamment de réduire les besoins en investissements essentiels pour adapter l'offre à la demande. L'exercice est d'autant plus difficile pour des organismes de petites tailles qui agissent individuellement.

# Compagnie low-cost

## Contexte

Une enquête menée auprès de plusieurs milliers de voyageurs a montré que la majorité d'entre eux arbitraient leurs achats de voyages par le prix. Ce phénomène a touché de plein fouet les compagnies aériennes avec l'arrivée de nouveaux entrants : les compagnies low-cost.

Ces dernières ont ainsi bâti leur modèle économique sur ce phénomène sociétal en se différenciant du modèle économique des compagnies traditionnelles. Il consiste à proposer un vol sec correspondant à la demande d'usage du consommateur et lui laisser le choix d'assembler les options en fonction de ses besoins. Parmi ces services payants supplémentaires, on trouve par exemple l'enregistrement du bagage, le service à bord... Ce modèle permet ainsi au client de maîtriser complètement le prix à contrario des compagnies traditionnelles où les services gratuits sont finalement compris dans le prix global du billet.

Les compagnies traditionnelles ont vu leurs parts de marché fortement concurrencées là où le prix est déterminant et ont néanmoins préservé le monopole sur le long-courrier.

## Réponses

Ainsi, l'enjeu de rentabilité des compagnies low-cost pour maintenir un bas prix réside à capter une demande élevée tout en optimisant les coûts fixes au maximum.

### • Etre multi-segment clientèle

La rentabilité de ce modèle tire sa force du fait qu'il repose sur le multi-segment de clientèles, et en particuliers pour celle affaires qui représentent un tiers des utilisateurs de ces compagnies. Ces clientèles « solvables » permettent de mieux exploiter à fond la souplesse et la liberté du choix. De même, le multi-segment permet un taux de remplissage plus important, élément primordial pour réduire le coût d'un trajet.

### • Extension des temps d'exploitation

Le schéma est simple : un avion en l'air rapporte des profits, alors qu'un avion au sol est une source de coûts. Si la marge de manœuvre sur les coûts fixes est sensiblement la même qu'une compagnie traditionnelle, c'est le rendement qui permet de créer de la différence. Il faut donc rester un minimum de temps au sol entre deux vols. Ainsi, la productivité des appareils est optimisée en réduisant les escales et en augmentant les rotations, jusqu'à 8 fois par jour.

### • Mutualisation des équipements

Une compagnie n'est jamais propriétaire de sa flotte aérienne, simplement gestionnaire. De plus, elle renouvelle plus souvent ses appareils qui sont très généralement monotypes permettant de baisser les besoins en formation du personnel. Du côté de la distribution, la commercialisation des billets se fait en direct via Internet par des centrales pour éviter au maximum les frais d'agence, les frais liés au système informatique de réservation, les frais de dossier...

# Accueil collectif de mineurs

## Contexte

Dans le monde du tourisme, les vacanciers sont également devenus exigeants en comparant les prix et les produits. Ils sont souvent disposés à mettre en place une stratégie de réservation qui leur permettent d'acheter leurs séjours à moindre coût, et y compris en attendant la dernière minute.

Le mouvement historique du secteur du tourisme social et solidaire permet de répondre à la demande en maintenant une politique tarifaire sociale pour l'accès de tous. Néanmoins, l'objet social est bien souvent méconnu des familles. A ce titre, le rapport parlementaire évoque les colos du monde associatif en parlant de garderies d'été présageant de l'image perçue par les familles. De fait, ces colos constituent l'opportunité de confier ses enfants à bas prix sans pour autant que les parents aient forcément conscience des valeurs sociales et éducatives des séjours.

En faisant le parallèle avec les compagnies low-cost, vous auriez intérêt à vous poser la question de la concurrence par le prix si elle venait à porter des valeurs de manière plus agressive.

## Perspectives

Les centres de vacances doivent être en alerte pour être compétitif face à une concurrence par le prix qui combinerait les mêmes avantages.

### • Etre multi-segment clientèle

Une étude menée en Wallonie par l'Université de Louvain a constaté que les établissements du tourisme social et solidaire accueillent de nombreuses classes moyennes et supérieures en raison du rapport qualité/prix proposé. Pourtant, les valeurs portées par le tourisme social et solidaire entraînent des difficultés aux acteurs à assumer l'accueil de ces classes qui se caractérise par de la montée en gamme par exemple. Néanmoins, en occultant cette clientèle, vous prenez le risque de ne pas pouvoir être rentable et réinvestir dans votre objet social.

### • Recherche d'extension des temps d'exploitation

Les colos sont fortement rythmés par les temps de vacances scolaires. De fait, l'exploitation est rendu difficile par une activité éphémère, environ 4 mois sur 12 avec une hausse durant la saison estivale. Néanmoins, dans une logique de diversification des publics en dehors des vacances scolaires, cela contribuerait à donner une multifonction à vos centres et ainsi réduire vos coûts d'amortissement réalisé par l'investissement.

### • Mutualisation des équipements

Dans le secteur, les organisateurs de séjours sont parfois gestionnaires et propriétaires des centres. Pourtant, le premier rapport public des finances locales, la Cour des comptes présidée par le député socialiste Didier Migaud, souligne que des marges d'économies existaient dans la gestion du patrimoine des collectivités locales, de leurs aides aux entreprises et de l'organisation des services publics locaux.

# Impression 3D

## Contexte

Si l'impression 3D a longtemps été réservée aux industriels pour des raisons financières et technologiques, elle est aujourd'hui à la portée des particuliers grâce à des prix devenus accessibles et à des utilisations simplifiées, comme par exemple les programmes smartphone.

La généralisation du phénomène pourra permettre aux particuliers mais aussi à des petites et moyennes entreprises de créer tout objet et de déployer largement le sur-mesure. Par exemple, une pièce détachée qui n'est plus commercialisée pourra être conçue par n'importe quel fabricant. De même, on peut imaginer que les entreprises pourront mettre à disposition les plans des pièces. Dans son discours sur la relance de l'industrie manufacturière en février 2013, le Président des Etats-Unis Barack Obama déclare : « Cette technologie aura la possibilité de révolutionner notre façon de fabriquer presque tout. ».

Cette technologie représente une avancée révolutionnaire car elle pourra façonner de nouveaux modes de consommation. Il est fort à parier que d'ici quelques années, un usager, en particulier une collectivité qui aura connaissance des possibilités offertes, sera beaucoup plus exigeant en termes de délais de fabrication. Il n'acceptera plus d'attendre plusieurs semaines pour recevoir une pièce détachée spécifique. De plus, on peut s'attendre que les exigences s'accroissent en matière de sur-mesure et de production personnalisée, voire même le développement du Do It Yourself, mouvement né aux Etats-Unis.

## Réponses

### • Possibilités de relocalisations et petites séries compétitives

La compétitivité actuelle amène les entreprises à produire dans les pays où la main d'œuvre est moins chère. Les logiques de centralisation et flux logistiques importants et matériels nécessitent ainsi de gérer une main d'œuvre souvent moins chère. Or, l'impression 3D pourra exercer l'effet inverse avec une production au plus près des lieux de consommation et avec une perte de stock beaucoup mieux maîtrisée.

### • Créations hors lobbies et normes

Avec une démocratisation des impressions 3D dans les foyers, les fichiers de conception vont circuler librement sur Internet, remettant en question la notion de droits d'auteur. Si l'on voit déjà actuellement quelques demandes de retrait du fichier au nom du droit d'auteur, la gestion des droits numériques n'est pas encore cadrée pour ces mouvements émergents. On va assister à une montée en puissance des lobbies de copyright dans le but de contrôler un secteur en expansion. On devrait voir apparaître des brevets de propriétés intellectuelles et tout un ensemble de normes.



## Contexte

Le tourisme, et les colos y compris, trouve leur corolaire avec l'essor d'Internet. Si autrefois, il fallait plusieurs mois aux vacanciers pour recevoir les catalogues afin d'y réserver leurs séjours auprès des principaux grands distributeurs, le web a élargi le champ des possibles.

Le développement des sites d'information et de réservation touristiques a bouleversé le cycle de la préparation des vacances. L'information est devenue immédiate et accessible, 24heures sur 24, sans intermédiaire et avec une certaine exhaustivité des offres. Le web rassemble sur un même espace et à portée de clic toutes les enseignes, renforçant les pratiques de mise en concurrence. De fait, la comparaison des tarifs s'en trouve fortement facilitée, d'autant plus avec l'apparition de sites comparateurs de prix. Face à l'effet conjugué du foisonnement d'offres de produits relativement standardisés et à sa facilité de mise en distribution, Internet a donné naissance à une nouvelle génération d'acteurs et à de nouvelles solutions techniques et marketing, comme par exemple le concept de vacances de dernières minutes à bas prix.

Cette technologie a métamorphosé les pratiques touristiques dans le cycle de préparation d'un séjour qui s'est réduit de façon drastique. De plus, Internet a rendu la prise de décision plus confortable pour l'utilisateur et l'accès à l'information affirme les envies. Ainsi, les vacanciers deviennent peu à peu plus exigeants sur le choix des destinations et veulent des contenus de séjours plus personnalisés.

## Perspectives

### • Possibilités de concurrence nouvelle

L'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché a fait émerger des destinations à l'étranger relativement peu chères et attractives pour les français qui recherchent de plus en plus un certain exotisme. Cette tendance crée une étroite concurrence par le prix avec les offres du tourisme social et solidaire. Dans les colos, ce phénomène se caractérise avec une demande toujours plus croissante des familles pour les séjours à l'étranger, qui oblige bien souvent les organisateurs de séjours historiques à réadapter leurs offres. A l'inverse, Internet peut représenter pour vous un levier formidable pour formuler en contre-pied une réponse attractive auprès d'une clientèle étrangère.

### • Créations hors lobbies et normes

Internet a favorisé l'émergence de nouveaux canaux de promotion. Aujourd'hui, les internautes peuvent échanger librement des bons plans, commenter des prestations influençant fortement le choix des futurs vacanciers. Néanmoins, ces pratiques nouvelles renvoient à des questions de fiabilité de l'information qui peuvent dans certains cas isolés avoir un préjudice collectif pour la filière. C'est pourquoi, la question de l'e-réputation est devenue cruciale pour protéger votre professionnalisme. Ainsi, la réglementation se structure avec notamment l'apparition de normes nouvelles portant par exemple sur l'authenticité des avis en ligne.

# Boulangeries artisanales

## Contexte

Il y a une vingtaine d'années, il a été annoncé une très forte diminution du marché des boulangeries artisanales face à l'essor de la grande distribution. Résultat, les boulangeries occupent aujourd'hui la première place de l'artisanat alimentaire et figurent parmi les commerces de détail de proximité les plus fréquentés. Le secteur possède environ 37 points de ventes, compte environ 140 000 personnes dont 110 000 salariés et 14 000 apprentis.

## Réponses

### Travailler l'identité

Le produit occupe une place importante culturelle en France. Les boulangeries artisanales ont travaillé en ce sens à travers l'image de la qualité perçue par le client, à l'inverse de ce que peut renvoyer l'industrie. On communique non pas sur le prix mais sur des valeurs. Ainsi, on associe artisanat avec qualité faisant passer le produit de nécessité à plaisir. De plus, les boulangeries artisanales entretiennent une relation forte avec la clientèle, à travers des logiques de proximité et de territoire, favorisant une image conviviale et humaine.

# Accueil collectif de mineurs

## Contexte

L'allusion aux boulangeries artisanales n'est pas sans rappeler le contexte dans lequel évoluent les colonies de vacances. De manière générale, les médias annoncent leur déclin en pointant du doigt que chaque année trois millions d'enfants ne partent pas en vacances. Même si les colos traversent une période économique difficile, il faudrait y apercevoir, au même titre que les boulangeries artisanales, un changement de nature des évolutions sociétales plutôt qu'une fin prématurée. Il faut rappeler qu'à 18 ans, 40 % des jeunes d'une classe d'âge sont partis en vacances collectives.

## Perspectives

### • Travailler l'identité

Les colos sont toujours reconnues pour leurs valeurs qui participent à la construction et à l'épanouissement des enfants et des adolescents. Pour autant, l'image des colonies de vacances est bien souvent stéréotypée par une dimension folklorique et culturellement désuète. Ces clichés sont issus des mouvements d'Education Populaire du milieu du XXème siècle qui sont en décalage avec ce que les séjours sont réellement aujourd'hui. Au même titre que les boulangeries artisanales, vous auriez tout intérêt à poursuivre vos efforts en communication au travers de l'équilibre conserver des valeurs éducatives et faire envie aux enfants au travers de loisir.

## Remarque...

Les deux secteurs d'activités, l'industrie automobile et les compagnies low-cost, connaissent un enjeu fort autour de l'emploi avec des impacts directs en matière de coût de la main d'œuvre et de conditions de travail. Par prolongement au secteur des séjours collectifs pour mineurs, on pourrait penser que la fonction d'animation deviendrait une activité davantage économique en prenant le chemin des logiques de délocalisation et d'optimisation des coûts.

En effet, dans une ère où l'activité a besoin d'être rémunératrice pour les jeunes qui l'exercent, les organismes seraient amenés à limiter leurs coûts de personnel d'animation. D'autant plus que dans l'hypothèse où il existerait une équivalence des formations d'animation à l'étranger, il faudrait s'attendre à ce que le marché de l'emploi des animateurs français se bouleverse face à d'autres pays où le coût de la main d'œuvre moins élevé.

Cette perspective remettrait ainsi en cause le fondement même de la fonction d'animation telle que pratiquée depuis des décennies.

## Rien ne sert d'inventer : les clés de l'innovation

Ces différents détours par d'autres filières montrent que l'innovation se construit en prenant compte des changements. En effet, innover ne se résume pas simplement à inventer, imiter la concurrence ou encore suivre les effets de modes.

L'innovation cherche à apporter une plus-value sur un marché, condition sine qua non pour rendre légitime son activité et pérenniser son objet social auprès des usagers.

Une démarche d'innovation se traduit ainsi par :

- ▣ Changer de posture, de regard
- ▣ Changer les références d'un problème
- ▣ Se demander si on a encore raison en se projetant dans l'avenir
- ▣ Travailler avec d'autres compétences, d'autres apports, partenaires et co-conception clients
- ▣ Mutualiser, optimiser
- ▣ Penser modèle économique

C'est un processus qui s'inscrit dans une stratégie globale faisant intervenir différentes fonctions de gestion, de finance, de marketing, de ressource humaine et qui dans le même temps développe ses propres modèles, outils et concepts. On parle alors de culture d'innovation d'un organisme.

### Regard sur...

#### **La station de Courchevel, un bel exemple d'innovation dans l'histoire du Tourisme Social et Solidaire**

Pierre Cot (progressiste, apparenté PCF) et Pierre de La Gontrie (radical-socialiste) imposèrent la construction de cette station, (...) pour offrir des loisirs à prix accessibles. La station de ski de Courchevel naît le 3 mai 1946 (...).

La vocation initiale de station pour le tourisme social et ouvert au plus grand nombre a été initiée par le journaliste Gilles de La Rocque. Sur la proposition d'Émile Allais, champion olympique, Gilles de La Rocque devient le directeur de Courchevel de 1960 à 1982.

Pour faciliter l'apprentissage du ski par un grand nombre, Emile Allais innove en développant le tracé de pistes non naturelles et le damage de ces pistes. Il lance également, avec le concours des hôteliers et commerçants, une bourse des neiges destinée à des étudiants de milieux défavorisés. Il a permis de rendre possible l'impossible, à savoir rendre accessible le ski pour tous en facilitant son apprentissage.

Ce projet a donné naissance à un nouveau monde du tourisme de montagne en faisant passer la pratique du ski de sports d'élite à un loisir de masse.







## **Partie 2.**

### **Des expérimentations dans les colos**

L'innovation peut prendre une infinité de forme et ses conditions de réussite sont plurielles. A cet effet, le comité de pilotage a sélectionné 6 témoignages en plénière et 11 en ateliers pour illustrer des actions innovantes dans le secteur et favoriser le débat avec la salle. Au final, organismes de petites comme de grandes tailles, parisiens ou provinciaux présentent des micro-innovations ou des projets très aboutis. Seule exigence commune auprès des témoins : pas de présentation de l'organisme mais du concret, avec pas ou peu d'intentions, sur ce que ils ont fait, pourquoi et comment, et les effets produits.

# La pédagogie de la liberté

**Véronique CLAUDE**

Directrice

Maison de Courcelles

C'est probablement l'un des projets éducatifs les plus aboutis en matière de prise en compte des besoins de l'enfant. Bien que ce ne soit pas secret, peu de professionnels connaissent l'extraordinaire travail fait par les administrateurs et salariés de la Maison de Courcelles. Une entrée en matière pour susciter des vocations ou tout simplement réadapter certains de nos projets. Une pédagogie de la liberté...

## Un projet à contre-courant du modèle « colonial »

Ce projet prend son histoire au cours des années 80 sous la volonté de rompre avec le modèle colonial dominant des années 60-70 qui se caractérise par :

- ▣ Une répartition d'enfants par groupes d'âges homogènes
- ▣ La distribution en grands groupes pour les activités
- ▣ La distribution en petits groupes pour la vie quotidienne
- ▣ La possibilité de choisir parmi une palette d'activités proposées par un animateur à pratiquer dans la journée

Le projet de Courcelles s'est ainsi construit à l'inverse des organisations classiques prédominantes dans le secteur des colos en se centrant sur l'enfant et l'expérience de la liberté. Cette pédagogie suppose que ce n'est plus à l'adulte de décider de l'organisation pour l'enfant mais à lui de s'organiser pour que l'enfant décide.

En effet, cette pédagogie considère que l'enfant est capable de décider de ce qu'il fait tant sur le fond (choix de l'activité ou d'un moment de la vie quotidienne...) que sur la forme (le moment, le choix des pairs...). Chaque fois que l'enfant décide de quelque chose, il en accepte en même temps les contraintes et les avantages. Les effets de cette succession d'expériences permettent à l'enfant simplement de grandir et de développer son autonomie. Il en découle une autre expérience : celle de la prise de décisions pour soi dans le respect de l'autre. Elle se crée à partir d'un collectif découlant d'un cadre proposé et non à partir d'une norme imposée par l'adulte.

Au début de son existence le projet a rencontré quelques critiques sur son utopisme et son laxisme. C'est pourquoi, l'association a entamé une recherche-action avec l'aide de Jean Marie BATAILLE chercheur émérite en science de l'éducation, pour comprendre l'impact de son projet sur les enfants et les animateurs. Cette recherche-action s'est déroulée sur deux années et a permis de valider l'adéquation entre les objectifs de l'association et les moyens mis en place.

## Des supports structurants

Les enfants se déplacent librement dans la maison, il n'existe pas de groupes et d'activités obligatoires déterminés par l'équipe d'adulte. C'est pourquoi les moyens qui sont mis en place favorisent cette expérience de la liberté avec notamment quatre repères spatiaux-temporels structurants pour l'enfant.



*Cette pédagogie suppose que ce n'est plus à l'adulte de décider de l'organisation pour l'enfant mais à lui de s'organiser pour que l'enfant décide.*

Véronique Claude





Les espaces permanents permettent aux enfants de trouver, du lever au coucher, et sans interruption, un animateur et du matériel pour la découverte d'une activité.

Les projets permettent aux enfants d'exprimer leurs envies de réaliser - collectivement ou individuellement - une action auprès d'un animateur. Les projets peuvent être indépendants des espaces permanents, comme par exemple l'organisation d'une sortie.

Les événements sont des moments collectifs et festifs proposés par les animateurs mais qui ne sont pas planifiés à l'avance auprès des enfants. Ils sont libres de participer ou non et l'invitation se fait de manière ludique pour favoriser un contexte de libre choix.

Les lieux collectifs permettent l'implication dans la vie de la maison. Ici, les lieux sont accessibles de manière échelonnée sans contraintes de créneau horaires pour l'enfant. La cuisine accueille également les enfants qui souhaitent participer à l'élaboration des repas.

Ainsi, l'enfant vit son séjour librement tout en évoluant dans un cadre où le collectif, toujours présent, impulse des idées et des envies à chacun.

### L'animation, clé de voûte de l'expérience de la liberté

Le taux d'encadrement élevé, à savoir 1 adulte pour 4 enfants, permet de bénéficier de la présence d'un animateur dans chaque lieu et à tout moment de la journée sans interruption. Néanmoins, la force de ce projet repose sur une réelle organisation de l'équipe adulte plus mobilisante que dans un projet classique. Elle permet de se concentrer sur un accompagnement différencié selon le degré d'autonomie de l'enfant, acquis par ses expériences de vie antérieures.

Ainsi quels que soient ses besoins individuels, l'équipe d'animation peut adopter des postures adaptées sur les différentes phases du séjour :

La prise en charge de son rythme de vie comme par exemple les repas échelonnés...

L'organisation et le déroulement d'un projet : l'animateur à l'écoute de l'enfant l'accompagne, selon son choix, ponctuellement par des conseils ou sur l'ensemble de la période d'élaboration.

Les événements : les animateurs doivent être capables de s'adapter et s'organiser, comme par exemple réaliser une chasse aux trésors à 5 comme à 50 sans préparation.

### La souplesse d'un projet qui s'adapte aux évolutions

Trente ans après, cette association a pu élargir les propositions en direction de nouveaux publics : les 4-7 ans, les 12-14 ans et les 14-16 ans. Chaque année, elle augmente le nombre de séjours ainsi que le nombre de participants. Aujourd'hui, elle



“

... l'enfant vit son séjour librement tout en évoluant dans un cadre où le collectif, toujours présent, impulse des idées et des envies à chacun.

Véronique Claude

”

accueille en moyenne 450 enfants par an. On peut entrevoir dans cette réussite, plusieurs facteurs d'adaptation aux évolutions sociales, sociétales et économiques.

Sur le plan sociétal, la fluctuation des durées de séjours a obligé l'association à s'adapter à une temporalité plus éphémère. Si dans les années 80, les enfants restaient souvent un mois en colo, permettant ainsi meilleure familiarisation avec leurs rythmes et leurs envies, la modification du temps et l'essor des courts séjours demandent plus de réactivité pour établir des liens de proximité avec eux. Néanmoins, le cœur du projet restant le même, l'équipe s'est organisée en développant les espaces permanents en termes de matériels mais également en termes d'encadrement.

Sur le plan économique, l'association maintient un prix abordable pour les familles, environ 390€ la semaine, sans pour autant diminuer la qualité du séjour. Plusieurs explications s'entrecroisent. La nouvelle économie de partage a favorisé l'association a entré dans une « consommation collaborative ». Ainsi, elle est en constante recherche de bons plans afin de donner une seconde vie au matériel mis à disposition, notamment le mobilier. Le taux de fidélisation de l'association, avoisinant les 80%, privilégie une relation de proximité avec les familles. De fait, elles participent elles-mêmes au phénomène en réalisant des dons de matériels en direct. De plus, les temps d'exploitation de l'association sont importants, avec un centre ouvert dix mois sur l'année. Ainsi, on mutualise l'investissement du matériel autant pour les classes de découvertes que les colonies de vacances. Enfin, la limitation des activités à l'extérieur durant le séjour et la reconnaissance de l'objet pédagogique de l'association permet de réduire ses coûts liés à l'acheminement. En effet, elle peut imposer aux collectivités, avec lesquelles elle entretient des liens étroits, et aux particuliers à amener leurs enfants directement sur le centre.

Sur le plan social, le projet pédagogique privilégie un accueil ouvert à tous en maintenant une *mixité sociale*, quel que soit les origines sociales, géographiques ou les conditions physiques et financières. L'accompagnement individuel et différencié favorise de nouveaux comportements chez l'enfant que ceux perçus par les enseignants et les parents. Ainsi, un enfant en situation de handicap va pouvoir vivre également à son rythme et avec ses difficultés, sans être ressenti comme un poids au sein du groupe. Grâce au travail réalisé en amont avec les services de placement des collectivités, notamment celles inscrites en ZUP, l'association leur permet d'envoyer maximum 10 jeunes en grande difficulté à vivre une expérience de la liberté dans un contexte collectif hors cadre scolaire et familial. Les enfants dits *difficiles*, *violents*, ont moins de raison d'être en colère ou de s'opposer lorsqu'ils vivent cette expérience. La parution d'une publication permettra d'évaluer comment la pédagogie de la liberté impacte la prise de décision et peut aider les enfants à se responsabiliser et à s'investir dans l'engagement associatif.



... le projet pédagogique privilégie un accueil ouvert à tous en maintenant une *mixité sociale*, quel que soit les origines sociales, géographiques ou les conditions physiques et financières.

Véronique Claude





LES MORDUS  
DE LA PELLICULE



Bonjour,  
Tu vas bientôt  
quelques jours  
Ce petit journal  
permettre  
comprendre  
tes vacances

Lis-le avec tes parents,  
il y a aussi des informations pour eux.  
Bonne lecture et à bientôt !  
L'Equipe d'Animation.



# Un séjour citoyen et solidaire

## Magali RAYMONGUE

Responsable du service vacances et classes de découverte  
Fédération de La Ligue de l'Enseignement des Yvelines

Le comité de pilotage a retenu ce projet car il semble caractéristique d'une évolution des approches éducatives : un séjour solidaire pour des 15/17 ans construit tout au long de l'année. Ce projet part du principe que les parents sont confiants dans ce type de départ, que les jeunes sont motivés par la dimension sociale et que l'organisateur co-construit un projet avec des acteurs souvent très éloignés de la sphère des colos.

### Investir sur l'implication volontaire des jeunes

Depuis 2007, la Ligue de l'Enseignement des Yvelines mène un projet autour d'un séjour solidaire et citoyen à l'étranger. Celui-ci a été construit dans la volonté de créer du lien entre les participants et les personnes rencontrées sur place qui puisse perdurer au retour des jeunes. Il s'agit de sensibiliser et d'accompagner les jeunes autour d'actions citoyennes.

Néanmoins, la réussite d'un tel projet repose sur l'implication volontaire des jeunes dans le montage du projet qui ne se résume pas simplement à vivre un séjour en tant que consommateur. En effet, le projet ne peut fonctionner réellement que si les jeunes le construisent et en deviennent acteur.

De fait, l'implication volontaire s'exprime autant sur :

- ▣ L'investissement personnel dans la réalisation du séjour en dehors des temps scolaires, à savoir le week-end ou les soirs en semaine,
- ▣ La volonté de créer du lien dans un groupe mixte pour entretenir une bonne entente.

A travers un appel à candidature diffusé auprès des 16/25ans de la ville de Trappes, un comité s'est réuni pour procéder à la sélection des jeunes dont le critère principal est la motivation. A l'été 2013, ont été retenus 15 jeunes âgés de 16 à 23 ans, dont 3 encadrants français pour assurer l'accompagnement sur place. La composition du groupe se divisait de la manière suivante : 6 mineurs et 6 majeurs, 3 garçons et 12 filles. Ils sont issus d'origines culturelles, sociales et géographiques variées, participant à la mixité du groupe.

### Un projet mobilisant en amont et pendant

Une forte contribution des jeunes est nécessaire durant toutes les phases du séjour: la préparation en amont et la réalisation sur place.

Avant le séjour, les jeunes sont sollicités environ six mois à l'avance pour préparer le projet. L'accompagnement en amont est essentiel pour faire prendre conscience à chaque jeune de sa capacité à agir.

Tout d'abord, la définition du séjour passe par des réunions de sensibilisation aux problématiques locales (scolarisation, santé, droit des femmes...) et une réflexion autour de la notion



... la réussite d'un tel projet repose sur l'implication volontaire des jeunes dans le montage du projet qui ne se résume pas simplement à vivre un séjour en tant que consommateur.

Magali Raymongue



de solidarité. Ce travail préalable est mené afin que les actions choisies par le groupe soient adaptées aux besoins de la population locale.

S'en suit des actions de collecte de matériels et de fonds que les jeunes décident de mener. Sur ce projet, on peut citer la participation à :

- ▣ Diverses manifestations sur la ville de Trappes afin de faire connaître leur projet aux habitants
- ▣ La récolte de fonds lors de la fête de quartier de Trappes en organisant une vente de crêpes, de gaufres, de gâteaux et un stand de pêche à la ligne
- ▣ La vente de tickets de tombola
- ▣ La collecte de fournitures scolaires, vêtements (bébés, enfants, adultes), jeux et jouets, livres, matériel paramédical...

A l'issue de ces actions, le matériel récolté est très conséquent, si bien que seul un échantillon est parti avec le groupe. Le reste du matériel est parti par container fin novembre.

Le coût du séjour représente environ 30 000€ et a été financé par :

- ▣ La subvention de la Mairie de Trappes,
- ▣ Les fonds récoltés aux différentes manifestations,
- ▣ La participation financière du groupe à hauteur de 150€ par jeune.

Pendant le séjour, les jeunes sont amenés à travailler avec les associations locales pour conduire les actions avec la population. Trois associations ont été rencontrées :

- ▣ Afsud, une association regroupant des femmes de 5 villages de brousse autour de Bazoulé. Son champ d'intervention concerne l'éducation des enfants, l'alphabétisation des adultes, la fabrication de produits cosmétiques à base de karité, de teinture, de miel, la pratique de la couture...
- ▣ Sitala, une association regroupant des artistes à Bobo Dioulasso (musiciens, chanteurs, danseurs, peintres...). Ils initient les enfants des quartiers à l'art.
- ▣ La Gare, un orphelinat chargé de placer les enfants dans des familles d'accueil et d'accueillir ceux ne bénéficiant pas d'hébergement. Il assure également le suivi administratif et l'éducation de ces enfants. Il dispose de très peu de moyens, deux instituteurs et un responsable de l'association, et connaît de grosses difficultés liées à une forte opposition politique.

Les jeunes ont mené divers travaux avec la population locale et financé des micro-projets grâce au matériel et aux fonds récoltés. Les animateurs français ont assuré le suivi des micro-actions réparties en groupe d'atelier pour éviter les effets de masse. De plus, les jeunes ont partagé des moments conviviaux afin de créer du lien avec la population locale. Les

“

*Les jeunes ont partagé des moments conviviaux afin de créer du lien avec la population locale. Les animateurs et les plus âgés du groupe ont joué également un rôle de régulateur pour favoriser la cohésion du groupe.*

Magali Raymongue

”



animateurs et les plus âgés du groupe ont joué également un rôle de régulateur pour favoriser la cohésion du groupe.

Avec l'association Afsud, le groupe a participé à la plantation d'arbres dans un jardin pédagogique avec les écoliers à proximité de l'école de Songpelsé, au raccord d'une cuve à la citerne du village pour assurer l'arrosage du jardin, à la préparation et la distribution des repas des enfants de l'école avec les femmes du village, à la rénovation de la salle d'alphabétisation et la décoration de la crèche, l'organisation de jeux extérieurs avec les enfants du village (foot, badminton, corde à sauter...), l'achat de 15 chèvres pour les femmes de l'association à hauteur de 500€ récoltés en amont, la remise de matériel scolaire aux instituteurs, l'organisation d'un repas communautaire pour le village de Songpelsé.



Avec l'association Sitala, le groupe a participé à la journée dans le village de Larma, une rencontre avec les élèves et les instituteurs du village, la remise de matériel scolaire, au repas dans le village et aux chants et danses avec les femmes du village.

Avec l'orphelinat La Gare, le groupe a participé à la rencontre avec le directeur de l'orphelinat et la remise de matériel (vêtements, fournitures scolaires, jouets...)

Néanmoins, l'organisation, à savoir l'hébergement et les transports, est rendue possible grâce aux différents relais sur place. Le groupe est pris en charge tout au long par un coordinateur et un accompagnateur burkinabés.

### Un impact durable : de jeunes citoyens engagés

Les impacts de ce séjour solidaire s'inscrivent durablement auprès des jeunes. En premier lieu, la rencontre avec une population d'une culture différente a déclenché chez eux une réflexion autour des relations nord/sud et de la notion de solidarité. A cet effet, ils ont organisé une soirée de restitution, avec témoignages et photos, en présence des parents et des partenaires. Elle a permis aux jeunes de transmettre leur expérience et de se sentir valorisés, en particulier pour les plus fragilisés en situation d'échec scolaire qui ont été tirés vers le haut.

Par la suite, les jeunes ont gagné en confiance sur leur capacité à agir pour les causes auxquelles ils adhèrent. Ils ont décidé de poursuivre leur engagement en France en créant leur propre association. Leur prochain objectif est de monter leur propre chantier solidaire prévu en juillet 2014.

En outre, la participation active des jeunes aux différentes manifestations organisées sur la ville a permis une reconnaissance, au niveau local, par les habitants et les différents partenaires de la ville, du faire valoir des compétences de l'organisateur dans la mise en œuvre d'un projet à long terme. Il a amorcé un réel travail de partenariat avec les collectivités commanditaires : mairie, établissement scolaire...

“

*... les jeunes ont gagné en confiance sur leur capacité à agir pour les causes auxquelles ils adhèrent. Ils ont décidé de poursuivre leur engagement en France en créant leur propre association.*

Magali Raymougue

”



# Lever de rideau !

**Céline HARTMANN**

Responsable vacances inclusives

APF EVASION

La loi de 2005, favorisant l'accès des personnes ayant un handicap a permis de faire évoluer l'idée de l'intégration des enfants dans les séjours classiques. Au-delà du projet d'inclusion, au sens de la vie quotidienne et des animations prévues, construire un projet pédagogique basé sur la mise en œuvre d'une pièce de théâtre nous semblait un projet fort.

## Réaliser le souhait de jeunes non-valides grâce à un partenariat

APF Evasion organise deux catégories de séjours pour les enfants en situation de handicap :

▣ Les colos *adaptées* : ces séjours organisés par l'association depuis 80ans accueillent uniquement des enfants en situation de handicap.

▣ Les colos *en intégration* ou *vacances inclusives* : ces séjours dits *ordinaires* sont organisés par des partenaires et accueillent individuellement des jeunes *extra-ordinaires* de l'association.

Néanmoins, une demande de plus en plus forte des jeunes en situation de handicap s'est créée en faveur d'une mixité plus prononcée dans les séjours d'inclusion. Un projet s'est ainsi dessiné à l'automne 2012 pour organiser un accueil mixte, avec une moitié valide et une autre non-valide. La finalité de ce séjour réside dans le vivre ensemble autour d'un projet commun mobilisant afin que chacun puisse trouver sa place quelle que soit sa situation. Néanmoins, une interrogation autour d'un équilibre s'est posée dès le départ: comment proposer un séjour mixte qui soit mobilisant pour tous et dans lequel les différences seraient une force?

Le séjour devant être effectif à l'été 2013, il a été fait le choix de se rapprocher d'un organisme de vacances partenaire qui puisse être en capacité de répondre à cette problématique tout en mobilisant rapidement de jeunes valides.

Temps Jeunes a répondu positivement à cette perspective. Ce partenariat s'est fait de manière naturelle entre nous par notre partage des mêmes valeurs soutenues par ce projet: tolérance, solidarité, partage, responsabilisation et apprentissage de l'autonomie.

La définition du projet commun a rapidement émergé :

« Nous formons une troupe de théâtre amateur extra-ordinaire avec pour objectif la création d'un spectacle que nous présenterons en fin de séjour à Apt et à Avignon dans le cadre du Festival Off. Artiste ou technicien, timide ou intraverti, valide ou en fauteuil roulant, chacun d'entre nous aura sa place dans le choix des textes, la création des décors ou des costumes, la mise en scène et la représentation. »

- Extrait du descriptif catalogue -



... une demande de plus en plus forte des jeunes en situation de handicap s'est créée en faveur d'une mixité plus prononcée dans les séjours d'inclusion.

Céline Hartmann





De plus, une confiance s'est installée dès le départ avec Temps Jeunes qui jouissait d'une certaine autonomie sur les séjours adaptés et pouvait être en mesure d'être réactif et souple face à la complexité que représente un tel partenariat.

### Organiser son tandem sur les aspects logistiques

Les opportunités du partenariat ont reposé sur le partage de savoir-faire et de compétences ainsi que sur une souplesse d'organisation pour soulever les différents freins potentiels du séjour.

▣ Le lieu a constitué le premier élément déterminant, outre le fait de sa disponibilité et sa proximité durant le festival Off d'Avignon, pour permettre la mixité du séjour. Un centre à Apt a été retenu. Le choix s'est ainsi porté sur un lieu neutre, accessible et non médicalisé tout en étant attractif pour des jeunes.

▣ L'encadrement a représenté un aspect organisationnel primordial pour permettre la prise en charge de la vie quotidienne et des soins mais également pour préserver la qualité des animations et le respect du projet pédagogique. Le recrutement a été mixte afin de garantir notre expérience sur ces deux dimensions. L'équipe a été composée d'un directeur, d'une infirmière (IDE) et de 7 animateurs/trices, soit 9 adultes pour 22 jeunes. En amont, une formation a été réalisée sur deux jours pour favoriser la cohésion et la préparation de l'équipe.

▣ L'aspect financier du séjour a été un enjeu majeur : proposer un prix de séjour qui avoisine celui d'une colo ordinaire tout en renforçant l'encadrement humain. En effet, il s'agissait de ne pas faire peser au groupe le surcoût lié au sureffectif de l'encadrement, à savoir un coût de revient de 1 500€ par personne. Pour autant, il était inconcevable de proposer deux tarifs pour un même séjour. Tous les freins financiers ont été levés grâce au partenariat de la fondation d'entreprise Bel. Celui-ci a permis de financer le séjour à hauteur de 15 000€, ramenant le prix facturé à l'ensemble des familles à 670€TTC, avoisinant le prix d'une colo dite ordinaire.

▣ La communication a été également une étape importante pour concrétiser le projet et mobiliser les jeunes. Un groupe de communication mixte a été réalisé par nos deux organismes partenaires et les jeunes valides et non-valides ont pu être informés via nos catalogues.

### Première expérience réussie, séjour reconduit !

Grâce à notre action conjointe réussie et malgré les complexités que cela peut parfois engendrer, la complémentarité de nos compétences a permis une véritable synergie pour mener à bien le projet.



Le séjour a répondu à une réelle demande: 33 demandes de jeunes en situation de handicap pour 10 places disponibles et une augmentation des jeunes valides de 10 à 12 places. Ainsi, le séjour a concerné 22 jeunes de 11 à 15 ans, dont 10 en situation de handicap et 12 « valides »

Au-delà des retours quantitatifs, la thématique « théâtre » a permis une réelle mixité et de beaux échanges. Au travers du théâtre, le groupe a pu et su exprimer ses différences tout en s'amusant ensemble lors de leur représentation au festival Off d'Avignon. Les jeunes en situation de handicap mettent en avant la chance qu'ils ont eu de pouvoir vivre ce séjour avec des ados de leur âge. Les jeunes valides ont très bien vécu leur séjour et ne font pas référence aux handicaps de leurs copains de colos.

Même si certaines améliorations sont en réflexion pour favoriser la mixité, comme le fait de réduire la segmentation du groupe en situation de handicap au rez-de-chaussée et valide au premier étage dans le centre, l'enthousiasme généré autour du séjour nous a incité à reconduire l'expérience en 2014.



---

*Les jeunes en situation de handi-cap mettent en avant la chance qu'ils ont eu de pouvoir vivre ce séjour avec des ados de leur âge. Les jeunes valides ont très bien vécu leur séjour et ne font pas référence aux handicaps de leurs copains de colos.*

*Céline Hartmann*





UNATO

## Tourisme social et solidaire

### Des formules pour tous...

- Familles
- Enfants
- Adolescents
- Jeunes
- Seniors



les goûts

ances  
jeunes



# Débats et échanges

## Session 1

Les échanges ont permis de préciser deux aspects pratiques:

- Le taux d'encadrement
- Le rapport qualité / prix des séjours

Si les trois intervenantes ont été sollicitées par la salle, les réponses concernaient principalement le témoignage de la Maison de Courcelles, les deux autres projets faisant appel à des besoins plus spécifiques que sur des séjours *classiques*.

Les questions ont soulevé une interrogation sur la conception des activités : faut-il privilégier des séjours pluriactivités qui peuvent rapidement augmenter leurs prix ou un retour vers plus de simplicité. Il a été souligné que le modèle pédagogique de la Maison de Courcelles reste unique en France.



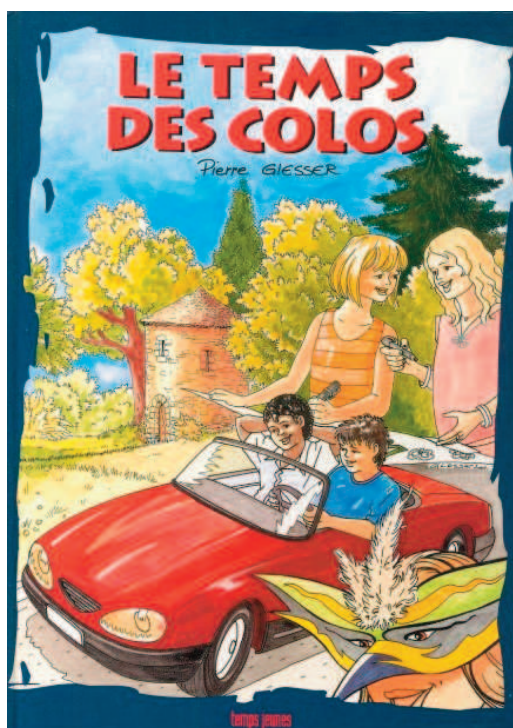
# Vers une (re) connaissance des colos

**Didier CHAUSSE**  
Directeur Adjoint  
Temps Jeunes

Communiquer, à l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, est devenu un sujet de société. C'est aussi un débat éducatif « Quelle communication proposer aux enfants et parents, aux équipes et familles dans nos séjours ? ». Un organisateur nous exprime comment il a fait évoluer sa communication et valoriser l'image des colos.

## La BD : la naissance d'une communication pédagogique

Il y a dix ans, une étude, réalisée par Temps Jeunes et en lien avec le Credoc, indique que 65% des enfants voudraient partir en colos et que 80% des parents manquent d'informations. De manière générale, les parents méconnaissent le contenu et le déroulement d'un séjour ne sachant pas où se renseigner. De fait, les colonies pâtissent d'une image vieillotte qui n'est plus en adéquation avec la réalité des années 2000. Face à ce constat, nous avons mis en juxtaposition ces deux tendances pour créer, en prolongement de l'étude, un outil de communication pédagogique. Il en a émergé la réalisation d'une bande dessinée, voulue ludique et pratique pour les familles.



Cette BD de 48 pages raconte l'histoire d'un enfant qui part pour la première fois en colo. Elle aborde tous les aspects du séjour : l'ambiance, l'animation, la vie quotidienne, le rôle des adultes, les relations entre enfants... Elle intègre également un dico des colos pour répondre aux principales questions des parents.

Cet ambitieux projet a nécessité un an de travail avec notamment la mise en place d'une commission de scénarisation. Nous y avons également associé le sociologue Gérard BONNAFONT, Directeur d'Etudes Sociologiques sur l'Enfance et Jean HOUSSAYE, Professeur en Sciences de l'Education, tous deux dirigeant alors des séjours Temps Jeunes.

Si la BD a été élaborée en interne, ce projet de communication pédagogique a été voulu le plus large possible et a été soutenu par le Ministère Jeunesse et Sports.

Un succès s'est créé autour de cet outil qui a été imprimé en 17 000 exemplaires. Il a été diffusé chaque année à tous les enfants qui partaient pour la première fois avec Temps Jeunes mais également auprès de Directions Départementales et Régionales Jeunesse et Sports, aux Caf, responsables de CE et autres Collectivités. Le travail réalisé autour de cet outil a reçu des retours très positifs et a abouti par ailleurs à la mise en place de deux partenariats. Le premier a été la déclinaison de 1 000 exemplaires avec le logo d'un grand comité d'entreprise. Le deuxième s'est réalisé avec un éditeur grand public qui a souhaité commercialiser une nouvelle version de 1000 exemplaires dans les librairies et FNAC (sans contrepartie financière).



### Internet, s'adapter à un nouveau canal de communication

Dix ans plus tard, cette communication peut paraître désuète, à l'heure de la communication multi-canal et l'essor d'Internet. C'est pourquoi, nous avons souhaité renouveler notre communication pédagogique en adaptant nos formats sur le web. Il en a émergé la réalisation d'un film d'une durée de 5m30.

Si le travail de scénarisation a été conséquent, la mise en œuvre a été plus courte et la transmission du message facilitée par le profil du réalisateur. Ancien directeur de centres de vacances, il a pu allier aisément sa connaissance de l'image avec celle de la colonie.

Au même titre que la BD, la vidéo a connu un franc succès avec plus de 25 000 vues rien que sur le média You tube. Néanmoins, la diffusion de cette vidéo est plus difficilement quantifiable que celle de la bande dessinée.

### Quelle durabilité pour l'information ?

Le succès de ces deux outils pédagogiques est à interroger au regard de la durabilité de l'information auprès des familles. En effet, si la vidéo a permis de créer le *buzz*, avec une propagation instantanée et accessible à tous, sa durée de vie est moins pérenne. Internet a fait évoluer la société vers une information immatérielle et donc plus éphémère. Le film ne permet pas de favoriser la discussion entre parents et enfants sur le contenu, à l'inverse de la BD qui s'y prête fortement. En faisant le parallèle avec nos brochures, les familles continuent d'en commander au format papier alors que le téléchargement en ligne est disponible.

Selon nous, cela s'explique par le fait que l'information est plus facilement intégrée quand elle est matérielle. Si la vidéo peut être rapidement oubliée après visionnage, ce n'est pas le cas de la BD où le rapport à l'objet est plus fort. Il n'est pas rare de voir la BD dans les brochantes, (mais aussi au musée des colos !) on ne la jette pas on lui donne d'autres vies.

C'est pourquoi, même s'il s'agit de se moderniser aux modes de communication d'aujourd'hui, nous continuons de capitaliser sur nos outils traditionnels. Le stock de BD est pratiquement épuisé et nous venons d'éditer un livret technique et pédagogique sur l'animation de la vie quotidienne, davantage ciblé animateurs, lesquels restent aussi des vecteurs vivants de la bonne communication des colos. De plus, l'excellente coopération avec le dessinateur, Pierre Glessier, permet, depuis maintenant 10 ans, de proposer un séjour La bande à BD qui fonctionne tout l'été mais également durant les classes de découverte. Il est devenu le Monsieur Crayon avec les enfants qui réalisent leurs propres BD.



“

*Si la vidéo peut être rapidement oubliée après visionnage, ce n'est pas le cas de la BD où le rapport à l'objet est plus fort. Il n'est pas rare de voir la BD dans les brochantes, (mais aussi au musée des colos !) on ne la jette pas on lui donne d'autres vies.*

Didier Chausse

”

# Auto-financer des aides au départ

**Nicolas SABATIER**

Directeur

Vitacolo

Comment financer le départ de certains publics : classes moyennes, familles nombreuses... ? C'est un sujet de débat. Certains, et nous l'entendrons cet après-midi, ont mis en œuvre des projets financés par des acteurs institutionnels. Ce témoignage est celui d'un organisateur autofinçant lui-même des aides au départ. Il en émerge la montée en puissance d'une forme nouvelle de philanthropie avec une volonté d'impact social fort.

## **Agir concrètement pour une valeur : favoriser l'accueil de tous les publics**

Un signal d'alarme est tiré par les organismes de colonies de vacances depuis les années 2000 : les classes moyennes disparaissent peu à peu des séjours de vacances. Les médias et les politiques se sont emparés de cette préoccupation, notamment avec le récent rapport parlementaire de juillet 2013 sur l'accessibilité des jeunes aux séjours collectifs et de loisirs.

Par ailleurs, l'accès aux séjours ordinaires s'avère parfois compliqué pour les familles avec un enfant en situation de handicap. Bien souvent un animateur référent est nécessaire et ces dernières doivent souvent assumer tout ou partie de son coût.

Pour autant, les projets éducatifs des organisateurs de séjours collectifs pour mineurs portent des valeurs de mixité sociale et d'accès pour tous.

Ce constat global nous a amené à construire de façon concrète notre projet autour de ces enjeux : favoriser l'accès aux séjours de vacances pour ces publics. Nous avons créé notre système d'aide au départ basé sur l'autofinancement afin de ne dépendre d'aucune subvention privée ou publique dans notre fonctionnement. Ce choix permet de favoriser sa marge d'autonomie dans l'application de notre projet éducatif.

## **Budgéter des enveloppes financières : le fonctionnement**

Nous avons fait le pari d'affecter sur notre budget de fonctionnement trois enveloppes fermées permettant de financer, sur l'ensemble de nos séjours, trois types d'aides pour des publics dédiés. Ces enveloppes fermées sont financées uniquement par le coût des inscriptions des familles et leurs cotisations à l'association.

Les trois aides proposées aux familles sont les suivantes :

■ Des aides pour les classes moyennes qui financent jusqu'à 35% du prix de la colo pour des familles dont le quotient familial est inférieur à 1 100 euros.

■ Des aides pour les familles dont l'enfant est en situation de handicap et ne lui permettant pas une autonomie suffi-

“

*Nous avons créé notre système d'aide au départ basé sur l'autofinancement afin de ne dépendre d'aucune subvention privée ou publique dans notre fonctionnement.*

Nicolas Sabatier

”



sante sur le séjour. Elles financent 100% du coût de l'animateur référent (environ 800 euros pour 13 jours).

■ Des aides pour les familles nombreuses qui financent à hauteur de 5, 8 ou 10% selon si elles ont 3, 4 ou plus de 5 enfants à charge, sans prise en compte des revenus et du nombre d'enfants partant en colo (sans aucun lien avec un "prix de groupe"). Les enfants de familles recomposées ainsi que les enfants majeurs à charge, étudiants ou handicapés, sont pris en compte.

La procédure d'obtention d'une aide s'effectue lors de l'inscription en ligne, soit environ 90% des familles accueillies. Si l'inscription est réalisée par téléphone, nos salariés en informent les familles. Selon l'aide demandée, les familles doivent justifier de leurs situations : attestation du quotient familial, livret de famille...

Ces aides sont attribuées suivant un principe simple : l'ordre d'inscription. Il correspond au critère le plus égalitaire et le plus objectif selon nous. Dès que les enveloppes sont atteintes, le site Internet n'affiche plus la présence des aides lors de l'inscription et nous en informons les familles déjà parties avec notre organisme.

### Un système d'aides qui fait ses preuves

Uniquement sur 2013, les enveloppes représentent les sommes suivantes :

#### ■ Au global:

24 039 euros

14% du budget de fonctionnement, c'est à dire toutes les dépenses n'étant pas directement liées au déroulement des séjours (166705 euros)

3% du budget global de l'association (760069 euros)

#### ■ Aides aux classes moyennes :

9939 euros

48 familles sur 1068 concernées (4.5 % des inscrits)

#### ■ Aides aux familles nombreuses :

environ 4500 euros

111 familles concernées (10.4% des inscrits)

#### ■ Recrutement d'animateurs référents

environ 9 600 euros

46 enfants en situation de handicap au total (4.3% des inscrits)

12 enfants avec handicap lourd, nécessitant le recrutement d'un référent (1.1% des inscrits)

Sans aller dans le détail des années précédentes, ces aides ont été en constante augmentation depuis 2010 (avec une stagnation à 24 000 euros en 2012 et 2013).

Les objectifs réalisés sont évalués de manière quantitative à travers l'utilisation des aides. Toutes les aides ont été consommées entièrement depuis 2010, démontrant l'utilité du service rendu auprès des familles concernées. D'autant plus qu'aucune publicité n'est réalisée autour de ce système d'enveloppes. Il est porté à connaissance des parents uniquement via notre site Internet, au même titre que les aides institutionnelles (Caf, ANCV...) et CE.

Qualitativement, nous partons du principe que si ces enveloppes sont entièrement consommées, alors inévitablement elles renforcent la diversification des origines sociales des enfants accueillis. Néanmoins, la mixité sociale n'est pas une fin en soi puisque nous ne voulons pas entrer dans des logiques discriminatoires.

Depuis 2013, notre projet associatif prévoit le fonctionnement suivant : "quand l'activité de l'association augmente, l'enveloppe globale des aides augmente" et "l'excédent éventuel d'une année N-1 vient renforcer l'enveloppe fixe du budget de l'année N".

“

*Toutes les aides ont été consommées entièrement depuis 2010, démontrant l'utilité du service rendu auprès des familles concernées.*

*Nicolas Sabatier*

”



# Un statut juridique garant de l'équilibre entre l'économique et le social

**Bruno COLIN**

Directeur

Odcvl - Comptoir de projets éducatifs

Nous avons un ministre de l'ESS et pour qui les entrepreneurs sociaux sont mis en avant. Et si la transformation d'une association en Société Coopérative d'Intérêt Collectif était la réponse aux problèmes de certains d'entre nous ?

## S'interroger sur la nécessité d'un changement de statut juridique

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel et complexe, la question du meilleur statut juridique pour notre organisation s'est posée. Cinq raisons majeures ont amenés notre Conseil d'Administration à s'interroger sur la pertinence du statut juridique.

▣ Le risque de fiscalisation consécutif à la nécessité de plus et mieux communiquer pour affronter l'offensive d'une concurrence au marketing agressif, à la montée d'Internet dans les processus d'achat et au développement envisagé d'activités concurrentielles.

▣ L'usure de la gouvernance associative résultant du décalage grandissant entre le fonctionnement et les contraintes quotidiennes de gestion, entre la nature de l'engagement et la réalité. Si cette gouvernance s'appuyait sur des militants sociaux engagés dans une démarche à l'origine éthique, ils œuvraient ces dernières années de plus en plus pour assumer leurs responsabilités d'employeur et de responsables économiques.

▣ La nature de nos relations avec les partenaires de nos territoires d'activité qui se traduit trop en de simples relations clients fournisseurs, alors que le contexte économique incite à penser et à construire des partenariats objectifs porteurs d'économies et de gains réciproques.

▣ La certitude que la pérennisation de nos établissements de tourisme social et solidaire repose sur leur ancrage territorial et ne sera possible que s'ils sont totalement intégrés et qu'ils contribuent aux dynamiques et au développement locaux.

▣ Nos partenaires bancaires, que nous sommes conduits à solliciter de plus en plus souvent en raison de la raréfaction des fonds publics, ont « malheureusement » le sentiment d'être rassurés par le statut de société face à l'indépendance financière que nous devons indéniablement assurer.

## Préserver et respecter l'esprit associatif tout en clarifiant l'exercice économique

Durant cette phase de réflexion autour du statut juridique, une ligne directrice a guidé notre choix : évoluer, s'adapter sans renier notre politique sociale.

“

*... une ligne directrice a guidé notre choix : évoluer, s'adapter sans renier notre politique sociale.*

Bruno Colin

”

La Société Coopérative d'Intérêt Collectif a été la réponse la plus pertinente aux éléments de diagnostic déterminés comme stratégiques pour la pérennité de notre entreprise. Ainsi, le 1er décembre 2012, l'association Odcvl, créée en 1939, a été transformée en Société Coopérative d'Intérêt Collectif.

Si la SCIC permet de se doter de nouveaux moyens commerciaux, les dimensions d'intérêt collectif et d'utilité sociale contraignent toute dérive mercantiliste en ouvrant ses instances dirigeantes à ses salariés, ses partenaires, ses clients et toutes personnes morales ou physiques intéressées par le projet.

- ▣ Son multi-sociétariat crée les conditions d'une intelligence collective plus large au service du projet
- ▣ La SCIC permet aux salariés de s'investir dans une aventure humaine valorisante et responsabilisante
- ▣ Son statut de société la soumet, dans l'esprit des décideurs, aux impératifs de bonne gestion générant ainsi une confiance de principe
- ▣ La SCIC s'inscrit dans une logique de développement local et durable facilitée par la possibilité pour une collectivité de participer au capital social
- ▣ Le statut de SCIC permet de réaffirmer la primauté du projet par les règles du fonctionnement coopératif (émancipation, patrimoine collectif, réinvestissement des résultats,...)
- ▣ L'intérêt collectif induit un projet tourné vers l'extérieur: intérêt des territoires, des habitants, de l'économie locale,... résultant des actions de proximité et du maillage local
- ▣ La continuité de la personne morale et des conventions existantes.

#### **La Démarche de transformation et ses premiers effets**

La caractéristique fondamentale d'une SCIC est d'associer des acteurs de tous horizons au service d'un projet d'utilité sociale. Cette transformation porte sur l'ensemble des secteurs de notre activité, concernant l'ensemble des 115 équivalents temps plein salariés. Le processus a duré près de 2 ans et a donné lieu à un accompagnement de l'Union Régionale des scops de Lorraine.

La démarche de transformation a suivi l'ensemble des phases suivantes :

- ▣ Décision du Conseil d'Administration,
- ▣ Constitution d'un groupe de travail piloté par le Directeur Général,
- ▣ Interviews et benchmarking : Comité Départemental du Tourisme 88, CRES de Lorraine, Expert Comptable, Union Régionale des SCOP, Services fiscaux, Internet,...



*La caractéristique fondamentale d'une SCIC est d'associer des acteurs de tous horizons au service d'un projet d'utilité sociale.*

Bruno Colin



- ▣ Positionnement prioritaire du CA pour une transformation en SCIC avec mission donnée au groupe de travail de valider et mesurer son impact auprès de nos acteurs
- ▣ Large consultation des acteurs à travers un questionnaire aux salariés aux militants et à une sélection de partenaires
- ▣ Entretiens avec les représentants du personnel, nos partenaires bancaires, la CAF, la DDCSPP, L'Education Nationale, certains clients une sélection de partenaires éducatifs, économiques et techniques,
- ▣ Etude d'impact de la fiscalisation de nos activités, confiée à notre cabinet d'expert-comptable
- ▣ Validation du projet par le CA,
- ▣ Présentation aux assemblées statutaires et du personnel
- ▣ Validation par une Assemblée Générale extraordinaire
- ▣ Immatriculation au registre du commerce et déclaration aux impôts.



*Tout en quittant le monde associatif, nous avons « agréé » la dimension d'intérêt collectif et d'utilité sociale de ses activités.*

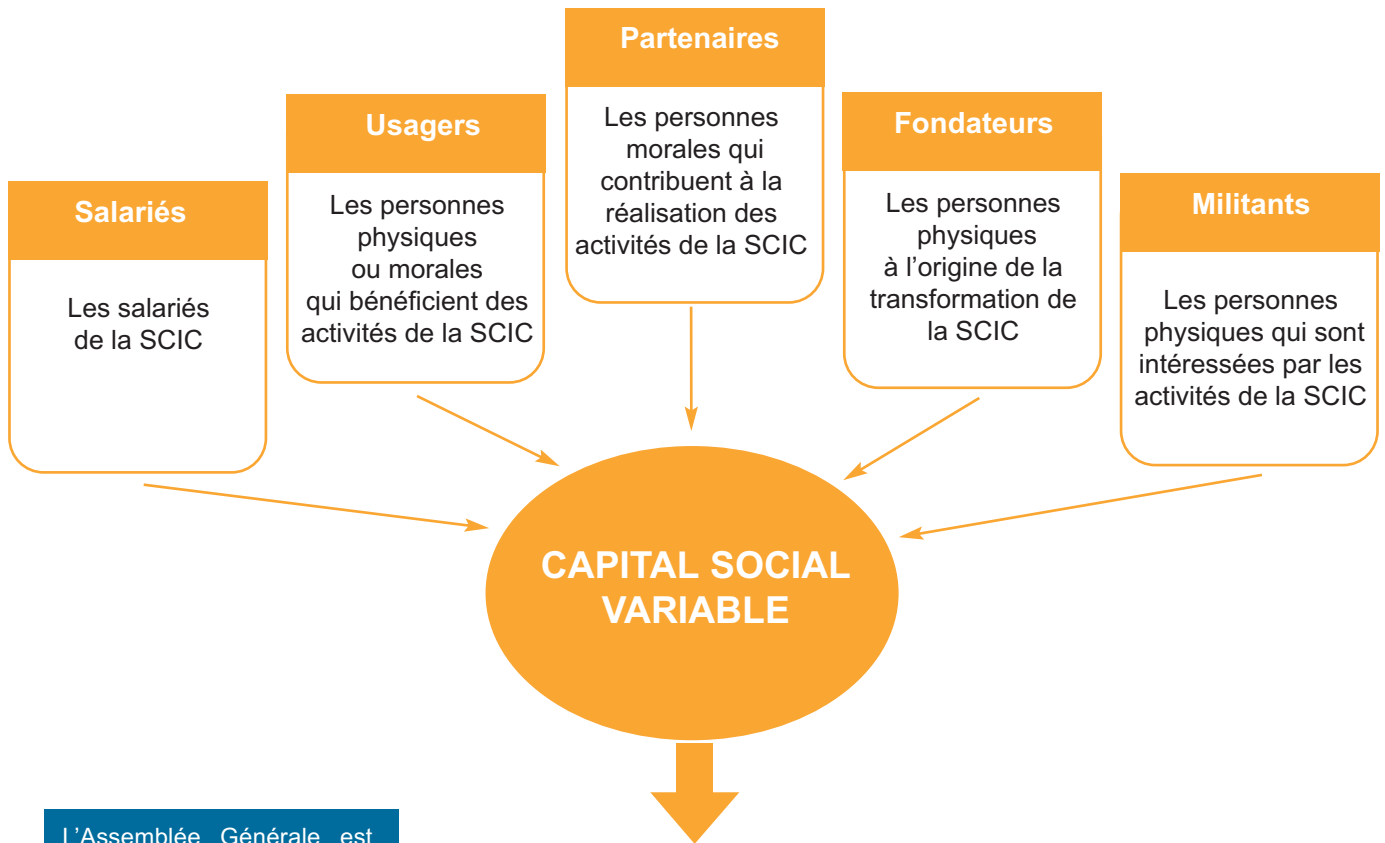
Bruno Colin



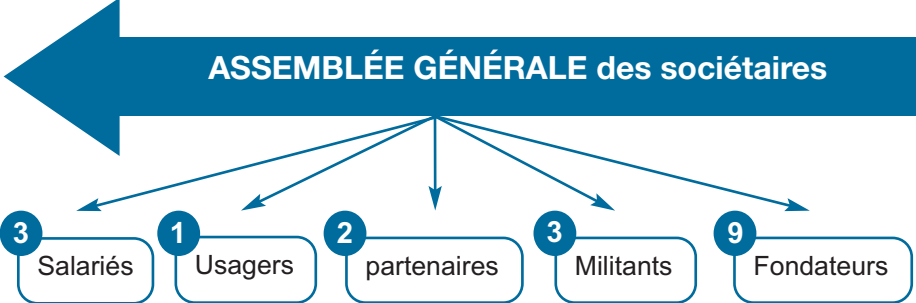
Tout en quittant le monde associatif, nous avons *agréé* la dimension d'intérêt collectif et d'utilité sociale de ses activités. Si nous ne disposons pas assez de recul pour tirer un bilan objectif, quelques indicateurs sont significatifs. La gouvernance s'est enrichie à la fois d'une démocratie participative formelle et de compétences spécialisées dans les domaines commerciaux et techniques. Le projet a reçu :

- ▣ Une large adhésion des personnels
- ▣ Le dynamisme de nos nouveaux sociétaires et leur engagement
- ▣ La présence de trois collectivités et deux banques au capital social
- ▣ La création et l'activité naissante de commissions dont l'objectif est d'être des laboratoires d'expérimentation, de recherche et de développement.

## Schéma d'organisation d'une SCIC

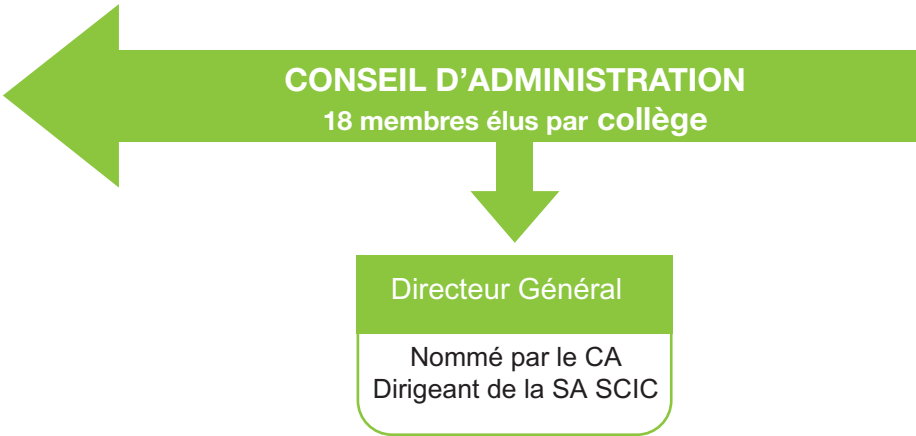


L'Assemblée Générale est l'organe souverain de la coopérative. Le principe *Un homme, une voix* est appliqué. Les collègues pondèrent le résultat de chaque vote permettant une gestion démocratique et efficiente de la coopérative



Ses principales prérogatives:

- Le suivi de la gestion et le contrôle des décisions prises
- L'arrêté des comptes et la proposition d'affectation du résultat
- Le fonctionnement démocratique de la coopérative et l'animation de la vie coopérative
- La garantie des intérêts des associés dans le souci de la pérennité de la coopérative
- La nomination et la révocation du Président du CA et du DG





UNAT

Tourisme social et solidaire

Des ...OUS...

L'asso



# Débats et échanges

## Session 2

Aucune question des participants n'a été soulevée en plénière.

Néanmoins, un questionnaire pour Vitacolo a été remonté à l'Unat autour du rôle de l'organisateur dans le financement des séjours et ses conséquences sur leurs qualités.

Si l'ambition de Vitacolo consiste à bâtir un modèle économique permettant à l'association de s'auto-financer, elle explique que son rôle n'est pas pour autant de se subordonner aux aides publiques. L'association a par ailleurs réalisé au début quelques ajustements sur les critères de l'enveloppe classes moyennes. Le montant alloué étant supérieur à celui des CAF, Vitacolo n'a pas souhaité que les familles puissent y renoncer. Néanmoins, l'association pense que si l'ensemble des organisateurs poursuivait ce même objectif, l'effet boule de neige serait assez conséquent pour permettre un départ considérable d'enfants et d'adolescents.

A cet effet, Vitacolo rassure que s'inscrire dans une démarche philanthropique ne va pas à l'encontre de la qualité des séjours. En effet, l'association respecte pleinement ses valeurs éducatives. Le taux d'encadrement est d'un adulte pour 5 enfants et chaque animateur est rémunéré et non bénévole. Les séjours sont constitués de groupes en petit effectif, entre 20 et 30 enfants en moyenne. De même, l'association ne lésine pas sur les conditions d'accueil. Les logements sont en dur et disposent de l'ensemble du matériel nécessaire.

A terme, l'association explique son ambition d'aller plus loin à travers la création d'une holding associative. Ce modèle s'inspire des mouvements ultra-libéralistes dans un contexte où les aides publiques sont à la baisse.

La finalité de cette holding au statut associatif serait de favoriser un cercle vertueux à travers une activité économique excédentaire et dont le partage serait forcément réinvesti en faveur d'une plus-value sociale, sociétale et/ou environnementale. L'association, entièrement autonome, détiendrait 100% des capitaux de ses sociétés commerciales qui se plieraient toutes au même objet social. Les indicateurs de réussite ne se mesureraient plus en termes de chiffres d'affaires mais en termes d'impacts de l'action, et dans le cas de l'association, le plus grand nombre de départs aidés pour les vacances d'enfants et d'adolescents







## **Partie 3.**

# **Construire notre culture d'innovation**

La matinée a permis d'illustrer l'innovation et peut-être même de faire émerger des pensées nouvelles. Pour autant, la question est souvent la même : comment mettre en pratique cette culture de l'innovation quand on a ni le temps et ni l'argent ? Si l'innovation ne peut se faire de manière isolée, les ateliers ont représenté à cet effet un premier pas pour prendre le temps d'explorer de nouvelles pistes et remettre en question nos valeurs, nos modes d'organisation et nos process qui parfois s'imposent. Les participants sont devenus acteurs d'une réflexion commune autour de trois enjeux forts :

- ▣ Apparition de nouveaux séjours
- ▣ Nouveaux modes de communication
- ▣ Partenariats ou sources de financements revisités

# Atelier 1 : Apparition de nouveaux séjours

## Animé par:

**Louise FENELON-MICHON**

Responsable Enfants et ados  
UCPA

**Isabelle MONFORTE**

Chef de projets  
Ovlej - Etudes et recherches de la JPA

Cet atelier est celui qui a été le plus prisé, certainement parce que sa thématique touche directement le cœur de métier des organisateurs. En effet, c'est à travers le séjour que l'organisateur peut revendiquer ses apports pédagogiques et se différencier auprès des familles.

Le périmètre de cette thématique étant très large, les quatre témoignages sélectionnés permettent d'apporter des regards croisés en matière de valeurs sociales et pédagogiques que peut porter le projet éducatif d'une colonie de vacances.



## Faciliter l'inclusion des jeunes en situation de handicap

**Stéphane SIRIANNI**

**Responsable National des vacances Enfants et Jeunes  
UFCV**

Un réel besoin d'accompagnement envers les familles et les organisateurs a été identifié par l'UFCV Midi-Pyrénées pour améliorer l'accueil d'enfants en situation de handicap. Ce constat a été partagé par différents acteurs :

- ▣ Les associations de familles qui ont un enfant en situation de handicap, comme par exemple Autisme 31, dont les interrogations concernent : comment trouver une structure qui propose des conditions d'accueil adaptées, comment financer le surcoût lié au handicap ?

- ▣ Les organisateurs de séjours dont les interrogations concernent : comment accueillir un enfant lorsqu'on ne connaît pas le handicap ? Quels sont les moyens à déployer ?

- ▣ Les services de l'Etat et notamment les DDSCS, les CAF de la région et les collectivités locales dont les interrogations concernent la définition des objectifs dans les orientations générales.

En 2010, nous avons élaboré un dispositif spécifique : le Service pour l'Intégration en Accueil collectif de Mineurs. Son objectif consiste à faciliter l'intégration des enfants et jeunes en situation de handicap au sein de structure de loisirs et de vacances ordinaires. Ce projet s'articule autour de quatre objectifs :

- ▣ Informer les familles sur les possibilités d'accueil
- ▣ Accompagner sur la recherche de financement
- ▣ Accompagner les équipes à travers la formation des organisateurs, des équipes et des animateurs
- ▣ Impliquer les collectivités dans une politique de handicap liée aux vacances et aux loisirs

Nous avons déployé différents moyens humains et financiers pour mettre en œuvre ce projet :

- ▣ Recrutement d'un coordinateur à temps plein pour assurer la mise en place d'outils d'accompagnement : kit pédagogique, modules de formations à destination des organisateurs...

- ▣ Formation d'un comité de pilotage regroupant tous les acteurs (financeurs, parents usagers, et organisateurs) afin d'amorcer une dynamique partenariale de co-construction

- ▣ Soutien financier et pédagogique des CAF et de la DDSCS

Le soutien de la CAF a permis de faire évoluer notre système d'information et nos outils de communication (site Internet, newsletter...). Ils contribuent à encourager l'autonomie des familles et de valoriser les possibilités d'accueil des structures.

De même, il s'est exercé un rapprochement avec l'opération Premier départ en vacances de la région Midi-Pyrénées, pilotée par l'UNAT en région. Le nombre de départs d'enfants en situation de handicap s'est vu renforcé au sein de ce dispositif.

Depuis 4ans, le SIAM a observé des résultats encourageants: le nombre d'enfants accueillis est en augmentation régulière chaque année même si le type d'accueil évolue. Les équipes sont également mieux préparées à l'accueil de par leur formation. L'objectif d'incitation vers les collectivités locales dans la mise en œuvre d'une "politique handicap" se transforme progressivement en un accompagnement des élus et des techniciens.

### **VASCO : Vacances et Accompagnement à la Scolarité**

**Jean Yves TALOIS**  
**Secrétaire Général**  
**PEP 14**

Le projet des séjours VaSco est né à l'initiative de la Fédération Générale des PEP en co-construction avec un groupe de travail issu de membres du réseau PEP, aussi bien élus que salariés. La finalité d'un séjour VaSco est de favoriser l'inclusion sociale et scolaire de tous les enfants en contribuant à l'égalité des chances et en valorisant l'image de l'école durant les vacances scolaires (fin août ou Toussaint). De fait, les séjours font l'objet d'une déclaration en tant qu'ACM auprès du Ministère de la Jeunesse et des Sports.

Depuis 2008, les PEP 14 illustrent cette initiative nationale sur un quartier caennais placé en Réseau de Réussite Scolaire. Ce séjour VaSco s'adresse aux enfants qui entrent au collège et représente, pour les deux tiers, leur seul séjour hors cadre familial durant l'année. Il se déroule à la fin de l'été, pendant une semaine, en vue de préparer la rentrée scolaire dans le nouveau cadre de l'enseignement secondaire.

Ce séjour est construit en prolongement des actions menées durant l'année scolaire, dans le cadre du Programme de Réussite Educative afin de donner du sens au lien vacances - loisirs - scolarité et de proposer un accompagnement approprié aux enfants. Ainsi, les temps d'apprentissage se font sans objectifs de révisions des programmes mais en les reliant à des temps de vacances, de vivre ensemble et de découverte.

Néanmoins, cette continuité éducative nécessite une forte mobilisation des acteurs et une organisation anticipée et partagée. Nous avons ainsi impliqué les directeurs et animateurs d'un centre PEP (Courseulles-sur-Mer), les associations PEP porteuses du projet, les enseignants des différents élèves (écoles d'origines et collège d'accueil), la coordinatrice du RRS et l'équipe de Réussite Educative. La sensibilisation des familles a été réalisée dès le troisième trimestre jusqu'à la fin du séjour, notamment à travers un temps convivial de bilan et d'évaluation.

Une autre clé de la réussite repose sur la gratuité d'un tel séjour auprès des familles. Ainsi, ce séjour a été financé par :

- ▣ Le Programme de Réussite Educative à hauteur de 50%
- ▣ L'Education Nationale pour compenser les heures statutaires des enseignants
- ▣ La CAF à travers les bons Temps Libres
- ▣ Le Conseil Général à travers les bourses aux départs en ACM
- ▣ Les PEP, au besoin, à travers les Bourses Solidarité

Au final, le vécu de la complémentarité entre temps scolaires et extra-scolaires mais aussi complémentarité des acteurs sont porteurs d'effets positifs. Pendant le séjour, il se crée une prise en compte progressive des règles de vie, du vivre ensemble et du lien vacances - scolarité. A la rentrée scolaire, les liens entre les enseignants des écoles et du collège sont renforcés. Les enfants se sentent plus à l'aise à l'arrivée au collège.

Suite aux travaux nationaux et aux expérimentations qui ont été réalisées, le projet VaSco a été reconnu par l'Education Nationale et s'est mis en place sur l'ensemble du territoire.

### Les 12/13 ans découvrent l'Europe

**Denis HERLEM**  
**Responsable pédagogique**  
**EPAF**

Durant l'été 2013, l'EPAF a mis en place des séjours itinérants à l'étranger pour une nouvelle tranche d'âge: les 12/13 ans. A travers un nouveau contenu pédagogique, nous attendions un renforcement d'effectif de cette tranche d'âge. En effet, ce projet s'inscrit dans la perspective de s'adapter aux évolutions sociétales, notamment celles de la mobilité (voyages scolaires et familiaux à travers l'Europe), tout en contribuant à la construction d'une citoyenneté européenne dès le plus jeune âge.

Néanmoins, le choix de cette tranche d'âge pour des séjours itinérants à l'étranger a fait débat au sein de l'association. Il a fallu également convaincre les équipes pédagogiques réticentes en expliquant que ces colos s'inscrivent dans un cadre différent des séjours à l'étranger pour adolescents. Il s'agit de mettre à profit l'enthousiasme et la motivation des 12/13ans au bénéfice de la découverte de destinations habituellement peu prisées (Belgique, Pays-Bas, Allemagne...). Ces colos constituent une première phase de transition vers de futures expériences de voyages à l'étranger, itinérantes et en camping.

Progressivement, le projet prend forme. Il est conçu par les personnes du siège de notre association. Plusieurs réunions de cadrage et de concertation en interne et avec les acteurs du séjour ont été réalisées.

La construction des séjours et des destinations géographiques, proches de la France, a été étudiée

spécifiquement pour ce public et n'a pas été calquée sur les séjours itinérants à l'étranger pour les adolescents. De fait, la mise en œuvre du projet a nécessité une prospection plus importante, comme par exemple la recherche et la réservation d'hébergements adéquats en termes de conditions de confort. Les étapes en camping ont été limitées. De plus, le nombre d'étapes a été limité à 3 ou 4 lieux sur les 3 semaines. L'itinérance est courte en kilométrage pour privilégier la découverte approfondie d'une région.

Le bilan est très positif pour cette première année. Nous avons observé une légère augmentation d'effectif des 12/13 ans, non significative pour le moment, mais qui représente d'ores et déjà 50 % de la demande. Les séjours programmés ont été totalement complets pour un total de 185 jeunes, d'où une certaine désaffection sur les séjours en France. En 2013, 23 séjours itinérants à l'étranger pour les 12/13 ans ont été réalisés, dont 15 séjours en juillet et 8 séjours en août. De plus, nous avons observé une adéquation entre le contenu innovant du séjour et la « soif » de découverte sans a priori du public 12/13 ans.

Néanmoins, nous avons rencontré quelques difficultés pour trouver les personnes voulant encadrer cette innovation, mais le retour positif exprimé par les directeurs des séjours de l'été dernier devrait lever les freins. Nous avons également rencontré des difficultés logistiques pour organiser une étape en camping avec le matériel nécessaire pour un séjour essentiellement en hébergement en "dur". L'expérience est reconduite pour l'année 2014 en ajustant la diversité géographique.

### Trouver un sens au mot autonomie

**Nicolas GRUAU**  
**Président**  
**WAKANGA**

Wakanga met au cœur de son projet éducatif la notion d'autonomie. Néanmoins, nous avons du mal à transposer concrètement cette notion sur le terrain, notamment avec des pré-ados (12/15 ans). A partir de ce constat, nous avons décidé de multiplier les situations "en autonomie" en proposant un séjour sans animateur. Nous souhaitons permettre aux jeunes d'apprendre progressivement à évoluer sans adulte dans leur environnement, en particulier à un âge où ils vont se retrouver de plus en plus confrontés à cette situation : temps périscolaire, sorties en ville entre copains...

Nous avons choisi de présenter dès le départ cette possibilité aux jeunes de façon à ce qu'ils soient bien conscients des possibilités que nous leur offrons au moment de construire leurs journées. Ils ont été rapidement demandeurs mais principalement sur des temps courts, entre 1h et 3h, par exemple lors d'une excursion dans une ville touristique.

Pour rallonger la durée des temps en autonomie, l'équipe s'est penchée sur l'ensemble du dispositif d'accompagnement. Si



partir des envies des jeunes semblait indispensable, nous avons cherché à les accompagner dans la planification de leur temps en autonomie. Cette phase de préparation a ainsi incité les jeunes à vouloir partir plus longtemps, se sentant plus en confiance dans cette prise de risque importante à leur âge.

Même si notre objectif était de permettre aux jeunes de s'approprier une journée, voire une nuit, en dehors du centre, nous savions que la transition se ferait sur plusieurs années. Un tel projet nécessite du temps pour trouver le bon argumentaire et développer des outils pédagogiques appropriés dans le but de convaincre les différentes parties prenantes du séjour :

- ▣ Les équipes pédagogiques
- ▣ Les parents
- ▣ Les jeunes

Après trois ans d'évolutions, nous constatons un phénomène paradoxal. Si la prise d'autonomie sur un temps et un espace restreints est recherchée et appréciée par les jeunes, l'autonomie plus large a au contraire tendance à faire peur.

▣ Du côté des parents, un tiers des réactions reçues étaient des marques d'inquiétudes voir des réactions de refus lorsque nous avons les avons prévenus de notre démarche.

▣ Du côté des équipes d'animation, un sentiment de perplexité s'est fait ressentir face aux réactions des familles et devant une législation très floue sur le sujet.

▣ Du côté des jeunes, il s'est créé quelques difficultés pour saisir les opportunités d'autonomie offertes. La présence de l'adulte, même si elle est parfois critiquée, apporte un confort rassurant. Au final, seul environ un groupe sur deux saisit cette possibilité, les autres préférant rester dans une situation plus classique.



# Débats et échanges

## Atelier 1

Nous vous proposons de poursuivre la discussion autour de trois axes de réflexion :

- Qu'est-ce qu'une colonie de vacances aujourd'hui ? Les séjours qui émergent sont-ils toujours des colonies ?
- Innovation et évolution réglementaire des ACM : allons-nous dans la même direction ?
- Qu'est-ce qui motive l'innovation ? Est-ce proposer une réponse à une demande supposée ou effective ou alors développer un projet avec des valeurs éducatives ?

### **One stage, Emeric GUERARD**

Il est nécessaire de se projeter, de se mettre à la place des jeunes : auraient-ils envie de partir dans les séjours que nous proposons ? Le raccourci se voit très souvent entre les colos et l'Education Populaire. Le sujet du colloque porte sur l'innovation dans les colos et non pas sur l'innovation dans l'Education Populaire. Où est la notion de plaisir ?

### **Angoul'loisirs, Jean-François LEFEVRE**

Il est difficile de situer l'innovation dans le temps. Je pense que l'on devrait arrêter de proposer des séjours clés en main et proposer des séjours laissant une large place à la co-construction par les enfants eux-mêmes. Cette démarche fonctionne très bien sur les ados dans nos séjours et nous sommes en train de l'étendre aux enfants.

### **Agence Nature, Michel PEYTAVY**

A mon sens, il n'y a pas d'opposition entre apport éducatif et plaisir, bien au contraire ! Il s'agit d'un équilibre à proposer. Par ailleurs, il serait intéressant de définir ce que l'on entend par autonomie du point de vue des jeunes, comme le montre l'expérience de Wakanga. Ils ne sont pas forcément demandeurs d'une autonomie maximale.

### **Wakanga, Nicolas GRUAU**

Je rappelle toutefois que la réglementation impose à tout organisateur de colonie de vacances de travailler sur un projet éducatif.

### **Zigo, Patrice CHANINI**

La capacité d'expérimentation induite dans l'innovation est très intéressante. Elle suppose un droit à l'échec, à qui la réglementation laisse une très faible place. Je pense donc que les critères de succès ne sont pas les mêmes pour les différentes parties prenantes : parents, prescripteurs, enfants...

### **UFCV, Stéphane SIRIANNI**

Je me permets de noter qu'avec les enfants en situation de handicap, le droit à l'échec est posé dès le départ. En effet,

## Infos !

Le travail de l'Unat Ile de France vise à sensibiliser les prescripteurs, et collectivités territoriales en premier lieu, en termes de rédaction des appels d'offre.

ils ont plus de mal à exprimer leurs attentes car les parents ont plus de mal à les laisser partir. Cela nécessite un accompagnement des familles.

### **Altia Club Aladin**

La réalisation de l'autonomie suppose une préparation, un apprentissage préalable. Innover n'est pas toujours simple lorsque l'on a en face des prescripteurs qui sont à la recherche d'un produit très calibré.

### **Maison de Courcelles, Véronique CLAUDE**

Je porte votre attention sur le fait que chez nous l'autonomie n'est jamais imposée. Nous demandons aux adultes d'accompagner les enfants dans leurs choix en fonction de leurs capacités d'autonomie, qui n'est pas la même pour tous. Nous cherchons toujours à les faire évoluer dans un sentiment de sécurité matérielle et affective.

### **La JPA, Albert SOUSBIE**

Les expériences présentées aujourd'hui sont passionnantes mais sont-elles vraiment novatrices ? Je me pose plusieurs questions : pourquoi ne se sont-elles pas plus répandues ? Pourquoi n'arrive-t-on pas à imaginer autre chose ? Et surtout me doit-on ?

### **UCPA, Louise FENELON-MICHON**

L'innovation pédagogique porte aussi sur la capacité à mobiliser des partenariats, comme par exemple notre séjour HandiSport avec les associations APF Evasion et Handisport. En décloisonnant et additionnant les compétences des uns et des autres, cette approche permet de créer l'innovation.

### **CIE Thales, Catherine CHARTIER**

Notre comité réfléchit sur l'innovation dans ses séjours et nous nous sommes aperçus d'un paradoxe. Si les idées que remontent de nos élus sont celles qui existaient il y a 25 ans, elles sont redevenues innovantes car nous les avons oubliées. En effet, cela a permis de revisiter les conditions d'une certaine liberté que l'on avait perdue.

### **CEMEA, Laurent MICHEL**

L'éducation, c'est dire et redire. Il est donc rassurant que notre secteur ne cesse de s'interroger sur lui-même et continue de se questionner sur les séjours que l'on propose afin de ne pas tomber dans la course à l'activité « gadget ». Néanmoins, dans cette approche, les ressorts de l'innovation pédagogique sont-ils les mêmes que ceux de l'innovation entrepreneuriale ?

### **VIVA, Marie HEMERY**

Notre organisme travaille sur la problématique de la création de nouveaux séjours. La question de l'autonomie dans les nouveaux séjours est certes essentielle mais dans quel contexte doit-il se faire ? Nous développons par exemple des séjours en appartement au ski pour les 14-17 ans, avec une forte présence des animateurs. Il se pose la question de la communication pour faire connaître ces séjours ou les choix qui sont proposés sur la question de l'autonomie.



# Atelier 2 : Nouveaux modes de communication

**Animé par:**

**Thierry BARRANCO**

Chargé de mission Vacances, Classes de découvertes auprès du Secrétaire National

La Ligue de l'Enseignement  
Vacances pour tous

La communication a fortement évolué en quelques années, notamment avec l'essor d'Internet qui marque un changement profond dans les modes relationnels avec les familles et les équipes pédagogiques.

Trois témoignages ont été sélectionnés afin d'apporter des perspectives différentes sur les possibilités de valoriser, rassurer, fédérer, engager sur toutes les phases du séjour : avant, pendant, après.

**Ludovic LE GOFF**

Vice-Président  
UNAT Ile de France  
Et Directeur  
ADN Découverte



## La médiation avec les familles sur les réseaux sociaux, une évolution de nos métiers

**Olivier BONNAUD-DARTOY**  
**Social Média Manager**  
**UCPA**

A la différence d'autres supports de communication, les médias sociaux ont le privilège de créer une relation au quotidien avec les internautes. Nous sommes donc à un point de rencontre entre leurs intérêts de trouver l'information qu'ils cherchent à un moment donné et le nôtre qui est d'analyser, échanger et de pérenniser le contact

Dans cette optique, l'UCPA a développé sa présence sur les réseaux sociaux, par exemple chacun de nos centres dispose désormais d'une page Facebook, soit 96 au total. Ces outils présentent ainsi un réel intérêt pour rendre service aux familles tout au long d'un séjour en colonie de vacances : découvrir, suivre, échanger et se souvenir. L'effet attendu porte sur une forte adhésion de nos publics, et en particulier les jeunes. Les 13-17 ans représentent aujourd'hui un tiers des membres de notre communauté UCPA.

Cela nécessite en contrepartie de veiller à notre e-réputation :

- ▣ Avant le séjour : on peut gérer l'e-réputation, c'est-à-dire comment notre structure est perçue, et ainsi contrôler et valoriser notre image.
- ▣ Pendant : On contrôle l'image du séjour, rôle joué par l'animateur.
- ▣ Après : on peut fidéliser en mettant en place des outils et services pour garder le lien entre organisateurs, jeunes et parents.

La mise en œuvre de cette communication repose sur une organisation globale, c'est-à-dire un compromis entre une stratégie globale et une adaptation aux situations locales. Les objectifs sont de deux niveaux :

- ▣ Disposer d'une charte éditoriale et visuelle commune à chaque centre
- ▣ Conserver l'identité propre à chaque centre UCPA compte tenu de son environnement propre, de ses activités spécifiques...

Cette organisation nécessite également des besoins en moyens humains. En tant que social media manager, j'oriente la stratégie générale et je conseille sur la création des contenus en local. Ce sont ensuite les animateurs des centres qui animent les espaces, dont les pages Facebook.

A travers cette communication à double niveau, l'enjeu clé de demain consiste à lier le virtuel au réel. Cette mécanique vise

à refléter fidèlement la réalité, de raconter une histoire tous ensemble et de la garder inscrite pour inspirer l'avenir. De fait, les animateurs jouent un rôle primordial en étant en lien permanent avec les jeunes. Cela leur a permis par ailleurs d'enrichir le contenu même des séjours. Par prolongement, nous élargissons ce concept dans nos logiques de distributions, comme par exemple le store de l'UCPA qui permet de satisfaire le besoin de rencontre humaine entre les utilisateurs et notre association.

Les résultats constatés ces deux dernières saisons en termes de trafic et d'échanges ont été très positifs. Cela s'explique notamment parce que les équipes d'encadrement sont autant demandeuses que les parents et les adolescents. On assiste à la création d'un cercle vertueux qui permet à chacun de s'approprier ses propres moyens de communication tout en s'inscrivant dans une démarche commune.

### **Une transparence totale**

**Thomas Bacot**  
**Chargé de communication**  
**Action séjours**

Action Séjours est certifié NF SERVICE depuis 2005 sur son activité d'organisateur de séjours linguistiques. De fait, nous sommes contrôlés chaque année par l'AFNOR, en particulier sur la gestion de la satisfaction client et des réclamations. Dans cette démarche de qualité, nous étions ennuyés de constater que de nombreux organismes puissent à l'inverse se présenter et s'évaluer à travers 4 ou 5 commentaires très positifs dans leurs brochures ou leurs sites web.

En 2011, nous avons fait le choix de la transparence en communiquant publiquement l'ensemble des retours de satisfaction, qu'ils soient négatifs ou positifs. Nous souhaitons apporter une communication plus sécurisante aux parents et nous obligeant à améliorer en permanence nos séjours en colonies de vacances.

Nous avons suffisamment confiance dans la qualité de nos séjours pour mettre en ligne l'intégralité des questionnaires envoyés, par mail automatique, aux parents dix jours après la fin du séjour.

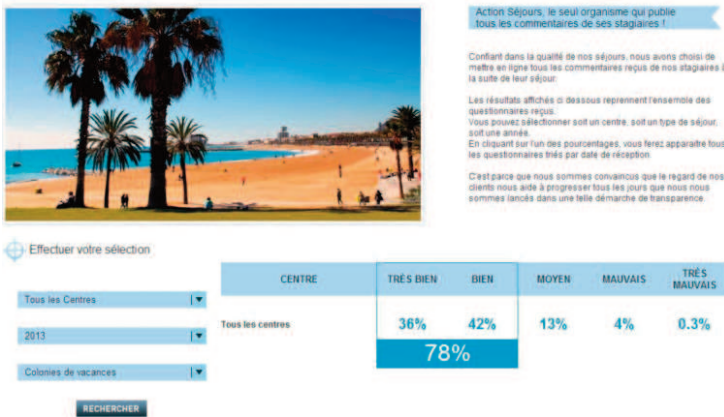
Cela a nécessité un développement informatique conséquent et un suivi avec notre développeur sur l'ensemble des étapes pour permettre la publication immédiate et automatique. Avec un taux de retour à hauteur de 30%, les nombreux avis publiés aident les parents à mieux choisir un séjour sur le site Internet. Nous avons également intégré la possibilité de filtrer les avis pour faciliter la recherche à travers trois critères : le centre, l'année, le type de séjour.



## 1. Sélectionner « Tous les avis » dans la barre du menu de navigation



## 2. Afficher la satisfaction des familles selon le centre, l'année et le type de séjours



## 3. Voir l'ensemble des commentaires des familles selon les critères sélectionnés



En faisant partir plus de 6 000 personnes par an, le sans faute n'existe pas. D'ailleurs, nous avons reçus la première année quelques mauvais résultats pénalisant certains centres. Pour autant, après trois ans de mise en œuvre, ce système a eu des effets positifs sur la progression du nombre de séjours. En effet, les avis publiés affichent une large satisfaction avec en moyenne 85 à 90% de nos stagiaires qui se déclarent très satisfaits ou satisfaits de leur séjour.

En revanche, notre démarche de transparence s'est accompagnée d'un besoin en moyens humains plus conséquent pour réagir rapidement et gérer de manière

personnalisée la relation avec les familles. Chaque insatisfaction d'un parent peut faire l'objet de nouvelles interrogations des familles qui cherchent à envoyer leurs enfants en séjour. Comme les réponses que nous apportons aux commentaires d'insatisfaction ne sont pas affichées sur le site, nous expliquons de manière claire aux parents les raisons. Nous proposons également de leur envoyer les réponses qui ont été faites à ces mauvais questionnaires.

Ce système interne nous permet de réagir plus rapidement en cas de souci. Par exemple, nous avons fait progresser nos séjours linguistiques sur certaines activités à nos écoles de langue partenaires. Nous avons montré que les enfants français n'avaient pas les mêmes attentes que d'autres enfants venant d'autres pays. En complément, nous évaluons l'évolution de la satisfaction tout au long du séjour grâce à un questionnaire envoyé sur place, 3 jours après le jour du départ..

### **Aller vers le web 2.0 pour favoriser l'engagement des animateurs**

**Charles TOMULIC**  
**Fondateur et animateur**  
**JeSuisAnimateur.fr**

Il y a 15 ans, plusieurs sites web ont été créés pour assurer une continuité dans la formation des stagiaires, qu'ils soient animateurs ou directeurs de séjours pour enfants. Certains se sont spécialisés dans la réglementation des séjours, d'autres dans l'apport en jeux et en activités, ou encore dédiés à l'emploi. Néanmoins, la multiplication de ces sites rendent difficile leur lisibilité et ont parfois des difficultés à évoluer face à l'évolution rapide du numérique. Ayant une forte expérience dans l'animation et un goût prononcé pour le web, j'ai souhaité créer un site Internet capable de fédérer et de répondre aux attentes des acteurs de l'animation.

L'objectif principal est de proposer un centre de ressources en ligne qui informe de façon ludique et pédagogique les animateurs sur tous les sujets qui peuvent les intéresser qu'il soit débutants ou expérimentés. Par exemple, des articles sont consacrés au Bafa, formations, rôle et fonctions de l'animateur selon le type de séjour, ressources méthodologiques et pédagogiques (jeux, activités...)...

Si les animateurs et les directeurs sont concernés en premier lieu, le site peut s'adresser également à des organisateurs qui recherchent une interaction avec eux (offre d'emploi...) ou à des parents qui souhaitent découvrir le déroulement d'un séjour et le métier d'animateur.

La philosophie de ce projet s'inscrit également dans une démarche participative. Aussi je compte beaucoup sur les principes et les valeurs de l'animation pour faire avancer le projet, qu'il s'agisse d'une action occasionnelle (comme proposer un jeu / un document) ou d'un investissement régulier, j'inviterai les visiteurs du site à apporter leur pierre à l'édifice.

Après près d'un an d'existence et de partage, le succès est déjà au rendez-vous : pas moins de 30 000 visiteurs consultent chaque mois le site. Le bouche à oreille fonctionne parfaitement, appuyé notamment par les réseaux sociaux Facebook (5500 fans) et Twitter (400 followers). Face à ces premières réussites, de nouvelles ambitions se dessinent afin que [www.JeSuisAnimateur.fr](http://www.JeSuisAnimateur.fr) devienne peu à peu le site web de référence des animateurs et autres acteurs du secteur de l'animation.

Je souhaite enrichir le site de nouvelles rubriques et le doter de nouvelles fonctionnalités. Cette seconde version comprendrait ainsi :

- ▣ Un design entièrement repensé: interactivité, simplicité et dynamisme sont les maîtres mots de cette future version du site
- ▣ Une recherche simplifiée et optimisée grâce à un moteur de recherche interne
- ▣ Une page d'accueil dynamique avec des actus, des portraits d'animateurs, des jeux concours, etc.
- ▣ Un forum dédié aux acteurs de l'animation ainsi qu'un espace réservé aux organisateurs
- ▣ Une rubrique emploi (espace candidats et espace recruteurs) efficace, intuitive et gratuite!

Les frais de fonctionnement et les coûts de développement seront financés par la location d'espaces publicitaires.



# Débats et échanges

## Atelier 2

Nous vous proposons de poursuivre la discussion autour de trois axes de réflexion :

- L'évolution de la communication pour qui : organisateurs, parents, enfants/ados, animateurs/équipes ?
- L'évolution de la communication pour quoi faire : notoriété, conquête de public, fidélisation... ?
- L'évolution de la communication à quelles périodes : avant, pendant, après le séjour ?

### **www.vivement-les-vacances.com, Olivier CREICHE**

J'ai mené un diagnostic sur 400 sites web d'organisateur de séjours pour lesquels seulement une trentaine propose un abonnement à une newsletter. Il existe très peu d'interactivité avec les utilisateurs. On se rend compte qu'en matière de communication web, le secteur est très inégal et ce ne sont pas forcément les plus petites structures qui sont les moins avancées.

### **Chalet des Alpes, Serge Fayolle**

Nous avons créé une page Facebook pour notre structure dont le but est de valoriser l'activité de notre centre d'accueil de colos, mais cela n'a pas généré l'engouement attendu. Comment animer une page Facebook de façon efficace et performante pour générer l'intérêt des familles ? Quelle(s) utilisation(s) adopter ?

### **UCPA, Olivier BONNAUD-DARTOY**

Pour commencer, je dirais que l'erreur serait de fonctionner par mimétisme. Facebook n'est pas un outil miracle et il faut savoir ce que l'on veut en faire. Une page Facebook a pour vocation avant tout à rassembler une communauté existante. Elle doit ainsi proposer des services supplémentaires aux outils existants, tels que le site web, et doit être mise à jour régulièrement par de l'information dynamique tels que de la météo, des jeux concours...

Ainsi, les clés de réussite d'une page Facebook sont :

- Définir la Cible
- Le Contenu
- L'Objectif
- Et prendre en compte toutes les questions transversales, telles que la gestion des droits à l'image

### **CCE AIR France, Michel ROUGIER**

Différents outils et canaux de communication peuvent coexister ensemble : les brochures, les sites web, Facebook et les réseaux sociaux... Néanmoins, la réponse réside dans l'articulation et la cohérence de tous ces outils de communication utilisés par les organisateurs. Ainsi, il s'agit de



# Atelier 3 : Partenariats ou sources de financements revisités

Animé par :

**Anne CARAYON**  
Directrice Générale  
La JPA

**Patrick DROUET**  
Administrateur référent du secteur  
enfants & ados  
UNAT

Dans un contexte économique difficile, les sources de financement public ont tendance à se raréfier mais quelques dispositifs font office d'exception comme Vacaf. Cet acteur institutionnel, qui croit aux colos, a mis en place un outil innovant, peu à peu repris par d'autres CAF, reconnu et soutenu par l'Etat, permettant d'entrevoir un avenir plus radieux aux enfants les plus défavorisés. Cette problématique oblige les organismes à repenser leurs modèles économiques et dans certains cas à s'ouvrir à des partenaires, comme par exemple la SNCF pour faire partir des primo partants en vacances ou les MSA pour les enfants ruraux. Et des enfants qui partent pas loin pour pas cher, est-ce la réponse à la crise et au manque de confiance de certaines familles comme espace « tampon » entre centre de loisirs et colos de deux semaines ? Quatre témoignages ont été sélectionnés pour ouvrir ces possibilités.



## Vacaf, la montée en puissance d'un service public

**Jean BRUNEL**  
**Directeur**  
**Vacaf**

Un des quatre grands domaines d'intervention de la branche Famille de la Caf concerne l'enfance et la jeunesse. Créé par un arrêté ministériel de 1999 et initialisé par la Caf de l'Hérault, le service commun Vacaf a reçu pour mission de faciliter l'accès aux vacances et aux loisirs au plus grand nombre de familles et d'enfants en proposant des hébergements labellisés pour leurs vacances.

Vacaf accompagne les familles, notamment les plus défavorisées, en développant des aides vacances enfants. Deux d'entre elles concernent le départ en accueil collectif de mineurs :

☐ L'Aide aux Vacances Enfants Locale (AVEL) est un dispositif en tiers payant qui s'adresse aux enfants et adolescents de familles allocataires. Cette aide a pour objectif de permettre, pendant les vacances scolaires, un départ en vacances collectives (colonies ou camps) organisé par un opérateur conventionné par la Caf. Ces séjours doivent également avoir reçu un agrément DDSCS.

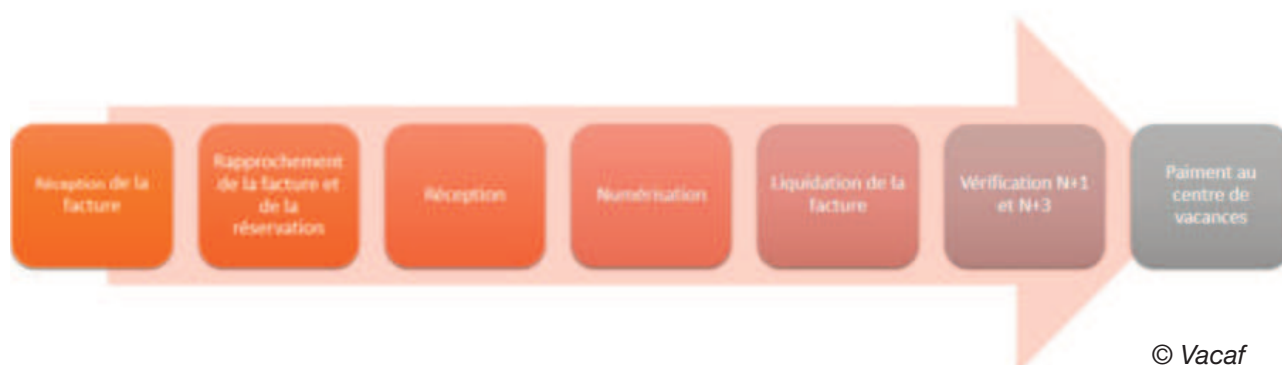
☐ L'Aide aux Vacances Enfants Nationale (AVEN) est un dispositif en tiers payant qui s'adresse aux enfants et adolescents de familles allocataires. Cette aide a pour objectif de permettre, pendant les vacances scolaires, un départ en vacances collectives (colonies ou camps) organisé par un opérateur conventionné par Vacaf sur l'ensemble du territoire métropolitain. Ce dispositif permettant également d'intégrer le coût du transport dans le coût du séjour, les organisateurs doivent assurer l'encadrement des jeunes pendant les voyages aller et retour. Ces séjours doivent également avoir reçu un agrément DDSCS.

Le montant de l'aide, le nombre de jours et de séjours ainsi que les critères d'éligibilité sont votés par le Conseil d'Administration de chaque Caf.

Le service Vacaf regroupe ainsi un ensemble de partenaires locaux et nationaux pour accomplir sa mission. Elle labellise une offre d'hébergements, centres de vacances et camps, en travaillant avec des associations locales et agréées.

Le service commun Vacaf est devenu incontournable car il permet de simplifier les démarches des familles voulant faire partir leurs enfants en colo. Les aides aux vacances pour

enfants mais également les hébergements labellisés sont mutualisés au sein du service Vacaf. La gestion des demandes est ensuite déléguée dans chaque Caf participante à ou aux dispositif(s).



Cette simplification s'accompagne d'un outil complément qui vise à dématérialiser l'ensemble des dispositifs enfants en 2014 : les réservations, les paiements, les signatures... De même, la demande de conventionnement des partenaires auprès de la CAF se fait désormais par l'intermédiaire du site Internet Vacaf.

S'il s'agissait dans les années 2000 d'un dispositif d'expérimentation avec 12 Caf, Vacaf a peu à peu été mis en place dans d'autres départements. Une évaluation a été réalisée et a permis de généraliser le dispositif. En 2013, 27 Caf sont inscrites au dispositif sur les 100 au total, soit un volume d'activité de 50 000 journées enfants. L'aide des Caf représente 41% du coût du séjour en moyenne, représentant une aide moyenne de 231€. Même si la durée moyenne est établie à 12 jours, on constate également une augmentation en faveur des courts séjours de moins de trois jours, désormais pris en charge par les Caf.

La nouvelle convention d'objectifs et de gestion (Cog) 2013-2017, signée le 16 juillet 2013 entre la Cnaf et l'Etat, réaffirme l'importance de l'accès aux vacances pour les enfants, et particulièrement des vacances collectives qui contribuent au développement de l'acquisition de l'autonomie et favorisent l'ouverture aux autres. Il s'agit de développer et dynamiser l'action vacances avec l'appui des dispositifs gérés par le service commun Vacaf et/ou des aides des Caf mises en place localement.

Trois actions seront conduites en continu sur cette période :

- Renforcer l'appui au réseau en matière de ressources et de partage des pratiques en lien avec Vacaf.
- Valoriser les dispositifs d'aide aux vacances gérés par le service commun Vacaf et les aides des caf mises en place localement.
- Recenser le nombre d'enfants dont le départ a été effectif grâce à l'aide des caf.

L'indicateur effectif étant le nombre d'enfants et de jeunes bénéficiaires de séjours Vacaf, les prévisions pour 2014 annoncent 65 000 jours enfants pour 35 Caf.



# VACAF, service commun des Caf Internet au centre de l'organisation

90 Caf



Transmission  
du fichier  
des bénéficiaires



Mise en ligne du  
fichier



Traitement  
de la facture



Consultation  
des droits et inscription



Réservation  
auprès des  
centres  
de vacances  
labellisés



© Vacaf

## Midi-Pyrénées : un premier départ pour découvrir sa région

**Laurent ORLAY,**  
**Chargé de mission**  
**UNAT Midi-Pyrénées**

L'opération *Premier départ en vacances*, dont le Conseil Régional de Midi-Pyrénées a été l'initiateur, permet chaque année à près de 1 900 jeunes âgés de 6 à 14 ans, issus de milieux fragilisés économiquement, de partir pour la première fois en vacances. Il s'adresse directement aux familles modestes qui sont bénéficiaires de bons vacances. L'opération s'inscrit dans une volonté forte de politique sociale du Conseil Régional qui a par ailleurs injecté un million d'euros dans l'économie régionale.

Le but du dispositif est de favoriser la mixité sociale, le mélange de tous les milieux : que les enfants des villes rencontrent les enfants de zones rurales, que les enfants de CSP+ rencontrent les enfants d'agriculteurs et d'artisans. C'est pourquoi un tiers au maximum des enfants dans le groupe sont issus du programme Premier départ. Ils partagent les mêmes activités que leurs autres petits camarades et ne sont évidemment pas différenciés : il ne s'agit surtout pas de les stigmatiser !

Le but est aussi d'apporter aux familles un accompagnement et un projet social qui puisse donner la possibilité aux enfants et aux adolescents de partir vivre une expérience plutôt que de rester chez eux. En effet, le tourisme joue une fonction de nature sociale, culturelle et humaniste pour les jeunes. Il décloisonne les limites de leur vie quotidienne. En cela, les vacances sont pour eux un élément fort d'éducation, d'autant plus qu'il s'agit d'une expérience vécue et non d'un apprentissage théorique. Aujourd'hui 80% à 85% des jeunes partent pour la première fois ! Les autres renouvellent leur séjour soit parce que les travailleurs sociaux des CAF estiment qu'il est bon qu'ils (fassent de nouveau partie du programme) partent une nouvelle fois eu égard à leur situation, soit parce qu'ils sont membres d'une fratrie. Depuis quelques années, nous essayons d'intégrer aussi des enfants porteurs de handicaps (tout en étant relativement autonomes) à ces départs, afin de favoriser encore la découverte de l'autre par les vacances.

L'opération du Conseil Régional a pu voir le jour grâce à la mise en place de 4 partenaires dont les CAF, les MSA, les associations membres de l'Unat Midi-Pyrénées et la SNCF. Les participations sont significatives et représentent en 2013:

- ▣ 454 000€ pour le Conseil Régional
- ▣ 413 000€ pour les organismes sociaux (CAF et Msa)
- ▣ 460 000€ pour les opérateurs de séjours (valorisation du tarif consenti)
- ▣ 106 000€ pour les familles

L'opération *Premier départ en vacances* ne serait pas possible sans tous ces partenaires, car l'opération est lourde

financièrement : en tout, elle mobilise un budget d'environ 1,3million d'euros. Certes, chaque famille participe – il n'était pas question que les séjours soient gratuits – à hauteur de 59 euros par séjour et par enfant, quelle que soit la durée et le thème du séjour. Mais, étant donné le prix des séjours, le conseil régional verse 20,38 euros par enfant et par jour, les CAF et la MSA Midi-Pyrénées Sud donnent respectivement 18,55 euros par enfant et par jour et les opérateurs de l'Unat consentent un tarif privilégié de 35,85 euros par journée réalisée – alors qu'un séjour classique coûte près de 56 euros l'été. Enfin, la SNCF aide d'un point de vue logistique et bien sûr au travers des tarifs préférentiels de groupe (50% de réduction)

Depuis 2011, les CAF et la MSA ont joué un rôle primordial à plusieurs titres. Elles contribuent non seulement au financement, par l'intermédiaire d'un forfait établi sur la base de 18,55€ par jour et par enfant (tarif 2014) mais également à l'accompagnement des familles en amont et en aval par les travailleurs sociaux.

L'UNAT Midi-Pyrénées regroupe toutes les associations agréées du Tourisme Social et Solidaire de Midi-Pyrénées. Elle est en capacité d'animer, de fédérer et d'organiser l'accueil des jeunes sur la base de coûts réduits, à prix coûtant. Pour l'opération, elle joue le rôle de maître d'œuvre et assure le lien avec tous les partenaires.

La direction Régionale de la S.N.C.F s'investit dans ce projet dans le cadre du partenariat avec la région Midi-Pyrénées en proposant des tarifs préférentiels pour le transport en TER des enfants et des convoyeurs.

L'objectif initial, lors de son lancement en 1996, était de faire partir 1250 jeunes pour atteindre 2000 départs en 2001. Depuis 2008, chaque année, près de 1900 enfants ruraux et urbains de la région, dont une trentaine est porteuse de handicaps, partent pour la première fois en vacances pour un séjour d'une durée de 6 à 21 jours dans des centres agréés et situés en Midi-Pyrénées. De 1996 à ce jour, l'Opération aura permis à plus de 30 000 enfants de profiter d'un séjour dans des centres de vacances de qualité. L'enjeu de demain et d'étendre cette action à l'ensemble du territoire, notamment en sollicitant des fonds d'Etats et privés, tels que la fondation SNCF par exemple.

## **Le succès des mini-colos de proximité**

**Hélène HIVERT**  
**Directrice**  
**1001 Vacances**

Face à la baisse de fréquentation des séjours avec les comités d'entreprises et les mairies, nous avons la volonté de déclencher un premier départ et de faire tomber le frein de la distance géographique et du coût à travers des séjours mini-colos. Nous voulions faire partir en colo le plus grand nombre d'enfants tout en maintenant une mixité sociale et culturelle.

Notre projet repose essentiellement sur la mise en réseau sur le territoire.

Le premier volet concerne la communication afin de faire connaître le projet aux acteurs du territoire :

- ▣ Les enfants et les familles
- ▣ Les prescripteurs tels que les mairies, les écoles, les éducateurs...
- ▣ Les partenaires tels que la CAF, le Conseil Général...

Nous avons réalisé plusieurs actions à cet effet comme par exemple la distribution de flyers à la sortie des écoles, la participation à des émissions radios locales, à un forum et à des rencontres auprès des mairies, l'envoi de mailing aux CE du département et de courriers aux services d'aides à l'enfance...

Le deuxième volet s'est orienté autour de la création de liens afin d'aider les familles dans le financement des séjours. Cela a abouti à des demandes d'agrément CAF, des conventionnements avec des mairies et l'ANCV...

Plusieurs éléments permettent de constater les premiers signes de réussite des séjours en mini-colos.

- ▣ L'évolution de la fréquentation avec 60 enfants accueillis la première année et une hausse de 50% chaque année depuis 4ans.
- ▣ La fidélisation avec la revisite de nombreux enfants. Le séjour devient ainsi un tremplin pour un premier départ.
- ▣ Le bouche-à-oreille des familles avec un réseau qui s'étend. On constate que les enfants reviennent avec des membres de leurs familles ou des copains d'école. Le mélange des séjours traditionnels avec les séjours en mini-colos fonctionne bien. On constate un brassage des différents horizons géographiques, en particulier urbains et ruraux.

### Partir en colo pour la première fois

**Dalila BOUADI,**  
**Déléguée Nationale en régions**  
**La JPA**

Le dispositif de la JPA *Premier départ* a démarré en 2001 en Meurthe et Moselle avec le soutien de la CAF 54 et du Conseil Général. Il s'est régionalisé en 2008 avec le soutien du Conseil Régional de Lorraine et en lien avec l'Unat Lorraine. Ce dispositif permet d'attribuer des aides aux enfants pour un premier départ en centres de vacances de manière à :

- ▣ Réduire les obstacles financiers et psychologiques
- ▣ Favoriser la mixité sociale dans les ACM
- ▣ Ajuster les aides au réel besoin des familles
- ▣ Sensibiliser les institutions départementales et locales à la nécessité d'élaborer une politique « vacances »

L'aide est accordée à tous les enfants et sans plafond de ressources, le reste étant à la charge des familles. Chaque comité départemental JPA édite un catalogue des différents séjours proposés.

Pour gérer ce dispositif, la JPA Lorraine dispose d'une aide au fonctionnement du Conseil Régional, de la CAF 54 et de la DDCS 54. Cela permet le financement d'un poste de coordinatrice régionale du dispositif. Cette personne est chargée de la gestion administrative du dispositif et la recherche de partenariats.

Ce dispositif est basé sur le multipartenariat qui est composé de 15 partenaires et mécènes. Parmi eux, on peut citer le Conseil Régional, le Conseil Général, les CAF, les collectivités, mais aussi les Restos du Cœur et le Secours Populaire via son action Kinder.

Ce multipartenariat permet de toucher des familles très différentes et le fait que toutes les familles soient aidées favorise la mixité dans les ACM.

Il existe un réel intérêt facilitateur pour les familles qui dispose d'un seul interlocuteur pour les démarches. De même, l'aide est ajustée au besoin réel et n'impose pas de plafond de ressources. Les propositions de séjours sont variées, les aides sont déduites du coût du séjour et aucune avance n'est à faire par les familles.

L'intérêt pour les collectivités et les partenaires repose également sur la simplicité du dispositif avec une seule convention et un seul interlocuteur. De fait, il y a moins besoin d'investir dans les démarches et le personnel. Le multipartenariat permet de rendre efficace une aide minime de chacun des partenaires. C'est la possibilité d'avoir un dispositif clé en main avec un investissement moindre.

Le bilan de l'été 2013 montre que 1150 enfants sont partis pour la première fois et 185 pour la deuxième fois. En Lorraine, la proportion de l'aide moyenne est de 64%.



# Débats et échanges

## Atelier 3

Trois axes de réflexion ont été identifiés pour poursuivre la réflexion :

- Comment se caractérisera le modèle économique des colos demain : financement institutionnel régionalisé ou départementalisé, financement en autonomie pour certains mais forte dépendance des aides au départ via les CE et collectivités, développement d'un modèle de mécénat à l'anglo-saxonne ?
- Les organisateurs doivent-ils aller vers de nouveaux modèles économiques et de gouvernance ?
- Séjours de 5 jours, séjours de 3 jours, séjours sans transport, va-t-on vers des séjours qui ne correspondent plus au cadre réglementaire et usuel ? Quels projets et quelles responsabilités engagerons-nous ?

Malheureusement, le manque de temps n'a pas permis de lancer de manière approfondie une véritable discussion autour de ces trois axes. En effet, les échanges ont portés en priorité sur le fonctionnement et les pistes d'amélioration des dispositifs présentés.









## **Partie 4.**

### **La colo du futur, un rêve possible ?**

Si le secteur reste en alerte face au changement, la route est encore longue. Dans un portrait prospectif, Patrick Drouet, administrateur référent du secteur enfants et ados à l'UNAT, exprimera les grands enjeux auxquels seront livrées les colos de demain. Chemin faisant, Jean MOCHON formulera sa vision du secteur : où en sont les acteurs et qu'est-ce qui les attend ? Ce rapport d'étonnement préoccupant mais pas moins réaliste donnera raison à agir vite !

# Quelle colo demain ?

## Un portrait prospectif

**Patrick DROUET**

Administrateur National du secteur  
enfants & ados  
UNAT

A quoi ressemblera la colo de demain ? Si cette question purement prospective mérite d'être analysée en profondeur, on peut déjà esquisser les enjeux auxquelles le secteur se confronte(ra).

**Jusqu'où la colo doit-elle s'adapter entre les attentes des familles et le projet pédagogique mis en œuvre pas les équipes?**

Permettre des dates de séjours fluctuantes ou imposer des durées de séjours type ?

Permettre le départ de toute la fratrie ou créer des lieux réservés à une certaine tranche d'âge ?

Des colos qui commencent avant 4 ans et qui continuent après 17 ans ? Dans un cadre règlementaire adapté à cet effet ?

Ou des colos dès 12 ans sans animateurs mais avec un adulte référent qui permet plus d'autonomisation et de responsabilisation.

La colo comme lieu coupé du monde extérieur existe-t-elle encore ? Faut-il aller de plus en plus vers des colos thématiques, avec comme référent culturel dominant la télévision, voire la télé-réalité, ou considérer que la colo ouvre un espace culturel différent et propose des animations spécifiques au temps des vacances ? Réviser son bac, passer son permis, passer son Bafa, des séjours comme un espace qui serait moins le temps des vacances et plus celui de la formation ? Ou une colo où il ne se passe rien. On se repose, on prend le temps de discuter, on joue si on en a envie ?

**Une colo qui s'appuie sur la vision des enfants et des adolescents ou sur la projection des adultes ?**

Cette fois-ci la révolution Internet n'est plus un sujet de débat, chacun l'a intégré dans ses processus. Plus aucune brochure, plus de convocation papier, plus de trousseau envoyé : tout sera dématérialisé ? Les parents vérifieront leur lieu de rendez-vous sur leur téléphone portable et les animateurs seront au courant du retard du train par sms ou par whatsapp ? Pouvoir utiliser son portable, sa tablette constamment durant le séjour et quelle que soit la tranche d'âge ? Des parents sécurisés et/ou des parents intrusifs ? Pouvoir contacter sa famille, ses amis et être connecté à l'ailleurs en même temps qu'à l'ici ? La colo commence avant, et ne se termine jamais tout à fait. La colo comme nouvel espace social qui construit des connexions entre des mondes.

Ne pas partir longtemps, même pour deux jours, mais partir tout près ou partir très loin ? Des colos dans les villes, des colos dans les campagnes ? La rencontre et la découverte ne



sont pas que celles des jeunes et des animateurs, mais aussi celle de l'interaction avec la population locale dans la dimension projet du séjour, mais également de plus en plus celle de l'environnement qui a un effet sur le groupe (valorisation de son territoire de vie pour les plus jeunes, sentiment que l'éco responsabilité est une valeur mondialisée pour les adolescents).

Existera-t-il encore des centres de vacances uniquement spécialisés dans les colos ? Désormais les séjours se font de plus en plus dans des lycées, des maisons familiales de vacances, des villages vacances, des centers parcs... Mais aussi dans des roulottes, des cabanes dans les bois, des yourtes... Et pourquoi pas des campings spécialisés dans l'accueil de groupes d'enfants avec des salles d'animation dédiées et des sanitaires adaptés.

Des centres de vacances labellisés, classés ? Des organisateurs tous labellisés ? Tous regroupés dans des unions, des fédérations, des GIE ? Une action conjointe de tous les réseaux d'organismes finançant des campagnes de communication annuelle sur les colos ?

### Un avenir idéal

La communication conjointe du Ministère de la Jeunesse, Ministère de l'Education et de l'Enseignement Supérieur porte ses fruits, tous les lycéens, étudiants et enseignants sont sensibilisés de manière active, moderne et positive à l'intérêt d'encadrer des colos et désormais il y a de plus en plus de formation d'animateur et de directeur.

Les animateurs ont enfin un statut adapté à la spécificité de leurs missions dans le cadre d'un engagement restreint au temps des vacances scolaires.

Désormais, les classes moyennes, et pas seulement les plus défavorisées, disposent d'une aide pour permettre le départ en colo. L'Etat, via le FNAS de la CNAF (Fnas) ou les chèques vacances colos de l'ANCV, proposent ces aides. Les projets éducatifs des territoires (PEDT) portent cette idée d'une colo accessible aux classes moyennes ce qui est déterminant pour une réelle mixité sociale, et certaines collectivités se rapprochent pour disposer des moyens nécessaires à ce type de projet.

Des espaces dans les gares entièrement adaptés pour l'accueil de groupes de mineurs existent dans toute la France. Les tarifs et les places sont communiqués par la SNCF dès la réservation ferme de l'organisateur, soit plusieurs mois à l'avance



*Existera-t-il encore des centres de vacances uniquement spécialisés dans les colos? Désormais les séjours se font de plus en plus dans des lycées, des maisons familiales de vacances, des villages vacances, des centers parcs... Mais aussi dans des roulottes, des cabanes dans les bois, des yourtes...*

Patrick Drouet



Les dates de vacances scolaires et d'examens sont fixées et communiquées trois ans à l'avance, sans aucune fluctuation.

Un groupe de travail au Ministère de la Jeunesse et des Sports a proposé une simplification des textes réglementaires. De nouvelles règles permettent aux animateurs Bafa d'encadrer un nombre plus important d'activités sportives.

Les colos sont devenues vraiment européennes par l'harmonisation et l'équivalence des règles d'encadrement. Le monde est sans limite pour les animateurs.

Des colos de proximité, pas chères, font le lien avec les mini camps des centres de loisirs et donnent le goût de partir.

Toutes les colos accueillent des enfants en situation de handicap, et tous les coûts induits (animateur supplémentaire, véhicule...) sont intégralement pris en charge par des aides financières dédiées.

Les colos sont reconnues comme des expériences éducatives indispensables à la socialisation, l'apprentissage de l'autonomie et de la mobilité... Elles représentent des espaces et des temps où les enfants et adolescents peuvent partager quelles que soient leurs origines, leurs milieux sociaux, leurs différences...



# Rapport d'étonnement: Innover, quelle réalité pour les colos?

Jean MOCHON

Responsable de développement

La Belle Idée

## Ce qui a été dit...

Tout au long de la journée, plusieurs grands thèmes ont été fréquemment abordés retenant agréablement mon attention. En effet, ils caractérisent des principes qui doivent amener à initier une démarche d'innovation et qui ne sont pas sans rappeler les perspectives énoncées dans les analogies de ce matin.

▣ **Expérimenter** est la clé essentielle et illustre peut-être mieux le processus de transformation qui s'exerce dans l'innovation. En effet, cela induit de gérer les échecs, ce qui peut être une explication à la frilosité d'innover dans le secteur. Pour autant, certains osent franchir le pas comme le rappelle Véronique Claude dans son projet de la Maison de Courcelles: « *on a rien fait en un seul coup, on a appris des choses nouvelles tous les ans et expérimenté plusieurs méthodes avant de réussir* ». De plus, j'ai l'impression que certains sont venus chercher des solutions clés en main, mais expérimenter souligne bien que ce n'est pas copier son voisin. J'ai entendu aujourd'hui : « *une démarche d'innovation, c'est intéressant car on sait sur quoi on part, mais on ne sait pas où l'on va* ». Ceci me conforte dans l'idée de pas avoir donné de définition de l'innovation sociale, c'est parce que son interprétation peut être tout à fait différente d'un regard à une autre.

▣ **Faire simple** est un concept qui caractérisait auparavant le tourisme social et solidaire avec des structures reposant sur le bénévolat et une réglementation plus légère. Or, ce n'est plus le cas aujourd'hui avec la création et l'addition d'organisations complexes.

▣ **Apprendre la co-conception** doit permettre une meilleure adéquation aux besoins de la demande. Même si la notion de démocratie participative a été évoquée à plusieurs reprises, elle n'est pas suffisante pour entrer dans une véritable démarche de co-conception. Il me semble qu'un travail sur les mentalités est à réaliser en la matière, et à commencer par la compréhension en profondeur du concept.

Pour autant, ces quelques principes soulevés par le secteur semblent sous exploités, ce qui s'explique par un ensemble de freins et d'idées préconçues par le tourisme social et solidaire. En effet, le secteur est lié historiquement à ses valeurs et aller vers de nouveaux horizons peut-être perçu comme une atteinte à sa *génétique*.

▣ **L'individualisme** est bien souvent utilisé à tort quand on évoque, dans les équipes pédagogiques, le manque de militantisme des nouvelles générations. Ce n'est pas parce que les jeunes ont de moins en moins envie de s'engager dans



l'associatif qu'ils ne veulent pas ponctuellement participer à une action collective. Si autrefois, l'engagement du corps enseignant était bénévole, il était largement facilité par le fait que l'animation était une plus-value de leur emploi à l'année. Aujourd'hui, les jeunes ne veulent et ne peuvent plus s'enfermer simplement dans la contrainte surtout dans un contexte économique difficile faisant de l'animation une activité plus rémunératrice. L'individualisme est une tendance générale qu'il ne faut pas confondre avec la notion d'égoïsme.

▣ **La relation au territoire** semble être réduite actuellement à des logiques de financements et de subventions. Or, le territoire ne doit pas être qu'un simple support pour les organisateurs de séjours mais aussi un partenaire dont il s'agit de mettre en orchestre les acteurs locaux : les collectivités, les prestataires, les fournisseurs... Si le tourisme peut se résumer comme un ménage à trois, entre l'utilisateur, l'organisateur et le territoire, ce fondement semble être mis à mal dans un contexte économique bouleversé.

▣ **La disparation de la frontière entre tourisme et loisirs** est un enjeu majeur qui remet en question les pratiques traditionnelles du secteur afin de trouver un mi-chemin entre ces deux sphères. Néanmoins, le quotidien des professionnels ne semble pas ou peu être touché par cette tendance avec des structures qui continuent à être fortement saisonnières. On retrouve le même corolaire géographique entre les publics de proximité et les publics éloignés d'une destination.

### Ce qui aurait dû être dit...

Les paramètres évoqués précédemment sont pourtant minimales par rapport au changement qui touche frontalement le tourisme social et solidaire. Plusieurs risques pointent à l'horizon.

#### ▣ **La gouvernance**

Je souhaitais rappeler une citation qui parle d'elle-même : « quand on n'a pas de stratégie, on parle de gouvernance ». Cette difficulté touche bien souvent les instances décisionnelles du tourisme social et solidaire qui sont articulées entre une sphère *élue* et *opérationnelle*. Cette forme de gouvernance entraîne ainsi des répercussions sur la question des vitesses et des temps, à savoir le besoin d'agir face au changement.

#### ▣ **La légitimité, du politique... des institutions, des organisations**

Même si le tourisme social et solidaire souhaite revendiquer une légitimité *naturelle* à travers des valeurs sociales des vacances, elle n'est pas forcément acquise, voire même

“

« quand on n'a pas de stratégie, on parle de gouvernance »

”

reconnue, auprès des institutions et des publics. On est légitime parce qu'on est capable de faire. Dans une entreprise, la hiérarchie ne crée plus la légitimité mais désormais la compétence.

#### **L'hyper-concurrence : nouveaux modèles et nouveaux entrants**

Les acteurs ne veulent souvent pas le voir venir mais l'apparition de nouveaux entrants, par le prix ou par d'autres modes d'organisation, est inévitable. C'est le cas d'IBM qui ne souhaitait pas accepter l'arrivée d'Apple sur le marché de la micro-électronique et de l'informatique domestique. Résultat, IBM a failli disparaître. C'est pourquoi, il faut s'attendre à ce que la *clientèle* du tourisme social et solidaire puisse se tourner vers la concurrence si elle propose une offre et des valeurs du même registre.

Pour conclure, je souhaitais faire prendre conscience à travers ce rapport d'étonnement que le changement est déjà en marche. De fait, c'est à vous, professionnels du tourisme social et solidaire, de vous adapter et non pas aux usagers si vous souhaitez perdurer. Pour le reste, les médiocres disparaîtront. Ce ne seront pas les médiocres dans l'offre mais ceux qui n'auront pas eu la capacité de s'adapter.



---

*c'est à vous, professionnels du tourisme social et solidaire, de vous adapter et non pas aux usagers si vous souhaitez perdurer. Pour le reste, les médiocres disparaîtront. Ce ne seront pas les médiocres dans l'offre mais ceux qui n'auront pas eu la capacité de s'adapter.*

*Jean Mochon*







# Remerciements

**Sylvain CRAPEZ**

Délégué Général

UNAT

Nous arrivons au terme de notre colloque. Un colloque innovant dans un lieu innovant et je n'en doute pas animé par des intervenants et des participants innovants. Certains esprits chagrins aiment à dire que l'innovation d'aujourd'hui c'est l'archaïsme de demain, je l'ai récemment entendu dans une instance nationale d'acteurs de l'ESS. C'est, à mon avis, une expression très significative du contentement de soi : j'ai un statut, j'ai une histoire, mon organisme, et non pas mon mouvement, porte des valeurs donc je suis.

Aujourd'hui et, nous le voyons bien à l'occasion de ce colloque, cela n'est plus suffisant. Il faut faire, agir, s'adapter et démontrer sans cesse. Il ne faut pas se renier mais il faut progresser. L'UNAT revendique d'ailleurs très souvent son attachement aux mouvements progressistes. Nous ne devons pas hésiter à débattre, à nous projeter, à nous rendre lisible, à nous ouvrir, à chercher, à convaincre, à élargir nos bases et, bien entendu, à apporter le langage de la preuve.

C'était toute l'ambition de ce colloque remarquablement organisé et porté par un comité de pilotage large de nos membres, un référent politique engagé et pertinent, dont je remercie Patrick Drouet d'en assumer le rôle ainsi qu'une équipe de l'UNAT solidaire et mobilisée avec au premier chef, Julie BEYOU, chargée de mission Enfants/Ados et Jeunes.

Ce colloque, qui s'inscrit dans la continuité de la première édition, fait aussi la démonstration de l'intérêt que porte l'UNAT au secteur des vacances d'enfants et d'adolescents. Grâce à l'implication des élus, notre Union a décidé de consacrer des moyens humains et financiers à ce secteur et s'investit pleinement dans la défense des intérêts de ses membres. Notre intervention se traduit aussi par une veille, un accompagnement et une recherche permanente de collaboration ou de confrontation productive avec les partenaires tels que l'Ovlej, dont l'UNAT assure le co-pilotage, ou l'institution ministérielle de la Jeunesse, des Sports, de l'Education Populaire et de la Vie associative. Dans la lignée du rapport Parlementaire rapporté par Michel Ménard, la DJEPVA engage une concertation et une mise en œuvre d'expérimentations qui nous réjouissent. Il conviendra à ce sujet de bien articuler cette initiative avec notre implication dans les assises du tourisme et ses différents groupes de travail.

Plus largement, l'Unat se veut l'union de tous les acteurs du tourisme social et solidaire, nous revendiquons notre ancrage dans le tourisme et plus largement dans le champ des vacances et des loisirs de proximité. Nous nous identifions clairement aux valeurs et aux enjeux de l'Economie Sociale et Solidaire. Les acteurs de l'UNAT sont des apporteurs de solutions de vacances pour tous les publics, pour tous les âges et sur tous les territoires. L'Unat porte un projet politique qu'elle vous invite à partager, un projet d'animation de réseau qui vous incite à participer et un projet d'accompagnement qu'il vous convient de solliciter.



*Il faut faire, agir, s'adapter et démontrer sans cesse. Il ne faut pas se renier mais il faut progresser. L'UNAT revendique d'ailleurs très souvent son attachement aux mouvements progressistes.*

Sylvain Crapez





“

*Vous le voyez bien, la mutation est en cours et elle n'attend que vous pour donner du sens et de l'épaisseur au projet de l'Unat car, et je citerai Lord Beveridge, « la raison d'être d'une organisation est de faire accomplir par des hommes ordinaires des choses hors de l'ordinaire. »*

*Sylvain Crapez*

”





## **Annexes**

***Annexe 1 : Recueil de témoignages***

***Annexe 2 : Bilan de satisfaction***

***Annexe 3 : Glossaire***

# Recueil de témoignages

L'Unat a lancé dès l'été 2013 un appel à témoignage auprès des professionnels dans le but de faire remonter de bonnes pratiques. Durant le colloque, les interventions ont suscité de nouvelles contributions de la part des participants. Malheureusement, il n'était pas possible d'exprimer en une seule journée l'ensemble de ces témoignages et c'est la raison pour laquelle nous avons souhaité les sélectionner et résumer dans les actes.

## **UCPA, par Mathieu VILLARET**

« L'UCPA et la Fédération Française Handisport se sont associées en 2012 pour proposer les Vacances sportives Handisport. Elles permettent aux jeunes handicapés moteurs et sensoriels de découvrir des activités sportives et d'avoir la possibilité de s'inscrire dans une pratique pérenne à l'issue du séjour en lien avec les Comités Handisport locaux. Les objectifs sont multiples : impulser une pratique sportive, rompre l'isolement, permettre la rencontre et favoriser l'inclusion des jeunes handicapés auprès des jeunes valides, développer l'autonomie et la confiance en soi... Pour créer la mixité, les activités sportives ont été assurées conjointement par des moniteurs sportifs qualifiés de l'UCPA et des experts Handisport. Les temps de vie quotidienne ont également été gérés par une équipe mixte UCPA/Handisport d'animateurs BAFA spécialisés dans le handicap. Cela représente environ 20 personnes impliquées dans le projet par séjour. Au-delà des contraintes techniques de matériel et d'encadrement, ces séjours sont organisés sur les mêmes sites de pratiques et les mêmes horaires que les jeunes valides. Depuis 2 ans, 5 séjours ont été mis en œuvre (4 sur la saison d'été et 1 sur la saison d'hiver) et ont déjà permis d'accueillir 45 jeunes en situation de handicap moteurs et sensoriels. 91% des jeunes accueillis sont *très satisfaits* de leur séjour et 94% ont envie de participer de nouveau aux Vacances sportives Handisport. »

## **Association Le Petit Prince, par Sergio POLATIAN**

« Dans un monde agressif qui incite au repli ou à la lutte, notre projet pédagogique autour du vivre-ensemble cherche à aider chacun à cheminer vers lui-même et vers les autres. En assurant une cohérence globale dans sa gouvernance et son management, ce projet a permis de proposer :

▣ Les séjours intergénérationnels avec une organisation souple co-décidée, un programme riche et en libre accès pour petits et grands, seul ou en famille : ateliers vivants avec les intervenants en communication, jeux coopératifs, art et nature, loisirs...

▣ Les séjours enfants/ados : Grâce à nos intervenants spécialisés, des jeux autour de la communication bienveillante et la dynamique relationnelle, pour plus d'écoute, de respect mutuel. Ressentir l'intérêt de la gestion enrichissante des conflits, de la médiation.

Aujourd'hui, les familles sont encouragées par ces séjours qui répondent tant aux besoins de vacances que de progrès. Elles apprécient le mieux être familial qui s'offre à chaque participant quel que soit son âge. Un apprentissage dont on sort nourri des forces partagées, un mieux-être, porteur naturel de coopération et d'interagir ! »

## **Langue & Nature, Par Thibault LE MARIE**

« Les adolescents sont confrontés à une scolarité où l'apprentissage de la langue est complexifié par les changements de cours toutes les deux heures, de programmes presque tous les ans (livres différents avec

approches différentes), de professeur tous les ans. Il est très difficile pour eux de constituer un socle de bases solides auquel ils peuvent se référer pour construire leur niveau. Pour autant, la pratique de la langue est devenue une quasi-obligation pour se lancer dans la vie professionnelle.

Ainsi, nous proposons des séjours linguistiques dont les mécanismes assurent aux enfants la capacité de pouvoir progresser dans une langue. De fait, nous proposons trois volets d'apprentissage :

- ▣ Le Programme Communication
- ▣ L'Organisation Méthode
- ▣ L'alternance structurée d'activité

L'enfant est maintenue dans une dynamique pro-active permettant de réels résultats tout en s'amusant »

### **CAA Les Tronches, par Olivier CROUX**

« Les méthodes de Scoutisme vieilles de plus de 100 ans font grandir les enfants au travers de prise de responsabilité, de décision, d'expression libre lors des *conseils*, de participation à l'aménagement des lieux de vie et aux tâches quotidiennes, de choix des activités et de vie en petit groupe solidaire et organisé. Ainsi, nous voulions favoriser l'accueil d'enfants issus de milieux différents et ne pratiquant habituellement pas les activités de Scoutisme afin de leur proposer une expérience de rencontre et de partage.

Nous avons ainsi travaillé en lien étroit avec le secteur des ALSH mais aussi en partenariat avec le Lions Club de Paris pour l'intégration d'enfants en situation de handicap mental. Les équipes pédagogiques, notamment celles des ALSH, sont accompagnées et formées au camping et aux activités *nature*. Un guide pratique, des fiches d'activités et des formations sont proposés aux équipes d'encadrement en amont et pendant les séjours.

Chaque été et pendant 3 semaines, nous accueillons 60 à 80 enfants à travers trois thématiques : indiens, trappeurs et pionniers. La vie en communauté solidaire, le rapport à la nature et l'imaginaire ont toute leur place. Les enfants vivent dans des *villages* des activités qui s'inspirent de ces thèmes. Ils sont plongés dans un autre monde, dorment sous tipi ou tente trappeur par *village* avec des temps d'animation en commun permettant échanges et mixité sociale. »

### **Fédération de La Ligue de l'Enseignement du Rhône, par Nicolas RIBOULET**

« Face à la demande croissante des séjours de *révisions scolaires*, notamment dans le cadre d'un marché public d'une commune de Z.U.S, la fédération s'est inscrite avec réfraction dans ce projet. Néanmoins, nous avons peu à peu imaginé la manière dont nous pourrions aborder cette question afin de ne pas transférer l'école dans le centre de vacances mais au contraire d'utiliser ce dernier pour enlever *la peur d'apprendre* des enfants.

A ce titre, notre projet consiste à faire l'expérience des apprentissages des savoirs de manière *différente*. Si les supports ne nous sont pas apparus évidents au premier abord, nous les avons réinventés. Tout est devenu prétexte :

▣ La visite de la ferme pédagogique a permis de travailler les notions de volumes, au milieu des animaux

▣ La gestion du blog est devenue un moyen pertinent de réviser les notions d'orthographe et de conjugaison, en commentant les photos et en correspondant avec les parents.

▣ L'activité kayak a permis de travailler la biologie avec les animateurs qui vivent toute l'année sur le territoire.

▣ Aller acheter les souvenirs au village, a constitué un véritable exercice de mathématique ; alors que mettre la table a été la meilleure leçon de géométrie possible...

Bien sûr au début les enfants viennent un peu « à reculons » car ce sont les parents, la mairie ou les enseignants qui incitent au séjour. Le fait que la salle d'activités ressemble parfois un peu trop à une classe n'aide pas à se sentir à l'aise. Cependant, peu à peu, tout le monde s'abandonne au projet et partage cette *rencontre*. Même la collectivité lors du bilan finit par nous dire : cela fonctionne aussi parce que vous avez fait preuve de bienveillance et de convivialité... »

#### **CERF, par Jean Claude GIROUDON**

« Depuis deux étés, nous organisons des séjours orientés vers la randonnée équestre itinérante avec pour particularité d'être fortement ancrés sur le territoire local. En effet, ils se déroulent dans des gîtes labellisés *accueil paysan* et sont gérés par des personnes connaissant et faisant vivre leur territoire. Je pense notamment à cette dame, guide de moyenne montagne, qui organise des ateliers « découverte et compréhension du territoire » de façon ludique. Ces séjours sont en plein développement avec environ 90 à 100 jeunes de 8 à 16ans accueillis chaque été. »

#### **L'Oasis, par Eric BRUNOT**

Le projet Val€coParcs, mené entre plusieurs Parcs Naturels Régionaux a pour objectif de développer une nouvelle offre de produits touristiques. Notre association a été la seule à proposer un séjour à destination des enfants et des adolescents dont la plus-value éducative et solidaire a fait la différence. A travers une grande aventure, constituée de 6 grands défis, les jeunes doivent réussir à emporter les épreuves dans le but de financer le départ en vacances d'enfants dont les familles n'ont pas les moyens de les faire partir. Un partenariat est en cours de construction afin de mettre en place ce dispositif d'attribution d'aides. Ainsi, le séjour repose sur la coopération des enfants afin d'œuvrer collectivement au soutien d'un véritable projet. »

#### **UCPA, par Emmanuel GRELAT**

« Nous proposons un séjour itinérant en train à travers l'Europe à destination de jeunes âgés de 14 à 17ans. Ce projet vise à responsabiliser les jeunes et à développer leur conscience européenne à travers la découverte culturelle. D'une part, les jeunes construisent eux-mêmes leur séjour en choisissant les villes étapes, le choix est effectué de manière démocratique sous la supervision des encadrants. D'autre part, ils peuvent traverser jusqu'à dix pays différents, chacun avec son propre



mode de vie, sa propre culture.

Ce séjour a été mis en place chaque été depuis 2010. Un directeur du séjour, diplômé BAFD, et un animateur BAFA encadrent un groupe d'une dizaine de jeunes. L'hébergement se fait principalement en auberge de jeunesse, les trajets en train couchettes sont privilégiés. Le pass interrail permet de parcourir les 27 pays européens sans limite dans les déplacements et sans coût additionnel.

En quatre ans, aucun itinéraire n'a été identique à un précédent, et la satisfaction des jeunes et de leurs parents approche les 100%. Ce séjour est un succès car les jeunes deviennent acteurs et non consommateurs de leur séjour. »

### **Rêves de jeux, par Jean-Pierre BOILLON**

« L'association a été fondée par des animateurs, des enseignants, des parents mais aussi des créateurs et passionnés de jeux. Ces séjours uniques comme *Aventures de rêves* permettent de plonger les enfants et s'épanouir dans l'imaginaire. Ce qui rend intéressant ces séjours est que cette activité peut se prêter facilement à la co-conception avec les jeunes pendant le séjour. Le programme est modulable et si les jeunes le désirent, il est possible d'organiser certaines animations au sein de l'équipe d'encadrement. Ils peuvent également animer leur propre projet s'il est matériellement et techniquement réalisable. »

### **Foyer Laïque de Keryado, par Evelyne VALY**

Nous nous caractérisons par nos missions et nos objectifs qui prédominent dans les activités éducatives qui donnent des axes prioritaires pour des séjours de proximité et accès à des activités de découverte. Le type d'accueil formule *Tipis* respecte les objectifs du projet, à savoir le *partage* de la vie en collectivité et contribue à la démocratisation de l'accueil éducatif dans un environnement différent, accessible et ouvert à la mixité sociale. Cela favorise la connaissance du public, de part les animations de quartier, renforce le lien d'intégration déjà existant. »

### **La Bêta-Pi, par Julien MALHERBES**

Nous proposons des séjours de vacances pour des enfants de 6 à 17 ans autour d'activités scientifiques qui visent à expérimenter, questionner, comprendre, bricoler au contact de la nature... Aux côtés du collectif *Sortir !*, nous souhaitons proposer une éducation dehors qui tend à disparaître face à une réglementation accrue et un manque d'information. Pour autant, la construction de l'enfant dans la nature est multiple. C'est par exemple le positionnement de notre séjour « les p'tits bricoleurs » qui permet une première approche de la vie en plein air, de la vie collective dans un cadre rassurant pour les familles et qui est une ouverture vers des séjours plus long et encore plus *nature*. Les enfants sont les meilleurs *ambassadeurs* de nos séjours, à la fois dans la promotion, il n'est pas rare qu'un enfant reviennent avec d'autres copains l'été suivant. »

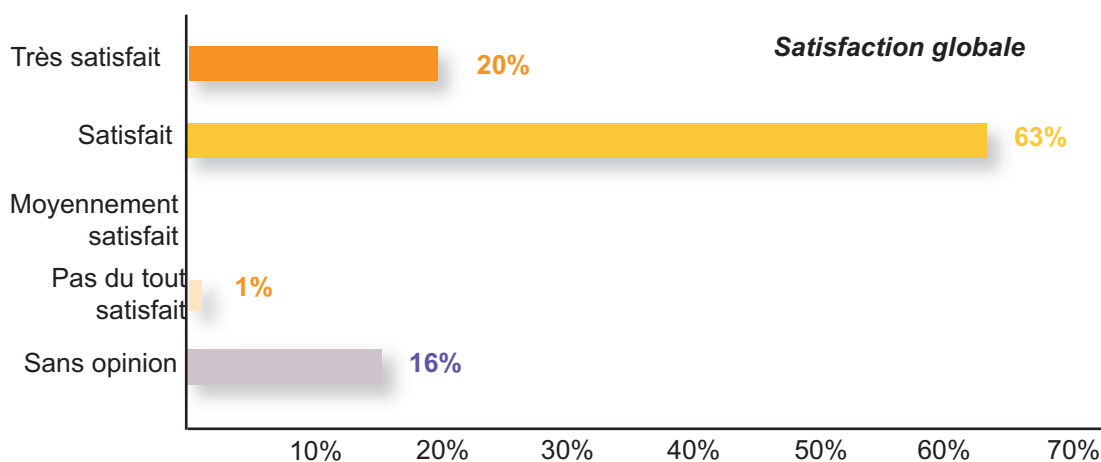
# Bilan de satisfaction

Nous remercions encore une fois l'ensemble des participants qui ont bien voulu prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire et plus largement à tous ceux qui nous adressé des mots d'encouragement. Ce soutien conforte l'Unat à maintenir et renforcer son action en 2014 !

Le questionnaire de satisfaction a été envoyé le mercredi 27 novembre 2013 et a reçu 45 réponses entre le 28 novembre et le 16 décembre 2013. Ces retours ont permis à l'Unat de réaliser un bilan très positif : la satisfaction est au rendez-vous!

La satisfaction globale a été analysée plus finement à travers trois axes :

- ▣ L'organisation
- ▣ L'animation
- ▣ Le contenu



## 1. L'organisation : une image professionnelle

L'organisation de la journée a reçu des avis très positifs.

### Parmi les points positifs :

- ▣ Le lieu : très agréable et en adéquation avec le thème
- ▣ L'accueil : convivial et professionnel
- ▣ La pochette : complète et attrayante

### Parmi les points perfectibles :

- ▣ Le repas : médiocre sur la qualité
- ▣ Les badges : rendre plus lisible le nom des participants

A noter que l'Unat prévoit une amélioration sur la rapidité de diffusion des actes en 2014 en externalisant leur réalisation.

## 2. L'animation : un événement fédérateur

Le colloque a réuni 200 participants, dont 182 émargeants.

### Parmi les points forts :

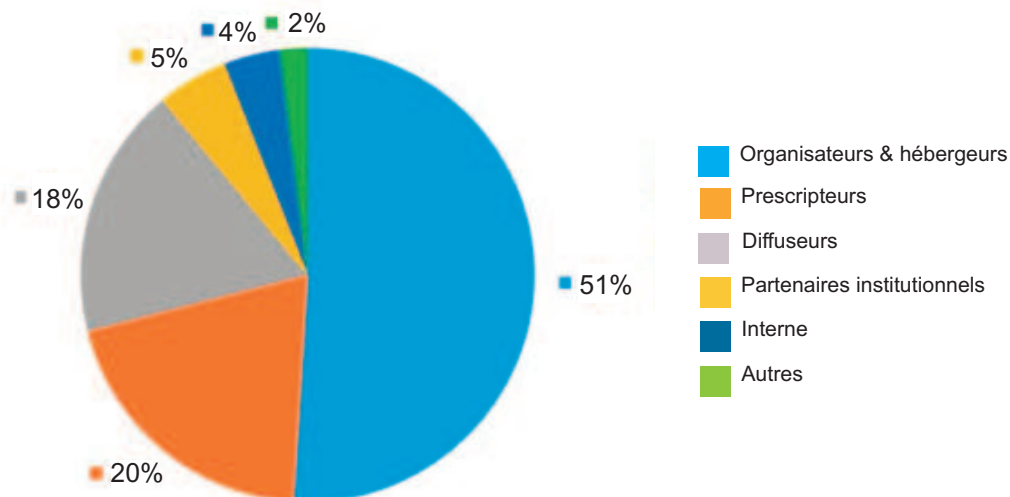
- ▣ Une diversité des participants significative
- ▣ Une fidélisation des participants avec une envergure similaire à 2012
- ▣ Une présence politique remarquable
- ▣ L'articulation rythmée du programme : alternance entre ateliers, témoignages, conférences...

### Parmi les points perfectibles :

- ▣ Renforcer les temps d'échanges et de débats

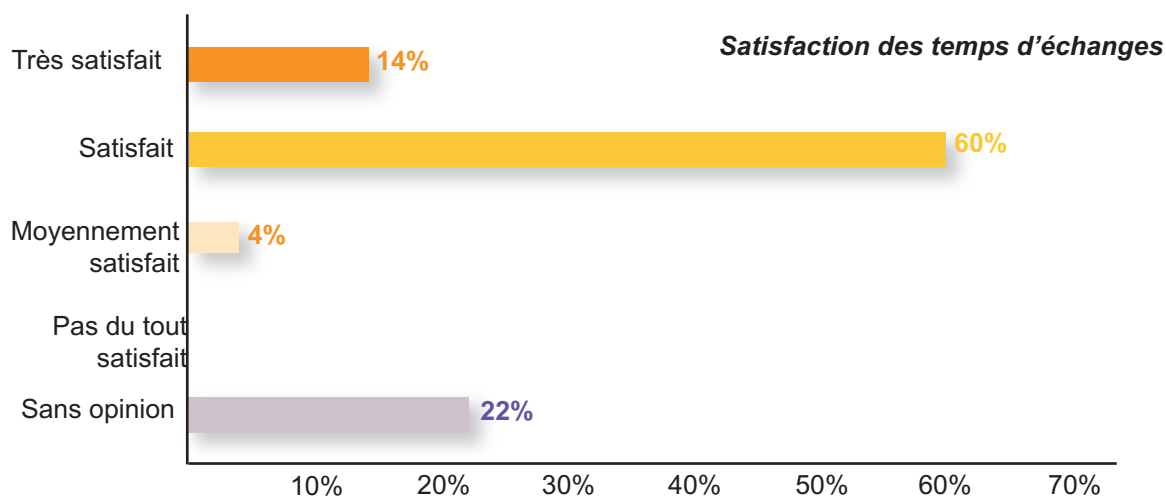
Si le colloque est dédié en premier lieu aux organisateurs de séjours et aux hébergeurs, la diversité des acteurs reste forte.

On compte ainsi une représentation significative des diffuseurs, souvent des réseaux qui favorisent la transmission d'information et la valorisation du secteur, et des prescripteurs, à savoir les collectivités territoriales et les comités d'entreprise. La présence politique a également été renforcée par rapport en 2012 : un message filmé de Mme La Ministre Valérie FOURNEYRON, un conseiller du cabinet M. Mikael GARNIER-LAVALLEY (aujourd'hui Délégué Interministériel à la Jeunesse), trois administrateurs de la DJEPVA ainsi que des représentants de partenaires institutionnels majeurs tels que VACAF, CNAF...



Cette diversité, appréciée par les participants, élève cette journée comme une rencontre annuelle marquante, d'autant plus que peu d'événements du même type existent ailleurs.

De plus, la teneur des débats ont été fortement appréciés. Ils permettent de partager des problématiques communes et, de ce fait, les ateliers ont apporté une réelle valeur ajoutée. En revanche, même si les temps d'échanges ont été nettement améliorés par rapport à la première édition, un regret subsiste sur leur trop courte durée. De même, les participants sont très demandeurs d'échanges plus libres pour favoriser les rencontres et interactions du secteur, et éventuellement aboutir à des possibilités d'affaires.



### 3. Le contenu : un espace de réflexion riche

Le contenu et le programme du colloque ont suscité de manière générale une satisfaction des participants.

Parmi les points forts :

- Le choix du thème
- La diversité des intervenants
- Le respect des horaires

Parmi les points perfectibles :

- Renforcer les apports méthodologiques
- Adapter le discours à l'hétérogénéité du secteur

Si la vision théorique d'un monde qui change semble partagée par l'ensemble du secteur, il paraît plus difficile de l'admettre dans la pratique. Certains semblent éprouver une certaine incertitude pour intégrer ces évolutions dans leurs séjours de demain. Ce sentiment de « fragilité » se traduit par une attente forte en apport de solutions. C'est pourquoi, le choix du thème de l'innovation a fait sens auprès du secteur qui s'est senti rassuré de constater la vivacité du secteur. Les différents témoignages ont permis de donner une image positive et dynamique du secteur, en particulier dans un contexte médiatique où l'on annonce le déclin des colos.

En revanche, le thème de l'innovation est délicat à aborder tant sa définition peut-être propre à chacun. Différentes postures sont ressorties selon la perception de chacun, avec parfois une attitude plus conservatrice où adopter une démarche entrepreneuriale paraît difficilement compatible avec le fait de préserver ses valeurs sociales et éducatives. Face aux situations contrastées du secteur, le colloque aurait mérité une intervention avec plus d'apports méthodologiques.

### 4. On en a parlé dans la presse...

Le colloque a suscité l'attention de quelques médias presse, dont deux journalistes présents le jour même. L'Unat compte trois principales retombées presse en aval liées à cette journée:

- Juris Tourisme, « Des colos innovantes pour demain ? », édition Dalloz, février 2014, n°161, p44-47
- La Gazette Officielle du Tourisme, « colos : un modèle de vacances en évolution », édition Adour Presse Information, 18 décembre 2013, n°2232, p4-6
- Loisirs Education, article à paraître, par Albert SOUSBIE, Loisirs Education, La revue de la JPA, mars 2014, n°449

### 5. Une nouvelle étape pour 2014

L'Unat souhaite consolider sa présence politique en maintenant son colloque annuel en 2014. En réaction aux attentes exprimées par les participants, le colloque franchira une nouvelle étape en s'articulant autour de deux temps forts

- Un colloque, espace de réflexion autour des impacts liés à l'acculturation des jeunes aux vacances
- Un espace de rencontre autour des coopérations internationales

De fait, l'Unat invitera des partenaires européens et internationaux tels que l'OITS ou le Conseil Québécois du Loisir...

#### Colos : un modèle de vacances en évolution

Les vacances collectives pour enfants et ados constituent l'une des priorités de l'Union nationale des associations de tourisme (Unat). Après un premier colloque en 2012 intitulé « Quelles colos pour 2020 ? », l'Unat a organisé, le 22 novembre 2013 à Paris, le colloque « Des colos innovantes » afin de présenter des expérimentations en matière de nouveaux séjours, de modes de communication et de partenariats et sources de financement.

## DES COLOS INNOVANTES POUR DEMAIN ?

Entrevue le champ des possibles de l'innovation dans le secteur des colonies de vacances au sens du couple projet/service, telle était l'ambition des réflexions menées par l'UNAT en novembre dernier. Au programme : perspectives sur les usages, sur la manière d'investir de nouveaux territoires mais aussi de faire émerger de nouveaux acteurs. Regards croisés.



AUTEUR Patrick Desautel  
TITRE Administrateur référent du secteur enfants et ados, UNAT, directeur général, Aloué



AUTEUR Julie Beyou  
TITRE Chargée de mission du secteur enfants et ados, UNAT



AUTEUR Sylvain Crapet  
TITRE Chargé général UNAT



## Qu'est ce que l'UNAT ?

L'Union Nationale des Associations de Tourisme est une association reconnue d'utilité publique, créée en 1920 et qui inscrit son action dans le cadre d'un projet d'intérêt général à but non lucratif. Elle rassemble les principaux acteurs à but non lucratif qui s'engagent en faveur d'un tourisme respectueux des hommes et des territoires.

L'Union mène des actions pour représenter le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et partenaires sociaux dans l'objectif de contribuer au développement d'une politique sociale des vacances et du tourisme. La valorisation du secteur, la mise en place de partenariats et d'outils à disposition des adhérents ainsi que la gestion d'un fonds mutuel de garantie forme un ensemble d'éléments qui viennent soutenir le développement de ses membres. Par ailleurs elle développe des partenariats et des projets au niveau européen aux côtés de l'Organisation Internationale du Tourisme Social (OITS).

Parce que les vacances sont un temps de rupture avec son quotidien, un temps de partage propice au renforcement des liens familiaux ou amicaux, et pour les plus jeunes, l'occasion de s'épanouir et de se développer, l'association défend la valeur sociale de vacances accessibles au plus grand nombre.

La démocratisation du tourisme n'a été possible que par l'action des opérateurs de tourisme social et de plein air proposant des hébergements adaptés à l'évolution des attentes des vacanciers. Ces organisations, en aménageant des sites sur des zones parfois peu touristiques maintiennent une activité économique et sociale garantissant un tourisme qui soit source de bénéfices locaux.

Enfin, par son modèle de gouvernance multi-partie prenante et une culture partenariale forte, le tourisme associatif et social que valorise et défend l'UNAT propose une approche différente des entreprises lucratives.

De nombreuses initiatives du réseau apportent un impact économique et social bénéfique sur les territoires, tout en mobilisant différents acteurs de la société dans le cadre d'un développement durable des sites d'hébergements.

## Les chiffres de l'UNAT 2011

56 structures nationales sont aujourd'hui adhérentes à l'UNAT et 524 membres régionaux sont réunis au sein de 21 délégations régionales.

Le réseau compte 1400 établissements de tous types (villages vacances, centres sportifs, auberges de jeunesse, refuges, gîtes, campings, centre internationaux de séjours...), représentant plus de 230 000 lits pour un chiffre d'affaires de 1.6 Md€.

4.5 millions de vacanciers sont accueillis, représentant 27.5 millions de journées vacances

Le réseau apporte 205 Md€ d'impôts, taxes et charges sociales.

## Glossaire

3D	: Trois dimensions
ACM	: accueil collectif de mineurs
AFNOR NF	: Association française de normalisation
ANCV	: Agence nationale pour les chèques-vacances
APF	: association des paralysés de France
AVEL	: Aides aux Vacances Enfants Locales
AVEN	: Aides aux Vacances Enfants Nationales
ASLH	: Accueil de Loisirs Sans Hébergement
BAFA	: Brevet d'aptitude aux fonctions d'animateur
BD	: Bande dessinée
CA	: Conseil d'administration
CAF	: Caisses d'Allocations Familiales
CE	: Comité d'entreprise
CEE	: Contrat d'Engagement Educatif
CIE	: Comité Inter-Entreprise
COG	: Convention d'Objectifs et de Gestion
CRES	: chambres régionales de l'économie sociale
DDCS	: Direction Départementale de la Cohésion Sociale
DDCSPP	: Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations
DDJS	: Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports
DGCIS	: Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services
DJEPVA	: Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative
DRCS	: Directions régionales de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale
ESS	: Economie Sociale et Solidaire
FNAS	: Fonds National d'Activités Sociale
FUAJ	: Fédération unie des auberges de jeunesse
IDE	: Infirmier(e) Diplômé(e) d'Etat
JPA	: La Jeunesse au Plein Air
MSA	: Mutualité sociale agricole
Odcvl	: Office Départemental Centre Vacances et Loisirs
Ovlej	: Observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes
PEDT	: projet éducatif territorial
PEP	: Les Pupilles de l'enseignement public
PRE	: Programme de Réussite Educative
RSS	: Réseau de Réussite Scolaire
SCIC	: Société Coopérative d'Intérêt Collectif
SIAM	: Service d'intégration en accueil collectif des Mineurs
SCOP	: Sociétés coopératives et participatives
UCPA	: Union nationale des centres sportifs de plein Air
UFCV	: Union Française des Centres de Vacances et de loisirs
UNAT	: Union Nationale des Associations de Tourisme
VACAF	: Vacances Caisses d'Allocations Familiales
VASCO	: Vacances et Accompagnement à la Scolarité

### Ouvrage édité par

UNAT

### Directeur de publication

Patrick BRAULT

### Rédaction et réalisation

Julie BEYOU

### Comité de pilotage

Thierry BARRANCO, La Ligue de l'Enseignement  
Anne CARAYON, La JPA  
Sylvain CRAPEZ, UNAT  
Emmanuelle DESPRES, UNAT Ile De France  
Patrick DROUET, UNAT  
Louise FENELON-MICHON, UCPA  
Georges GLANDIERES, UNAT  
Ludovic LE GOFF, UNAT Ile De France  
Isabelle MONFORTE, Ovlej - Etudes et recherches de la JPA

### Crédits photos

© Fotolia  
© Unat / Damien Duval et Alexandra BOX  
@ Atout France  
© Maison de Courcelles  
© La Ligue de l'Enseignement  
© APF Evasion

### Impression

Copyfac



**Tous droits de traduction, reproduction et adaptation  
réservés**



**UNAT**  
8, rue César Franck, 75015 Paris  
Tél: 01 47 83 21 73  
Fax: 01 45 66 69 90  
[infos@unat.asso.fr](mailto:infos@unat.asso.fr)  
[www.unat.asso.fr](http://www.unat.asso.fr)

**UNATO**  
Le tourisme  
au service des hommes et des territoires