

2008/2009

Charline FERAL

LE TOURISME DES JEUNES EN BASSE NORMANDIE

Comment favoriser le tourisme des 18-25 ans en autonomie
en Basse Normandie ?



Festival de musique Beauregard à Caen Edition Juillet 2009

Réalisation Charline FERAL

Mémoire de Master 1

Aménagement, urbanisme et
développement touristique durables
option Tourisme

Dirigé par **Alain Escadafal**

Soutenance le 16 Septembre 2009

Promotion 20

Institut d'aménagement, de tourisme et
d'urbanisme.

Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3
33 607 PESSAC

2008/2009

Charline FERAL

LE TOURISME DES JEUNES EN BASSE NORMANDIE

Comment favoriser le tourisme des 18-25 ans
en autonomie en Basse Normandie ?

**Jury : Alain ESCADAFAL, responsable de la formation AGEST
Christel BARDES, maître de conférence à l'université de Pau**
Soutenance le 16 Septembre 2009

Mémoire de Master 1 d'Aménagement, d'urbanisme et de développement touristiques
durables

Institut d'Aménagement, de tourisme et d'urbanisme
Université Michel de Montaigne –Bordeaux 3
33 607 PESSAC

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
Partie 1: Les politiques du tourisme des jeunes	7
A. Au niveau européen	7
B. Au niveau national.....	11
C. Au niveau Régional.....	20
Partie 2 : Etat des lieux du tourisme des jeunes en Basse Normandie	24
A. Analyse du territoire.....	24
Données de cadrage.....	24
Identité du territoire	26
B. Analyse du tourisme des jeunes.....	30
L'Offre Bas-Normande	30
La demande	37
Partie 3: Analyse critique et pistes de propositions	49
A. Force et Faiblesse du tourisme des jeunes.....	49
Les atouts du tourisme des jeunes.....	49
Les limites du tourisme des jeunes	52
B. Force et faiblesse de la région Basse Normandie	54
Les atouts de la Région Basse Normandie	54
Les limites de la région Basse Normandie.....	55
C. Quelles stratégies peut-on adopter concernant le tourisme des jeunes ?.....	60
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE	68

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Carte de la Basse Normandie.....	25
Photo Rando vélo au Mont Saint Michel.....	28
Carte des sites touristiques de Basse Normandie	29
Photo Char à voile	37
Le taux de départ en vacances selon les CSP des parents.....	39
Le taux de départ en vacances par statut.....	41
Les motivations au départ des jeunes de 18 à 25 ans	44
Photo de groupe	45
Récapitulatif des différents axes stratégiques	67

INTRODUCTION

Le tourisme des jeunes est un phénomène influencé après la Seconde Guerre mondiale afin de favoriser la paix. Les jeunes sont considérés comme les prescripteurs de la paix et il est donc important de favoriser ce type de tourisme afin de faire rencontrer différentes cultures et de favoriser l'ouverture d'esprit et la tolérance. Le tourisme des jeunes est un enjeu pour la société car il joue un rôle éducatif dans la construction de la France et de l'Europe. Il est porteur d'avenir dans la construction des échanges. Nous pouvons dire que les « voyages forment la jeunesse » mais ce sont eux qui forment les pays.

Le tourisme est défini selon l'OMT¹ comme étant « le déplacement et le séjour de personnes vers un lieu autre que leur domicile pour une durée minimale de trois jours ». Le terme des jeunes est plus difficile à définir, comme le dit Pierre Bourdieu, sociologue, « la jeunesse n'est qu'un mot » et a donc plusieurs définitions. Il n'y a pas de définition commune entre les acteurs du tourisme. Certains fixent la fin de la jeunesse à la majorité considérant que c'est l'âge de rentrer dans la vie adulte. D'autres pensent que la jeunesse commence à l'adolescence. Elle est également définie sur la base de la scolarisation ou l'âge d'entrée dans la vie active. Alors pourquoi choisir les 18-25 ans ? 18 ans car cela correspond à la majorité et donc l'âge où les jeunes doivent être plus mûrs mais aussi à l'arrêt des aides allouées aux familles ce qui peut changer les pratiques et l'autonomie touristique. L'âge limite de 25 ans est l'âge le plus partagé entre les institutions et/ou les acteurs proposant des offres sur les jeunes : l'INSEE segmente à 24 ans, les transports aériens ou ferroviaires choisissent à 25 ou 26 ans, les compagnies d'assurance à 25 ou 30 ans et les offreurs culturels à 26 et/ou 30 ans. Le choix s'est porté sur les départs en autonomie et non en groupes. Les départs en autonomie font que le jeune est décisionnaire et c'est lui le consommateur du tourisme et non ces parents. Partir en autonomie pour le jeune permet une indépendance dès la construction du projet et non seulement lors du départ comme peut l'être le séjour lorsque ce sont les parents prescripteurs.

¹ OMT (Organisation Mondiale du tourisme) :

Ayant effectué mon stage en Basse Normandie, mes recherches se sont effectuées sur ce territoire. Le tourisme des jeunes représentent un véritable enjeu touristique pour un territoire. Il représente plus de 6% des parts du marché global du tourisme en France en termes de nuitées et de dépenses. Les jeunes touristes sont les touristes adultes de demain. C'est pourquoi qu'aucune politique touristique ne peut être envisagée sans intégrer la réflexion sur le tourisme des jeunes. Ayant effectué mon stage en Basse Normandie et après réflexion avec ma tuteur de stage comme quoi cette région n'ayant pas encore de politique de tourisme des jeunes, il était pertinent d'effectuer mes recherches sur ce territoire.

Le tourisme des jeunes n'est pas seulement un enjeu touristique et économique. Il existe un défi social dans le tourisme des jeunes. Tout d'abord, les vacances des jeunes permettent un relâchement de la pression de la vie quotidienne et ainsi un moyen d'intégration dans la société. Les vacances contribuent à la construction de la personne en termes d'acquisition d'autonomie et de confiance en soi. Ce qui est très important pour la construction d'un jeune en âge de devenir adulte. Par exemple, dans des banlieues où il n'existe pas d'organisation de vacances pour tous, le pourcentage d'actes de délinquance est plus important. Le tourisme des jeunes relève également un défi éducatif avec l'apprentissage d'une langue lors de séjours linguistiques, découvrir un nouvel environnement, une nouvelle culture, de nouveaux lieux. Il permet de perfectionner sa culture générale avec la découverte de lieux historiques, culturels. Il existe un défi international comme décrit préalablement sur le fait que le tourisme des jeunes favorise la paix et la tolérance. Le voyage est défini comme un facteur de paix dans le monde, il contribue à une rencontre pacifique et permet de contrer les jugements trop hâtifs. C'est un enjeu important pour la compréhension des peuples.

Suite aux recherches et à la rédaction du mémoire, j'ai essayé de répondre à la question comment favoriser le tourisme des jeunes en Basse Normandie ? Premièrement, en répondant à la question : quelles sont les politiques du tourisme au niveau européen, national et régional, puis en étudiant l'offre Bas Normande et la demande. Finalement, j'ai essayé de répondre à la problématique avec une analyse critique et des pistes de propositions.

PARTIE 1: LES POLITIQUES DU TOURISME DES JEUNES

Le tourisme des jeunes a longtemps été négligé par les politiques. La prise en compte de ce segment, en tant qu'enjeu économique n'apparaît qu'à partir des années 90. Pourtant, les jeunes touristes d'aujourd'hui sont le vivier du tourisme de demain. Le tourisme des jeunes portant un rôle éducatif essentiel dans la construction de l'Europe, il est porteur d'avenir dans la construction économique des échanges. Aucune politique touristique ne peut-être envisagée sans intégrer le tourisme des jeunes.

A. AU NIVEAU EUROPEEN

Il n'existe pas à ce jour de politique spécifique du tourisme des jeunes au niveau européen. Selon une étude de l'Organisation Mondiale du Tourisme, menée auprès d'offices touristiques de 135 pays, montre que plus de 60 % ne disposent d'aucune définition du tourisme des jeunes et n'ont ni stratégie, ni plan d'action. Pourtant la commission européenne affirme qu' « encourager la circulation des jeunes, l'apprentissage des langues et la démocratisation du tourisme des jeunes est un problème politique pour tous ceux qui œuvrent à la construction d'une Europe ». Cependant aucune action spécifique n'a été mise en place par les institutions Européennes. Ceci est dû à plusieurs raisons: l'absence de reconnaissance du secteur, certaines dérives au sein des services de la commission en charge du secteur, l'hétérogénéité et la transversalité du secteur. Le tourisme des jeunes a du mal à se faire reconnaître comme enjeu économique de premier plan. En effet, le tourisme est reconnu comme une activité économique pour les vacances d'adultes et d'enfants mais les jeunes en départ autonome ne sont pas pris en considération. De plus l'hétérogénéité et la transversalité du secteur compliquent la prise en compte du secteur. Car le tourisme des jeunes n'impliquent pas un seul secteur d'activité mais

plusieurs, notamment, la restauration, l'hôtellerie, les transporteurs. Ce problème est identique à celui du tourisme en général.

Malgré le manque de politique spécifique du tourisme des jeunes, le débat sur la prise en compte du tourisme dans les politiques communautaires est permanent. De plus, du à la transversalité du secteur, beaucoup de politique européenne influe indirectement sur le tourisme, par exemple la politique de développement rural, transport, emploi, politique régionale et fonds structurels.

Le tourisme des jeunes est lui, favoriser à travers d'autres programmes d'actions. En effet, la jeunesse bénéficie de plusieurs programmes européens de mobilité pour l'éducation et la formation. Ces programmes influent sur le tourisme des jeunes. Plus d'une centaine de projets ont impacté le secteur du tourisme et de l'hôtellerie. Pour ne pas tous les nommer, nous pouvons parler du programme « Européen Jeunesse en Action » qui encourage la mobilité, l'initiative, l'apprentissage interculturel et la solidarité entre les jeunes de 15 à 25 ans au niveau européen. Ce programme met en place plusieurs types de projets. Tout d'abord, il y a le programme d'Echange de jeunes destinés aux 13-25 ans. Il s'agit de rencontres avec un ou plusieurs pays se déroulant en dehors de structures scolaires ou universitaires. Ensuite, il existe les initiatives de jeunes pour favoriser la créativité et développer l'esprit d'entreprise. Puis, le projet jeunesse pour la démocratie afin de soutenir et d'améliorer la participation des jeunes à la vie démocratique. Le plus connu des jeunes est finalement le service volontaire européen qui permet de partir pendant plusieurs mois à la découverte d'une autre culture et d'acquérir des nouvelles expériences professionnelles. Ce programme concerne 31 pays. Dans chaque pays, il existe une agence nationale qui est chargée de promouvoir ce programme et de servir de liens entre le pays et le programme. Au niveau de la mobilité pour l'éducation et la formation, il existe des programmes tels qu'Erasmus, Socrate et Leonardo Di Vinci. Ces programmes facilitent les échanges d'étudiants entre différentes universités de pays européens. Les étudiants peuvent aller étudier une année ou plus à l'étranger. Bien que n'intéressant pas directement les opérateurs touristiques, ces différents programmes ont plusieurs intérêts:

➤ Contribuer au tourisme des jeunes au sein de l'Union Européenne.

Les jeunes partis durant une année reçoivent dans leur pays d'accueil de la famille ou des amis leur rendant visite. Puis, les jeunes profitant de ce programme peuvent revenir dans le pays d'accueil quelques années plus tard. Ils deviennent des prescripteurs de la destination.

➤ Développement d'une culture de l'échange et de la mobilité.

Cette culture de l'échange et de la mobilité est très importante pour développer le tourisme des jeunes. Développer cette culture permet d'effacer les peurs et craintes que peuvent avoir les jeunes à partir. L'échange développe aussi la curiosité d'aller découvrir d'autres cultures, d'autres paysages.

➤ Apprentissage d'une autre langue.

Cet apprentissage facilite les déplacements par la suite. La barrière de la langue est souvent un frein aux déplacements touristiques. Les jeunes qui auront passé une année à l'étranger maîtriseront une nouvelle langue et n'auront plus peur de visiter un pays sans connaître la langue nationale.

Outre les politiques européennes, il existe plusieurs organismes internationaux qui se consacrent à la promotion du tourisme social et du tourisme pour tous dans le monde. Le tourisme social selon une définition du professeur Louis Jolin de l'Université du Québec à Montréal « se réfère aux programmes, aux réalisations et aux actions qui visent à rendre effectifs le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de population, notamment les jeunes, les familles, les retraités, les personnes aux revenus modestes, les personnes à capacité physique restreinte, mais qui visent aussi la qualité de la relation entre les visiteurs et les communautés d'accueil ». Considérant les vacances comme un vecteur d'intégration sociale privilégié, les jeunes sont directement concernés par les politiques du tourisme social. C'est pourquoi les organismes du tourisme social sont

importants dans le développement du tourisme des jeunes. Notamment, un organisme, base à Bruxelles, s'appelant le BITS (Bureau International du Tourisme Social). Le BITS assure la promotion et le développement du tourisme social à l'échelle mondiale. Sa mission est également de promouvoir un tourisme solidaire et durable. Dans ces missions, il soutient aussi le développement du tourisme des jeunes. Pour parvenir à ces missions, il peut s'aider de la force de son réseau qui est composé de 40 pays et plus d'une centaine d'organisations membres, tels que l'UNAT² et l'ANCV³ pour la France. Ces membres sont des organismes à caractère public et privé, à but lucratif ou non lucratif: associations de tourisme, centres de vacances, réseaux d'auberges de jeunesse, agences, opérateurs, organisations syndicales, ONG, coopératives, organismes officiels.

L'EUFED (European union Federation of youth Hostel Associations) fait également parti des organismes internationaux œuvrant pour le tourisme social et associatif. Cette fédération rassemble les associations nationales d'auberges de jeunesse pour défendre leurs intérêts et ceux des jeunes au niveau européen. Leurs principales missions sont la promotion des auberges de jeunesse, gagner un soutien financier et politique, aider les associations dans leur quotidien, améliorer la qualité et l'échange entre jeunes. Un autre organisme important est le ICYE (International Cultural Youth Exchange) qui, lui, encourage la mobilité des jeunes en proposant des échanges aux jeunes. C'est un organisme international à but non lucratif. Ses missions sont de promouvoir la mobilité internationale des jeunes et d'organiser des échanges. Il organise des courts et longs échanges soit sous forme de séjours soit sous forme de services volontaires internationaux dans plus de 34 pays dans le monde.

² UNAT (Union Nationale des Associations de Tourisme) : il représente et fédère les associations du tourisme social et associatif auprès des institutions.

³ ANCV: Agence Nationale pour les Chèques Vacances, établissement public fondé en 1982 et placé sous la tutelle du ministre de l'Economie et du secrétaire d'Etat chargé du tourisme. L'ANCV est pour l'Etat l'instrument de sa politique sociale du tourisme. L'objectif est de baisser les inégalités dans l'accès aux vacances et de faciliter le départ en vacances des personnes défavorisées.

Les jeunes étudiants peuvent bénéficier de tarifs préférentiels à l'international en obtenant la carte internationale d'étudiant, ISIC. Cette carte est partenaire avec de nombreux professionnels de transport et de tourisme qui proposent leurs services à des tarifs négociés par ISIC. ISIC est reconnue par l'UNESCO comme la seule carte internationale d'étudiant. Elle est distribuée à environ 4 Millions d'étudiants dans plus de 118 pays. C'est une carte d'information, de réduction et de services. Elle facilite la mobilité nationale et internationale. Cette carte a été créée pour lever les barrières de la mobilité en minorant les dépenses obligatoires comme le transport, les visites, les loisirs...

Un autre établissement compte parmi la politique de la mobilité des jeunes. Cet établissement est Eurodesk. C'est un service d'information sur l'Europe soutenu par la commission européenne dans le cadre du programme Jeunesse. Il s'adresse aux jeunes, aux professionnels de l'information jeunesse et aux professionnels de l'éducation. C'est un lieu de ressources documentaire qui propose un panorama complet de diapositifs facilitant la mobilité des jeunes en Europe.

B. AU NIVEAU NATIONAL

Au niveau national, il n'existe pas non plus de politique spécifique du tourisme des jeunes. En France, la pris en compte de ce segment de clientèle, en tant qu'enjeu économique, n'apparaît qu'à partir des années 90. Aucune des institutions administratives n'a en charge spécifiquement la population des jeunes soit les 16-25 ans. Comme le signale Jacques Chauvin en 2003 « les vacances collectives pour mineurs sont sous l'autorité du ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale et de la Recherche, le tourisme pour adultes et familles sous celle du Secrétariat d'Etat au Tourisme. [...] Et les jeunes ? Personne n'est en mesure de préciser de qui ils dépendent ».

Le tourisme des jeunes est réparti sur plusieurs institutions administratives.

Tout d'abord, le rôle du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative envers les jeunes est multiple. Le haut commissaire à la jeunesse est chargé d'élaborer et de veiller à la mise en œuvre du cadre législatif et réglementaire des accueils collectifs de mineurs à caractère éducatif et de favoriser le développement de la qualité éducative de ces accueils. En plus d'être en charge de ce cadre législatif, il est en charge de la formation à l'animation, de favoriser la mobilité des jeunes en Europe et à l'international et de rendre accessible l'information pour les jeunes.

Pour rendre l'information accessible envers les jeunes, plusieurs structures ont été créées pour répondre au fondement de la charte européenne de l'information jeunesse. Cette charte rappelle que l'accès à l'information doit être garanti comme un véritable droit pour tous les jeunes, sans aucune discrimination. Elle a été adoptée en 2005 à Bratislava. Elle vise à garantir aux jeunes le droit à l'information. L'information jeunesse est une mission de service public, définie et garantie par l'Etat. Au nom de l'Etat, le Ministère chargé de la Jeunesse et des Sports labellise les structures qui constituent le réseau « Information Jeunesse ». Le réseau « Information Jeunesse » est composé de plusieurs espaces. Tout d'abord, il existe les espaces jeunes numériques « Les points Cyb ». Ce sont des espaces multimédias mis en place pour rendre accessible l'accès à internet à tous les jeunes. Il y a également le CIDJ (centre d'information et documentation jeunesse) et les CRIJ (centres régionaux d'information jeunesse) qui sont des associations qui accueillent et informent les jeunes sur tous les domaines. C'est un réseau de 1 600 lieux d'information des jeunes. Ce réseau collecte et diffuse les informations sur tous les domaines qui peuvent intéresser les jeunes :

- Les études ; Métiers et formations ; Emploi-législation du travail ; Société – Vie pratique- Santé ; Loisirs culturels et sportifs et Vacances ; Europe – Etranger

Ces associations donnent notamment des conseils en termes de voyages et possèdent des espaces dédiés qui servent de relai et de points de vente pour UCPA⁴ ou la SNCF. Ces centres possèdent également des points relais (BIJ bureau information jeunesse et PIJ Point information Jeunesse) situés dans des villes de moyennes et petites importances. L'Etat coordonne et soutient leur développement, avec le concours des collectivités territoriales. Un site internet a également été créé: www.portailjeunes.gouv.fr au service des jeunes. Ce portail a plusieurs objectifs qui sont de répondre aux besoins de tous les jeunes qu'ils soient scolarisés, actifs, qualifiés ou non. Ensuite, ce portail est destiné à donner des informations au niveau national sur tous les dispositifs publics concernant les jeunes. Puis, il sert à apporter des réponses à toutes les problématiques des jeunes concernant plusieurs domaines somme les études, la formation, les loisirs, la mobilité...

Concernant la mobilité des jeunes, le Ministère est chargé des dispositifs tels que Programme Jeunesse en Action (cité ci-dessus). Le Ministère cofinance également en partenariat avec le Ministère de la Jeunesse Allemande un programme d'échange entre l'Allemagne et la France organisé par l'OFAJ, l'Office Franco Allemand pour la Jeunesse. C'est une organisation créée en 1963 qui soutient les échanges pour les centres sportifs, les établissements scolaires, les associations et les centres linguistiques. Un partenariat similaire existe avec l'OFQJ, l'office franco québécois pour la jeunesse. C'est un organisme bi-gouvernemental créé en 1968 dédié aux projets professionnels.

Un autre dispositif mis en place est l'opération Ville Vie Vacances. Il a été conçu en 1981 où il se nommait Opération Anti Eté Chaud, ensuite il est devenu Opération Prévention Eté. Depuis 1995, c'est le dispositif Ville Vie Vacances qui a pris le relais de l'opération prévention été. Ce programme a été étendu en 2000 à l'ensemble du territoire. Il s'agit d'un dispositif interministériel regroupant 9 ministères. En 2002, ce programme a proposé des loisirs à 800 000 jeunes sous

⁴ UCPA : Union Nationale des centres sportifs de Plein Air est une association à but non lucratif, loi 1901, créée en 1965. Elle comporte 3 missions ; vacances sportives, loisirs sportifs et formation aux métiers du sport et de l'animation.

forme de 14 270 projets. Son objectif principal est la prévention de la délinquance. Il s'adresse aux jeunes de 12 à 18 ans. Dans certains cas le dispositif est étendu aux 18-25 ans. Il leur permet de bénéficier d'activités variées durant la période des vacances scolaires et ainsi avoir un accès à des activités culturelles, sportives et de loisirs. Il permet une prise en charge des jeunes sans activité et/ou en difficulté. Ce programme contribue également aux politiques d'insertion sociale des jeunes et de lutte contre l'exclusion.

Ensuite, le Ministère des Affaires Etrangères a également un rôle dans le développement du tourisme des jeunes. Tout d'abord, en partenariat avec le Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative, le programme Ville Vie Vacances Solidarité International a été mis en place. L'objet de ce programme est de permettre à des jeunes, issus de quartiers défavorisés, de participer à des actions de solidarité internationale dans les Pays du Sud et notamment en Afrique : en favorisant d'abord le partenariat entre acteurs associatifs et collectivités territoriales. Puis, ce ministère a mis en place un programme de Jeunesse/Solidarité Internationale. Le but du programme est de promouvoir des activités collectives, solidaires et durables, entre groupes de jeunes du Nord et du Sud, au Nord et/ou Sud. Ces activités, à visée sociale et éducative, doivent permettre aux jeunes du Sud et du Nord de se rencontrer, de se connaître, d'échanger et d'agir ensemble afin : d'apporter un soutien aux mouvements de jeunesse et d'associations, par le biais d'échanges et d'actions conjointes de renforcement de capacités humaines, d'encourager l'action des organisations de jeunesse, en faveur de la paix, de la cohésion sociale, de l'implication des jeunes dans les activités locales et de la démocratisation des sociétés.

Le Secrétariat d'Etat au Tourisme a évidemment une place dans la politique du tourisme des jeunes. Il soutient le tourisme des jeunes par sa politique d'accès aux vacances pour tous. Sa politique se compose de différentes missions : développer des dispositifs d'aides ; soutenir les actions déjà existantes des associations ; optimiser les aides à la personne ; amplifier la prise en compte de l'accès aux vacances dans les politiques publiques.

Les opérations comme Ville Vie Vacances aident les jeunes à partir en vacances. Les politiques mettent également en place des plans pour essayer de cadrer ces départs en vacances des jeunes. Le PAJECOT est l'exemple de ce type de programme. Un plan d'accueil des jeunes dans des communes touristiques (PAJECOT) a été mis en place. Ce sont les communes de Briançon et de Serre Chevalier qui sont à l'origine de la mise en place de ce plan. Ces communes voulaient un plan d'action pour canaliser la venue en grand nombre des jeunes grâce au dispositif Ville Vie Vacances. La première phase d'expérimentation, a été financée par l'Etat. Ce plan a différents objectifs. Le PAJECOT a été mis en place pour la première fois pendant l'hiver de 1999-2000 dans les 4 communes de la station touristique de Serre Chevalier. Le dispositif de Serre Chevalier avait pour but de créer et d'animer un réseau d'acteurs locaux et nationaux : élus locaux et territoriaux, forces de l'ordre, services publics, professionnels du tourisme, missions locales. Ceci dans le but de mettre en relation les territoires d'accueil et les émetteurs de séjours (communes, organismes). Il souhaite favoriser les échanges entre communes d'origine des jeunes et communes d'accueil, développer la coopération entre les communes, dynamiser le droit aux vacances pour les jeunes, promouvoir dans les sites touristiques les conditions d'accueil et de séjours respectant les droits individuels et collectifs, optimiser dans les communes d'origines les conditions d'organisation et contribuer à la tranquillité de tous. Depuis 2000, l'expérimentation du terrain a permis de : recenser les incidents, intervenir en cas de conflits, connaître les attentes des acteurs, analyser et être force de propositions. Après l'expérience de Serre Chevalier, le PAJECOT a été mis en place officiellement. Les dossiers sont examinés et financés par la délégation interministérielle à la ville à partir de la réserve de Ville Vie Vacances. Le PAJECOT fonctionne concrètement grâce à une petite équipe de médiateurs implantée sur le site et à la mise en place d'une cellule de veille associant professionnels de tourisme et forces de sécurité. Les communes où le PAJECOT est mis en place sont : Communes du Bassin d'Arcachon, Soulac, Lacanau, Briançon, Saint Hilaire de Riez, Dunkerque, Biarritz Capbreton, Biscarrosse, Mimizan.

Après les ministères, d'autres institutions et associations participent au développement et à la promotion du tourisme des jeunes.

Le Club Français du tourisme des jeunes est l'un des organismes qui s'occupe de la promotion de ce secteur. Le Club Français du tourisme des jeunes (CFTJ) a été créé en 1988 à l'initiative de professionnels du secteur du tourisme des jeunes. C'est un club de promotion au sein de la Maison de la France. Il regroupe 67 professionnels de ce secteur. Il a pour objectif de renforcer la promotion à l'étranger des produits destinés au segment de clientèle jeunesse. Il organise chaque année des campagnes de promotions spécialisées. Ces adhérents font partie du secteur marchand et associatif. Il s'agit de structures d'hébergement, de restauration, du secteur linguistique, de parcs de loisirs et de musées, des organismes institutionnels, des organisateurs de séjours, des transporteurs et des villages de vacances.

L'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire est un établissement public du haut commissaire à la Jeunesse et aux Solidarités actives, situé au cœur du Parc du Val-Flory, à Marly-le-Roi. Il regroupe un centre de formation et de recherche, un centre d'hébergement pour les professionnels (Elus locaux, animateurs, fonctionnaires, cadres), un pôle d'activités européennes et internationales pour la jeunesse et l'éducation populaire et un centre de développement, un éditeur de publications sur la jeunesse et l'éducation populaire et un centre de développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) pour les jeunes et les associations. Au sein de cet institut, il existe l'agence française qui est responsable du programme Européen Jeunesse en Action. Elle est chargée de mettre en œuvre un programme d'actions communautaire au nom de la commission européenne.

Un autre organisme s'occupe du tourisme des jeunes mais lui, est chargé de suivre et d'analyser les évolutions du secteur afin de fournir aux différents partenaires des éléments d'analyse et de prospective. Il s'agit de l'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes. Cet observatoire regroupe plusieurs

partenaires comme l'UNAT, la JPA⁵, la CCAS⁶ et encore bien d'autres. L'OVLEJ a pour objectif de suivre et d'analyser les évolutions qui affectent le secteur des vacances et des loisirs pour enfants et jeunes. Lieu ressource sur ces thématiques, il réalise également des études et enquêtes spécifiques en réponse aux demandes de ses membres ou d'autres partenaires.

L'UNAT (Union nationale des associations de tourisme), représente et fédère les associations et fédérations regroupés au nom du tourisme social et associatif. L'UNAT a été créé en 1920 par l'Automobile Club France, le Touring Club France et le Club Alpin Français. Le but de cette association est de développer l'accès aux vacances pour le plus grand nombre, dans une pratique de brassage social. Dans les années 80, parallèlement aux lois de décentralisation, les UNAT régionales sont créées, accroissant ainsi le rôle de l'Union et sont poids dans les décisions qui touchent les adhérents. Les objectifs de l'UNAT sont multiples : représenter le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publiques et des partenaires sociaux ; mettre à la disposition des adhérents des outils, s'investir dans les actions sociales ; diffuser des informations sur le secteur d'activité, promouvoir et soutenir le tourisme solidaire. L'UNAT est un acteur à part entière dans le développement et la promotion du tourisme des jeunes. Pour l'UNAT, la mobilité des jeunes permet de favoriser la citoyenneté et dynamiser les échanges. Lors du 6^{ème} rendez-vous de l'UNAT en Mai 2009 se déroulant à Obernai, l'UNAT a fait référence à ce type de tourisme. L'association mène plusieurs actions pour favoriser ce type de tourisme.

Il existe également beaucoup d'opérateurs organisant des voyages destinés aux jeunes ou encore des gestionnaires d'hébergements destinés à ce secteur. Il n'est pas possible de tous les nommer, c'est pourquoi nous parlerons essentiellement de ceux présents sur le territoire Bas-Normand, dans la deuxième partie.

⁵ JPA : Jeunesse en plein Air est une association loi 1901 reconnue d'utilité publique qui a pour objectif prioritaire d'aider les enfants et les jeunes à bénéficier de vacances et de loisirs.

⁶ CCAS : Caisse centrale d'action sociale

Les transporteurs occupent une place importante dans le développement du tourisme des jeunes, notamment la SNCF qui a mis en place un tarif destiné aux jeunes grâce à la carte 12-25 ans afin de faciliter les déplacements des jeunes. Ce tarif préférentiel est accessible aux jeunes de 12 à 25 ans sous contrainte d'acheter la carte 12-25ans. Mais cette carte reste peu attractive pour les jeunes à moins d'être un très grand voyageur car le coût de la carte reste élevé pour les petits trajets. De plus, une charte de partenariat a été mise en place entre la SNCF, l'UNAT et la JPA placé sous le parrainage du Ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, le Ministère de l'équipement, des transports et du logement, le Ministère de la jeunesse, des sports et le secrétariat d'Etat au tourisme. Cette charte est destinée à favoriser le recours au train pour les déplacements d'enfants et des jeunes. La Charte vise à faciliter ces déplacements en alliant sécurité, accueil, préservation de l'environnement et utilisant des tarifs sociaux.

En parallèle des institutions et des organismes qui participent au développement du tourisme des jeunes, des organismes mettent en place des dispositifs d'aides aux départs en vacances des jeunes. Les organismes œuvrant pour le départ en vacances pour tous, sont nombreux mais il existe moins de dispositifs destinés aux jeunes. 150 dispositifs ont actuellement été répertoriés. Les dispositifs concernent essentiellement les familles. De plus, l'Observatoire des Vacances et des Loisirs des Enfants et des Jeunes (OVLEJ) fait remarqué dans son enquête sur « Les aides aux départs dans l'enquête vacances 2004 » que l'une des caractéristiques principales des politiques d'aides réside dans leur inégalité du territoire. La proportion d'enfants aidés varie de 5 à 41 % selon les régions. En effet, certains organismes opèrent sur tout le territoire français mais leur nombre est minime alors que la plupart se concentre sur un nombre limité de région (Aquitaine, Ile-de-France, Picardie, Provence-Alpes-Côte-D'azur, Nord-Pas-de-Calais, Rhône-Alpes).

Vacances Ouvertes fait parti de ces organismes à avoir mis en place un tel dispositif. Vacances Ouvertes est une association Loi 1901, agréé par le Ministère de Jeunesse, des Sports et la Vie Associative et membre de l'UNAT. Sa vocation est de favoriser l'accès aux vacances des familles et des jeunes qui en sont exclus. Cette

association intervient sur l'accompagnement des acteurs du secteur social et du tourisme et ainsi n'aide pas directement le grand public. Cette association est développée sur tout le territoire français. Le dispositif d'aide au départ autonome des jeunes est un outil original pour améliorer l'accès à la mobilité et l'autonomie des jeunes de 16-25 ans. Ce dispositif concerne les missions locales et les foyers de jeunes travailleurs. L'objectif pour les jeunes est d'élaborer et de concrétiser un projet de vacances autonomes en s'inscrivant dans une démarche de projet et d'acquérir un savoir-faire et compétences transposables dans la vie quotidienne et la recherche d'emploi comme l'organisation, la gestion d'un budget... Les jeunes sont encadrés dans leur montage de projet et reçoivent un financement de 150 € de l'ANCV. Les missions locales et les foyers de jeunes travailleurs disposent d'un programme de formation gratuit et des outils méthodologiques. Un autre outil est mis à disposition pour le départ autonome des jeunes : opération SAC ADOS. Cette aide concerne les collectivités locales, les associations ou organismes à vocation sociale. Cette opération SAC ADOS est un ensemble d'outils proposés aux organismes. Ces outils sont :

- Un pack individuel destiné aux jeunes contenant 100€ de chèques vacances, 30€ de chèques services, 1 trousse de secours, 1 carte de rapatriement.
- Des supports méthodologiques et de communication pour les référents

Ce dispositif connaît un succès grandissant. Pour donner des exemples : le Conseil Général de l'Essonne a fait partir 1216 jeunes en 2006. L'Aquitaine a fait partir 74 jeunes en 2008.

La bourse Jeunesse en Plein Air permet également de faire partir des jeunes. Jeunesse en Plein Air est une association de loi 1901 reconnue d'utilité publique qui a pour objectif prioritaire d'aider les enfants et les jeunes à bénéficier de vacances et de loisirs. Ses différentes missions sont de rendre effectif le droit aux vacances, de développer et promouvoir la qualité éducative de centres de vacances et d'éduquer à

la citoyenneté et à la solidarité. Chaque année, la JPA organise une collecte de fonds dans les établissements scolaires de tous les départements. L'argent collecté est ensuite redistribué par les comités départementaux de la JPA sous forme de bourses dans le domaine des vacances et des loisirs. Chaque comité départemental de la JPA définit ses critères d'attribution en s'appuyant sur le quotient familial et l'ensemble des revenus.

Le dispositif « Bourse Solidarité Vacances » géré par l'ANCV, réserve également une offre pour les jeunes en autonomie.

C. AU NIVEAU REGIONAL

La reconnaissance et la prise en compte du secteur n'est pas la même pour les différentes régions du territoire français. La plupart des régions ne prennent pas conscience du potentiel de ce segment donc l'utilité de développer le tourisme des jeunes au niveau de l'offre et de la demande. Pour ces institutionnels, ils en ressentent pas la nécessité de se positionner spécialement sur le marché. Pourtant certaines régions se sont fortement engagées dans ce secteur. Elles se sont déjà penchés sur la question du tourisme des jeunes afin d'opter pour une politique pour cette niche de tourisme. Certaines régions se sont même fortement engagées vers ce segment de marché alors que d'autre n'ont pas encore pris conscience de l'intérêt de s'intéresser à cette clientèle. Ce phénomène crée une véritable disparité entre les différentes régions.

Les régions, le plus souvent, ont créé un partenariat avec l'UNAT, Union National des associations de tourisme, afin de mobiliser tous les acteurs sur cette question. En Bretagne, les jeunes sont « LA » priorité du CRT depuis quelques années. En 2005, le CRT a adhéré au CFTJ (Club Français du Tourisme des jeunes). Le CRT de Bretagne et l'UNAT Bretagne ont organisé en Mars 2005 des journées professionnelles autour du tourisme des jeunes afin de permettre aux professionnels de mieux se connaître et d'améliorer leur connaissance de l'offre, d'un marché peu

connu. Ces journées avaient également à terme l'objectif de rendre la communication vers le grand public plus homogène et donc plus efficace. De ces journées, est né le site à destination des jeunes, www.breizhtrotters.com, accessible depuis le site du CRT Bretagne. Sur ce site, tous les bons plans destinés aux jeunes sont présents: sorties, festivals, concerts, hébergement pas cher ou voyager à moindre coût. Ce site mis à jour constamment, est un site très dynamique qui dispose même d'un jeu vidéo en ligne. Pour attirer de plus en plus de jeunes, la Bretagne mise également sur la musique. La région est partenaire de nombreux festivals. De plus, pour inciter les jeunes à choisir les auberges de jeunesse comme modes d'hébergement. La FUAJ de Bretagne a mis en place le « Pass Bretagne »: chaque nuit dans une auberge de Bretagne donne droit un tampon ce qui permet d'avoir la 6^{ème} nuit gratuite, valable sur toutes les auberges de jeunesse participant à l'opération. Certaines auberges de Basse Normandie participent à ce dispositif. C'est notamment le cas pour les auberges de jeunesse de Cherbourg et Genêts.

En Alsace, un groupement volontaire d'associations a été créé, en 1989, afin de développer le tourisme des jeunes dans cette région. Ce groupement volontaire se nomme l'AJA (Association Accueil Jeunes Alsace). L'objectif de l'Alsace est de rajeunir la clientèle existante. Car la population touristique est vieillissante (44% des séjours sont effectués par des personnes de plus de 50 ans contre 38% en moyenne nationale). L'AJA est un groupement volontaire de 21 associations gestionnaires de centres d'hébergements à caractère socioéducatif. Beaucoup d'associations de ce groupement sont membres ou adhérentes de réseaux ou fédérations nationaux tels qu'UCRIF Etapes jeunes, Cap France, FUAJ, les PEP, LVT. L'adhésion à cette association s'articule autour d'une charte de qualité privilégiant l'accueil, le confort, l'animation, la sécurité et l'encadrement professionnalisé. Les objectifs de l'AJA sont de favoriser la rencontre des hommes élus et permanents des associations et également d'assurer l'aide et le conseil aux centre en terme de montages des projets d'investissements, de nouvelles orientations et des pratiques quotidiennes, ainsi qu'une mission d'information et d'orientation. Le CRT d'Alsace s'est lui penché sur le tourisme des jeunes pour offrir une offre spécifique afin de séduire les 15-25 ans. Le CRT a créé un atelier tourisme de jeunes. Celui-ci regroupe les institutions et

prestataires alsaciens actifs sur la cible des jeunes. L'objectif de cet atelier est de déterminer les actions de promotion et de communication nécessaires pour atteindre ces objectifs. De cet atelier, une campagne de communication a été lancée pour les 15-25 ans sur internet. Elle communiquait sur des activités à pratiquer sans pour autant connaître la destination, destination que l'on découvrait à la fin. Avec cette campagne, l'Alsace s'est positionnée sur un mode de communication décalée et donc ciblant les jeunes.

La région Aquitaine a défini sa politique du tourisme des jeunes en soutenant un tourisme solidaire notamment avec le tourisme social et associatif, le droit aux vacances pour tous et les chantiers solidaires. Pour la région, ces trois axes permettent de favoriser l'égalité des chances et donc de permettre à plus de jeunes de partir en vacances. Le Conseil régional d'Aquitaine a mis en place un dispositif de départ en vacances autonomes pour les jeunes en partenariat avec Vacances Ouvertes afin de favoriser le tourisme des jeunes en Aquitaine. Car plus d'un jeune Aquitain sur 3 reste privé du droit aux vacances. Le dispositif Vacances Ouvertes a permis à environ 200 jeunes de la région Aquitaine de partir en vacances essentiellement en Aquitaine en rapport avec environ 50 organismes. L'Unat Aquitaine a réalisé une étude sur le premier départ en vacances des jeunes.

La région Ile de France a également étudié le segment des jeunes. En effet, le CRT Ile de France a réalisé une enquête à laquelle UNAT Ile de France a été associé, en Mars 2001. Cette enquête a fait le constat que Paris avait pris un grand retard en matière du tourisme des jeunes. Effectivement, le constat révèle un manque d'hébergement spécialisé, manque d'animation festive en été et un effort insuffisant en matière d'accueil. Le tourisme des jeunes est désormais l'une des priorités de la ville. Cette enquête préconise une diversification des structures d'accueil destinés aux jeunes et la création d'une carte multi loisirs combinant des avantages en matière de loisirs et de transport. Cette carte est réalisée en partenariat avec la RATP. Un mémento pratique destiné aux jeunes a également été créé « Ze Guide ». Le plan d'action prévoit également la création d'hébergement, adopter une stratégie

marketing adaptée, dynamiser l'image de la ville de Paris et soutenir les départs en vacances des jeunes parisiens.

Pour résumer, il est difficile d'avoir un regard sur les politiques du tourisme des jeunes tellement ce secteur est vaste et transversale.

Concernant le tourisme des jeunes, une politique spécifique que ce soit au niveau européen ou national n'existe pas. On peut trouver des politiques propres au tourisme des jeunes au niveau régional. Comme la Bretagne qui fait du tourisme des jeunes une priorité et a donc établi une politique spécifique. Cette absence de politique est due à la transversalité du secteur, l'hétérogénéité et l'absence de reconnaissance du secteur. Au niveau régional le tourisme des jeunes est plus évident à identifier que sur un plus grand territoire. A ce niveau, les politiques connaissent le territoire, les acteurs et la demande. Ce qui permet d'obtenir une stratégie et un plan d'action plus facilement. Cependant, l'existence de plusieurs programmes européens montre la volonté des politiques européennes à favoriser la mobilité des jeunes. Ces secteurs ne sont directement liés au tourisme des jeunes mais favorise celui-ci. Au niveau national, à cause de la transversalité du secteur, plusieurs ministères sont liés à la mobilité des jeunes, aux dispositifs mis en place pour l'accès aux vacances des jeunes. Malgré le manque de politique, la demande de ce secteur est soutenue par plusieurs programmes et opérations au niveau européen et national. Par contre, concernant l'offre de ce segment, aucune politique n'apparaît. Les politiques européennes et nationales sont centrées sur la mobilité et l'accès aux vacances des jeunes. Elles ne prennent pas en compte la professionnalisation, le soutien et la coordination des professionnels de ce secteur. La qualité en matière d'équipements, et d'accueil n'est pas pris en compte. Au niveau national, l'inégalité spatiale des dispositifs d'accès aux départs en vacances est très forte. Les jeunes n'ont pas les mêmes chances de pouvoir bénéficier d'une opération Départ en vacances sur tout le territoire. La proportion de jeunes aidés varie de 5% à 41 % selon les régions. Les politiques touristiques et les plans d'action sont très disparates selon les régions mais quelques unes ont clairement définies des stratégies et considèrent donc le tourisme des jeunes comme un véritable marché.

PARTIE 2 : ETAT DES LIEUX DU TOURISME DES JEUNES EN BASSE NORMANDIE

A. ANALYSE DU TERRITOIRE

DONNEES DE CADRAGE

La Basse-Normandie est un territoire bordé au nord et à l'ouest par la mer de la Manche, au nord-est par la région Haute-Normandie, au sud-est par la région Centre, au sud par la région Pays de la Loire et au sud-ouest, par la Bretagne. La région se distingue sur cinq ensembles : sur le flanc ouest se situe le Bocage normand. Au centre, allant de Caen à Alençon, se trouve la grande Plaine de Normandie. Puis, au centre-est le Pays d'Ouche et enfin au sud-est le Perche Ornais.

La Basse-Normandie est une région se dotant de trois départements que sont le Calvados, la Manche et l'Orne composés de 1812 communes dont la capitale régionale est Caen. Ce territoire s'étend sur environ 17 590 km² dont 470 km de littoral, 192 000 hectares de forêts et trois parcs naturels régionaux. Ce territoire comprend 1 446 000 habitants. Cette région est considérée à la fois comme la 8^{ème} région touristique (en ce qui concerne le séjour des Français) et la 1^{ère} région d'élevage équin en France.

La Basse-Normandie est la 2^{ème} région française par le tracé linéaire de sa côte. Le littoral, extrêmement varié, est une grande richesse de la région. Lors des premiers débuts du tourisme normand, on parlait de tourisme des « bains de mer » faisant la fierté de la Normandie. Ce littoral permettant la pratique de la pêche à pied, représentent un atout apprécié par les touristes.

La Basse-Normandie bénéficie d'une situation géographique privilégiée grâce à sa position d'ouverture sur l'Europe et sur le monde de mieux en mieux exploité par son réseau de transports.

Grâce à son environnement naturel, sa vie culturelle riche et dynamique et son tissu de pôles locaux, la Basse-Normandie propose « une qualité de vie qui attire de plus en plus de nouveaux habitants. » En effet, selon l'INSEE, la région comptait 793 000 logements au 1^{er} janvier 2006, 62 000 de plus qu'en 1999. Cette croissance est surtout marquée dans l'agglomération caennaise et sur le littoral, dans la Manche et sur la Côte Fleurie, accentuée par les résidences secondaires.

La capacité d'accueil touristique en Basse-Normandie se concentre principalement sur les deux départements côtiers que sont la Manche et le Calvados. Plus de 95% des 29 800 emplacements de campings et 87% des 15 100 chambres d'hôtels se trouvent dans ces deux régions, sans compter les 31 000 lits offerts par les autres hébergements touristiques tels que les gîtes et les chambres d'hôtes.

La Basse Normandie



Source : quid.fr
Réalisation : Charlène BÉAL

La région dispose d'un réseau de transport non négligeable. La région dispose de 4 grands axes routiers : l'A84 reliant Caen à Rennes, l'A28 qui relie Le Mans à Rouen en passant par Alençon, A13 qui permets de faire Caen Paris en 2h30 environ et enfin l'A88 qui relie Caen Alençon. La Basse Normandie dispose également de 2 lignes ferroviaires directes avec Paris : Paris/Granville et Paris/Caen/Cherbourg. De plus, grâce au trafic maritime, l'Angleterre est à moins de 6h00 de Caen et 5h00 de Cherbourg.

IDENTITE DU TERRITOIRE

La région Basse-Normandie possède de nombreux atouts et des spécificités qui lui sont propres, mais également des limites qu'il est important de tenir compte pour la stratégie du tourisme des jeunes.

La Normandie possède une richesse touristique qui n'est pas négligeable puisqu'en 2002, elle était considérée comme la 9^{ème} région touristique française. Le secteur touristique de la Basse-Normandie engendre un chiffre d'affaire de 3M d'euros et emploie 54000 personnes. La moitié des nuitées proviennent des franciliens et un tiers de la clientèle étrangère.

➤ « **un littoral touristique a très forte capacité d'hébergements** »

Sur le littoral Calvadosien, d'Honfleur à Courseulles, 40 % des nuitées touristiques sont localisées sur le littoral. En effet, cette bande littorale possède de très grandes capacités d'hébergement en résidences secondaires, camping et hôtellerie. Il est nécessaire de signaler que ces plages sont les plus proches de la région parisienne, très accessible pour un week-end par exemple. La côte Ouest du Cotentin (de Carteret à Avranches) est également riche en matière d'hébergement touristique « permettant de prévoir des fréquentations élevées dans ces secteurs où les enjeux de déplacements sur le lieu de vacances se juxtaposent aux enjeux d'itinéraires de longues distances. »

➤ **Des territoires ruraux à forte identité**

La Basse-Normandie, en dehors d'un bon positionnement par son littoral, possède des territoires ruraux d'exception par sa forte identité locale, aussi bien par ses activités agricoles, sa qualité paysagère, son patrimoine architectural, la qualité de sa gastronomie, etc. Nous pouvons citer quelques exemples de territoires bas-normands tels que la Pays d'Auge, la Suisse Normande, les massifs forestiers de l'Orne, les Maris du Cotentin, le Perche, etc.

➤ **« un réseau de villes moyennes important »**

En plus des deux agglomérations de Caen et Cherbourg, la région Basse-Normandie dispose d'un important réseau de villes moyennes que sont Saint-Lô, Valognes, Coutances, Avranches, Granville, Bayeux, Lisieux, Vire, Argentan, Alençon, Flers.

➤ **Une région possédant de grands sites très attractifs**

La Basse-Normandie est une région qui abrite plusieurs grands sites accueillant plus d'un million de touristes chaque année, tels que :

Le **Mont-Saint-Michel** connu mondialement pour sa qualité architecturale et son paysage exceptionnel. Ce site est le premier visité en France après Paris qui est atout considérable pour la région.

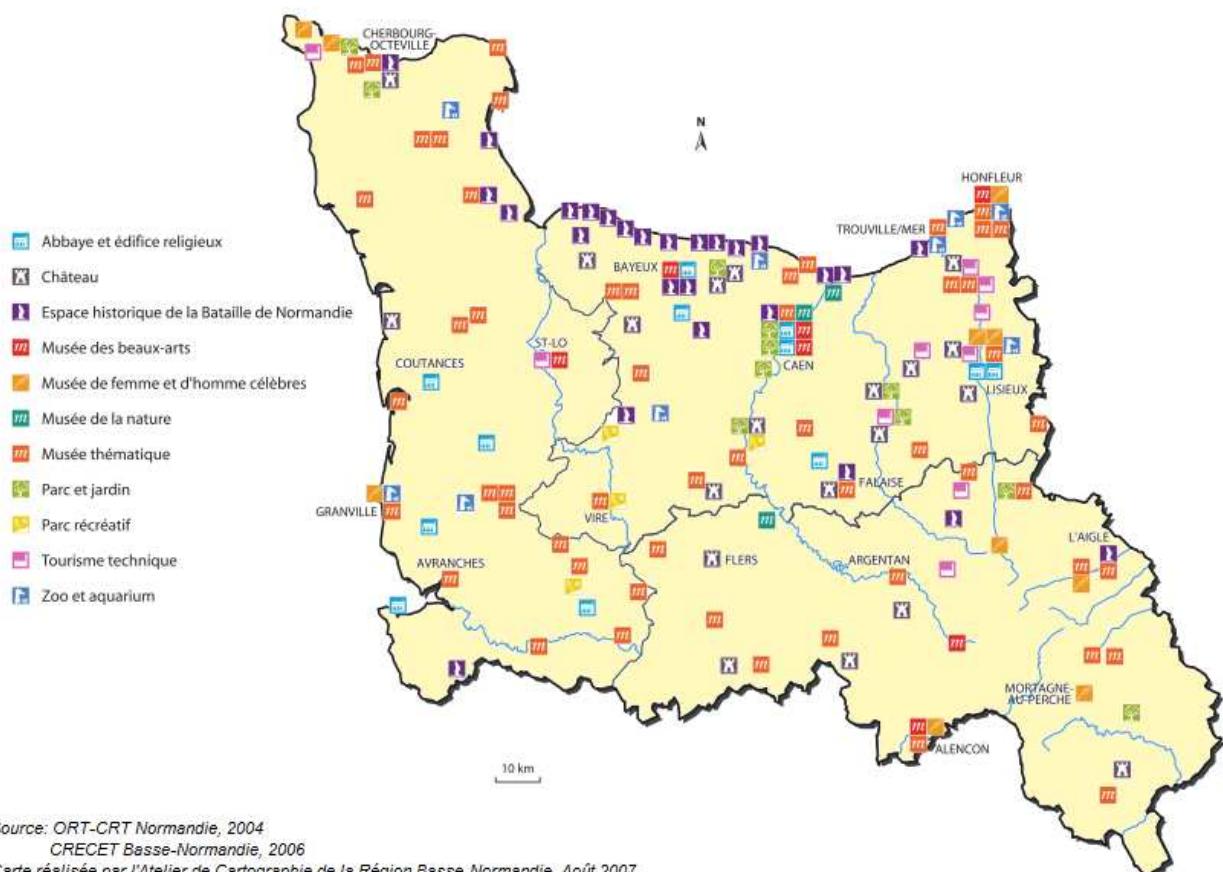


Rando Vélo au Mont Saint Michel / Réalisation Charline FERAL

Les *plages du Débarquement* célèbres dans le monde entier notamment par les Américains. La notoriété du site est un atout important dans la visite de site historique.

La *ville de Caen* est aussi réputée grâce à son patrimoine, sa proximité des plages, son Mémorial et ses capacités hôtelières importantes. Bayeux est une ville d'exception pour son patrimoine comme Caen mais aussi pour sa célèbre tapisserie relatant les exploits de Guillaume le Conquérant.

Carte des sites touristiques en Basse-Normandie



Les sites touristiques sont nombreux en Basse-Normandie et très divers. De nombreux sites vont s'articuler autour du thème de la religion datant des époques romane et gothique telles que les abbayes (Mont-Saint-Michel, Abbayes aux Dames et aux Hommes à Caen, Lessay, etc.), les cathédrales (Lisieux, Coutances, Bayeux, etc.), de très anciennes églises (telle que l'église Saint-Pierre de Thaon entre Caen et Bayeux), etc.

Le territoire de la Basse-Normandie est aussi marqué par le Débarquement des alliés qui eut lieu lors de la Seconde Guerre Mondiale. On peut surtout apercevoir des vestiges sur le littoral calvadosien, lieu du Débarquement le 6 juin 1944.

Cette région est également marquée par ses châteaux médiévaux construits aux époques des grands Ducs de Normandie. Les châteaux de Caen et de Falaise en sont de bons exemples.

On peut également remarquer d'après la carte ci-dessus que la région s'est fortement dotée de musées très divers, aussi bien sur le thème de l'Histoire, que sur la nature et la biodiversité que nous offre ce territoire, mais aussi sur d'autres thèmes différents.

Aucun département de cette région n'est épargné par le tourisme, on peut donc dire que la Basse-Normandie est bel et bien une des régions touristiques françaises.

- Les spécificités bas-normandes :

Il est important de remarquer que la Normandie est une région touristique de « court-séjour » puisque la provenance des touristes parisiens est considérable. Une autre donnée du tourisme bas-normand est celle de la proportion importante d'anglais parmi la clientèle étrangère (3h à peine de ferries de l'Angleterre à Cherbourg).

La Normandie est la première région française pour la pratique équestre. D'ailleurs, la candidature de la Normandie aux jeux équestres mondiaux de 2014 a été retenue.

B. ANALYSE DU TOURISME DES JEUNES

L'OFFRE BAS-NORMANDE

✖ LES OPERATEURS DESTINÉS AU PUBLIC JEUNE

Au niveau national, la reconnaissance et la prise en compte du marché a progressé depuis les années 90. Un certain nombre de professionnels et de collectivités ont pris conscience du potentiel du marché. Le secteur s'est ainsi fortement structuré et professionnalisé. Des démarches de qualité ont été entreprises. L'offre est de plus en plus diversifiée même si il reste encore quelques lacunes.

➤ La politique du tourisme de la Basse Normandie

Le tourisme est un enjeu économique majeur pour la région. Effectivement, il représente un emploi salarié sur 15 soit environ 70 000 emplois et un chiffre d'affaires d'environ 3,5 Milliards d'euros. Les principales actions vont vers une nouvelle stratégie de promotion de la Basse Normandie, la professionnalisation des acteurs du tourisme, la qualité des prestations et l'accès aux vacances pour tous. Le budget alloué au développement touristique est de 4,5 Milliards d'Euros.

En plus de la politique de la Région, les comités de jumelages bas-normands parmi leurs nombreuses activités, peuvent être amenés à organiser des échanges de jeunes.

➤ Les opérateurs régionaux réservés aux jeunes

Les opérateurs destinés aux jeunes sont représentatifs en Basse Normandie, ils se sont pratiquement tous regroupés au sein de l'UNAT Basse Normandie, Union Nationale des associations de tourisme. L'UNAT. Cet organisme représente le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux pour développer le tourisme social et donc le tourisme des jeunes. L'UNAT Basse-Normandie a été créée en 1987 dans le cadre de la décentralisation de l'UNAT nationale pour s'adapter aux nouvelles compétences des collectivités territoriales. L'association regroupe la plupart des associations, mutuelles et entreprises à but non lucratif de la région active dans le tourisme et en particulier dans les secteurs

suivants : tourisme familial, vacances d'enfants, tourisme des jeunes, vacances sportives et de plein air, voyages et tourisme solidaire. Elle poursuit divers objectifs comme :

- la représentation et la défense des membres de l'Union, dans leur dimension d'entreprises associatives et d'économie sociale.
- Le soutien à une politique sociale régionale du tourisme rendant les vacances accessibles à tous
- La structuration et la mise en réseau régional du tourisme social et associatif par la réalisation de documents d'information et la promotion des activités du secteur
- Le développement d'actions de solidarité sociale dans le domaine des vacances de loisirs, en partenariat avec els syndicats, comités d'entreprises, organismes sociaux, collectivités territoriales...
- La mise à disposition de ses membres de services communs : mise en place de démarches de qualité, observation du secteur, centre de ressources, aménagement durable du territoire et des ressources patrimoniales de la région.

Envol Espace, association loi 1901, organise des voyages scolaires partout en France, en Europe et dans le Bassin Méditerranéen pour des groupes de l'école primaire à l'université. Envol Espace est partenaire de Conseils en voyages solidaires qui est un comité consultatif d'utilisateurs d'Envol Espace. Conseils en voyages scolaires est également une agence réceptive.

Ethics Etapes, anciennement Ucrif Etapes jeunes, est une association né en 1979 ayant pour but l'échange et la découverte entre jeunes de nationalités diverses, favoriser al compréhension mutuelle entre les peuples et œuvrant ainsi pour la paix, la construction européenne et la citoyenneté internationale. Cette association est un outil de service de la professionnalisation des établissements membres par: un contrôle permanent, une session de formation, une organisation d'échanges de savoir

faire et d'expérience, un accès aux aides à la rénovation du patrimoine. Il a également comme objectif de développer des actions communes, faire reconnaître et promouvoir le tourisme des jeunes en France et à l'étranger, partager les expériences et le savoir faire, développer un démarche de qualité et réaliser des actions de conseils.

UFCV est une association à vocation éducative. Cette association combat toute sorte de sectarisme et d'exclusion et agit notamment pour favoriser la création des liens entre générations et la rencontre des cultures. C'est une association nationale avec 19 délégations régionales, dont une en Basse Normandie. Elle organise des vacances pour les enfants et les jeunes.

L'UNCMT (Union Normande des Centres Maritimes et Terrestres), initialement créée pour envoyer des enfants et des jeunes en vacances après la Seconde guerre mondiale. Elle propose des séjours en centres de vacances, de classes découvertes. Elle donne une dimension éducative et culturelle à ses séjours en contribuant à l'épanouissement de la socialisation des enfants, éduquant l'enfant à l'autonomie, à la responsabilité et au respect de l'environnement et en développant ses capacités, sa personnalité et son comportement citoyen.

VTF, Vacances Tourisme Famille, est une association avec pour principe fondateur le droit aux vacances pour tous. Ce principe est possible avec une politique tarifaire de solidarité et par la volonté de faire des lieux de vacances, un lieu de mixité sociale impliquant le respect des différences sociales et culturelles. Cette association assure la gestion et l'animation de 45 villages et résidences de vacances. Elle répond aux attentes du secteur junior avec les propositions de séjour CAP au Sud en France et à l'étranger pour les 4-17 ans. La création de VPT, Vacances pour Tous, Ligue de l'enseignement, remonte à 1866. Son objectif est de promouvoir la démocratie par l'éducation et la culture. Elle est structurée en différentes missions dont les vacances et séjours scolaires.

LVT, Loisirs Vacances tourisme, née en 1974, fédère des organismes et des associations de l'économie sociale qui mettent en œuvre la solidarité dans le domaine

des vacances et des loisirs. La fédération pratique ainsi une politique de prestations destinées à favoriser la rencontre des populations et la découverte des pays d'accueil. Elle propose des séjours « jeunes », « seniors », « sportifs » et des classes de découvertes.

La FUAJ, fédération unie des auberges de jeunesse, est présente sur le territoire avec ces 4 auberges dans la Manche et dans le Calvados. Son action est de promouvoir l'idée de dialogue, tolérance entre les jeunes du monde entier. Ainsi que contribuer au développement physique, moral, intellectuel des jeunes par le biais du tourisme social et l'éducation populaire. La FUAJ a mis en place ZE-BUS. Chaque semaine en Haute-saison, 2 bus circulent sur la côte ouest française et s'arrête dans les auberges de Jeunesse et permets donc la visite de tous les points stratégiques des régions traversées. Les auberges de jeunesse bas-normande participent à ce dispositif.

✖ Le réseau d'information

Le réseau d'informations pour la jeunesse est très présent sur Caen. Au niveau régional, il existe 22 Points d'information jeunesse et bureau d'information jeunesse dont 11 au sein du Calvados, 6 dans la Manche et 5 dans l'Orne. De plus, le centre régional d'information jeunesse est situé dans le centre ville de Caen. Le fond documentaire du CRIJ au niveau des vacances est très complet. Il se compose de fiches pratiques nationales du CIDJ concernant la préparation et l'aide aux vacances ainsi qu'un carnet d'adresse et de conseils au niveau des vacances culturelles et sportives ainsi que les vacances pour enfants et adolescents. Ensuite, le fond documentaire est composé de différents thèmes directement liés à la Basse Normandie :

- Informations touristiques générales
- Fouilles archéologiques
- Les chantiers de jeunes bénévoles

- Les vacances sportives
- Les vacances pour enfants et adolescents
- Préparer son voyage en France
- Les vacances familiales
- Les séjours ne milieux ruraux
- Les auberges de jeunesse
- Hébergement en milieu rural
- Camping, caravaning
- Transport terrestres, maritimes et aériens.

Le CRIJ aide les jeunes dans leur projet de vacances notamment en donnant des indications sur les aides financières et les contacts de différents organismes. Faute de moyens, les personnes du CRIJ ne peuvent faire de suivis des projets de vacances des jeunes.

De plus, il y a quelques années, des journées d'actions étaient organisées une fois par an sur les chantiers de jeunes bénévoles où les organismes Bas-Normands étaient réunis pour informer le jeune public.

Mme Wallecan, conseillère au CRIJ, souligne le manque de coopération des organismes et des établissements de vacances envers le CRIJ. C'est-à-dire que les organismes concernés ne renvoient pas de documentation au CRIJ.

Selon Mme Wallecan, la demande concernant les vacances émane surtout de jeunes qui ne partent pas en vacances et donc qui souhaitent des activités ou des courts séjours en Basse Normandie. La demande physique au point d'accueil a baissé depuis la montée de l'utilisation d'internet, par conséquent le site du CRIJ a augmenté sa fréquentation. En 2007, il y a eu 53 971 publics renseignés. Le secteur vacances a été consulté 7,30% soit 3 939,88 personnes.

✖ Les hébergements

Il existe plusieurs types d'hébergements touristiques destinés aux jeunes particuliers. Les plus connus sont effectivement les auberges de jeunesse.

Les auberges de jeunesse sont apparues dans les années 30, venant de l'Allemagne ; En 1936, le secrétaire d'Etat au tourisme, Léo Lagrange fait des auberges de jeunesse, un lieu privilégié d'accueil des premiers congés payés. De plus, en 1956, La naissance de la FUAJ Fédération unie des auberges de jeunesse, a favorisé leur essor. L'auberge de jeunesse est un établissement géré par une association à but non lucratif. Elle offre aux résidents un hébergement et un service de restauration limité. Une cuisine individuelle est normalement à disposition des usagers. Elle peut proposer également des activités. Les chambres sont principalement des dortoirs même si des chambres doubles ou simples peuvent être proposées. Il existe 5 auberges de jeunesse seulement que le territoire Bas-Normand à Caen, Bayeux, Cherbourg, Pontorson et Granville. Ceux qui représentent 521 lits pour la région. Les auberges de jeunesse sont généralement situés en centre ville pour les villes comme Bayeux, Cherbourg et Granville. Genêts et Pontorson sont des petites communes situés proche du Mont Saint Michel. Les prix commencent à partir de 11, 70 € pour l'auberge de Pontorson et de 19 € pour l'auberge de Bayeux. Ces auberges sont toutes desservies par ZE BUS. ZE BUS est un système de 2 bus qui circulent de fin Juin à mi Octobre de Paris à Biarritz en passant sur toute la côte Ouest française. Ce bus à la particularité de s'arrêter à proximité des auberges de jeunesse. A chaque étape il est possible de rester quelques jours, quelques semaines ou quelques mois. Les bus desservent les auberges de jeunesse tous les 3 jours. Les auberges de jeunesse de Cherbourg, Genêts et Pontorson participent au PASS BRETAGNE. Un dispositif qui offre la 6^{ème} nuit passé dans n'importe quelle auberge de jeunesse participant au programme.

Les centres internationaux de séjours sont eux, en plus d'être un hébergement et une restauration, un lieu culturel. Il dispose d'espaces collectifs favorisant la découverte

et la rencontre pour répondre à sa vocation qui est de favoriser la convivialité, la rencontre et les échanges internationaux. Il y a un unique centre international de séjour en Basse Normandie qui est l'établissement Bon séjour à Merville Franceville qui fait parti du réseau d'Ethics Etapes.

D'après le conseil national du tourisme, le manque d'hébergements dans les métropoles régionales est significatif. Il note que la création d'hébergement au cours de ces 15 dernières années s'est relevée nettement insuffisante au regard de la demande et la Basse Normandie n'a pas échappé à ce constat.

✖ Les activités

De nombreuses activités peuvent être effectuées en Basse Normandie. Malheureusement, il n'existe pas de communication sur ces activités et donc pour les jeunes, la Basse Normandie ressort comme une région où il n'y a rien à faire.

Tout d'abord, il existe toutes les activités possibles sur le littoral tels que le char à



Char à Voile à Asnelles (Cavados) / Réalisation : Charline FERAL

voile, le kit surf, le cerf volant. Puis, les activités de nature sont également accessibles. Certains sports extrêmes sont aussi praticables en Basse Normandie comme le saut à l'élastique, en parachute, du

parapente, de l'ULM, de l'escalade. La Suisse Normande propose beaucoup d'activités comme du canoë kayak. D'ailleurs, les championnats d'Europe de Canoë-kayak se sont déroulés en Basse Normandie. Ensuite, pour les fans d'équitation, la Basse Normandie est la première destination française d'équitation. Les championnats mondiaux seront organisés dans la région en 2014.

LA DEMANDE

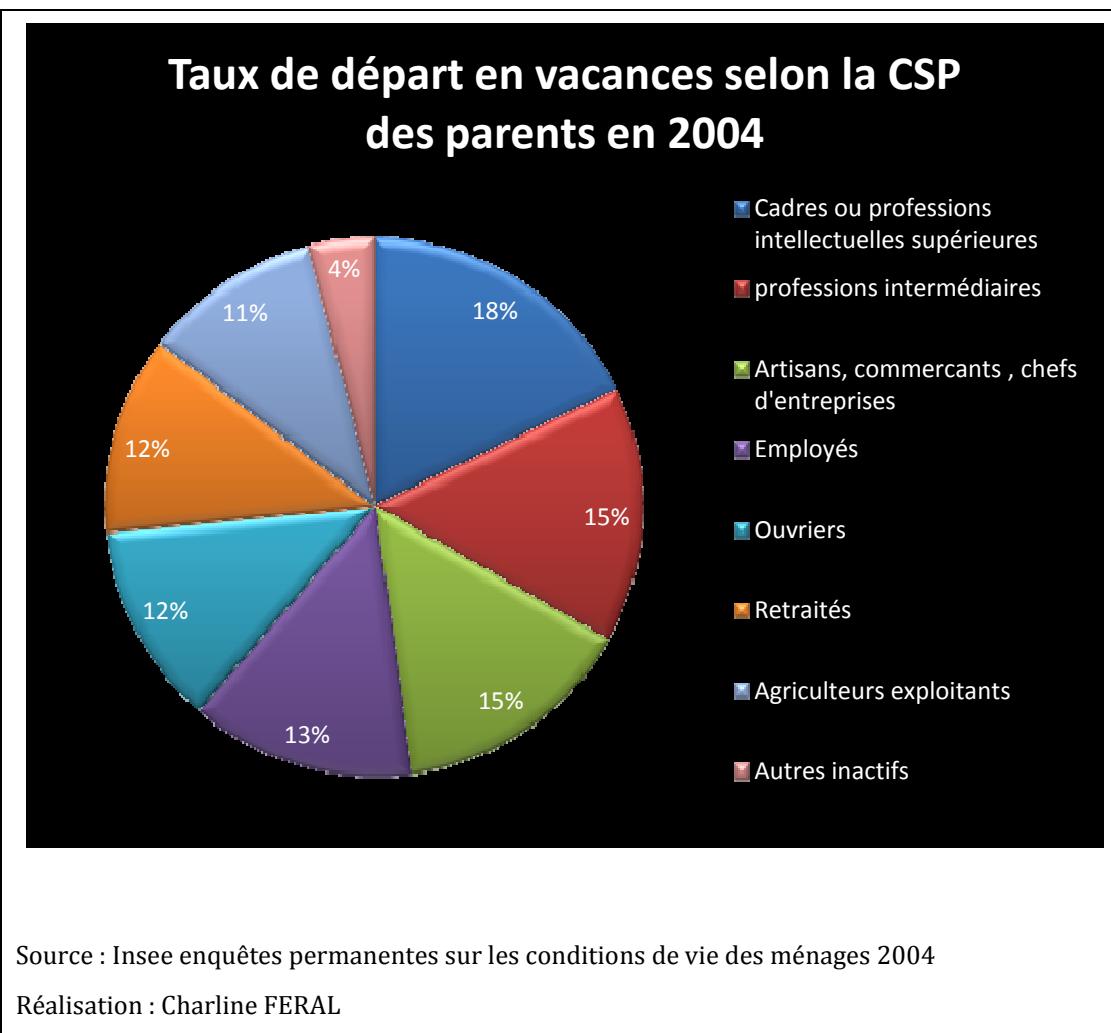
La classe d'âge du tourisme des jeunes en autonomie est une classe d'âge très hétérogène. En effet, il existe une différence de comportements et d'idées entre un jeune actif, marié et parent et un étudiant du même âge encore dépendant financièrement de ces parents. Pourtant, tous aspirent aux vacances, on peut considérer qu'ils sont tous de la génération vacances. Pour une grande partie d'entre eux, ils ont été habitués à partir en vacances contrairement à la dernière génération. Pourtant il existe une grande différence entre les partants et les non partants.

✖ Les partants

Les 18-25 représentent environ 10 % de la population française soit 6,5 millions de jeunes en France et ils sont environ 60 % à partir en vacances. Ce qui montre l'importance de se pencher sur le segment du tourisme des jeunes, vu le marché potentiel. De plus, la France reste la destination favorite des jeunes puisque 85 % des 15-25 ans privilégiennent les séjours sur le territoire national.

Les partants des jeunes en autonomie sont surtout les plus de 21 ans. Ils sont majoritairement en études supérieurs et la plupart vivent maritalement. Les femmes sont majoritairement représentées ainsi que les jeunes dont les parents sont dirigeants d'entreprise et les jeunes vivant dans des grandes agglomérations.

Le graphique ci-dessous montre la différence des départs en vacances en fonction des CSP des parents. Les enfants de cadres supérieurs, de professions intermédiaires et d'artisans, chefs d'entreprises représentent 48 % des départs en vacances.



Le carnet de route des 18/25ans classe la cible des jeunes en 6 groupes:

- Les « touche à tout – impliqués »: nombre élevé et diversité des séjours cités.
- Les « expérimentateurs – consommateurs » qui recherchent la diversité des expériences permettent de se construire
- Les « Epicuriens » qui souhaitent un modèle traditionnel de vacances
- Les « conviviaux- humanistes » centrés sur des valeurs humaines
- Les « festifs en recherche de support » avec pour motivation principale faire la fête

- Les « curieux authentiques »

La clientèle internationale des jeunes, en particulier européenne, représente un enjeu majeur, en termes de consommation touristique, car la durée moyenne des séjours est plus longue que celle des jeunes français et leur niveau de dépenses est plus élevé. Au sein des principaux marchés européens, il existe 3 marchés porteurs en ce qui concerne la clientèle des jeunes. Tour d'abord l'Allemagne est un réel potentiel avec environ 8 millions de jeunes de 18 à 25 ans qui partent en vacances pour 72 % d'entre eux. Par contre, la France est seulement en 3^{ème} position derrière l'Italie et l'Autriche et nous ne possédons pas de données pour l'Espagne. Ensuite viennent l'Italie et le Royaume-Uni avec des marchés inférieurs à l'Allemagne mais conséquent. Le Royaume-Uni est un marché très porteur pour la Basse Normandie du à la proximité de ce pays émetteur.

✖ Les non partants

La dernière étude sur le départ en vacances des jeunes de 15 à 24 ans a été effectuée en 2004 par l'INSEE lors de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages. Malheureusement cette étude sur les vacances n'existe plus donc les statistiques concernant la population française et le départ en vacances seront de plus en plus difficiles à évaluer par manque de données.

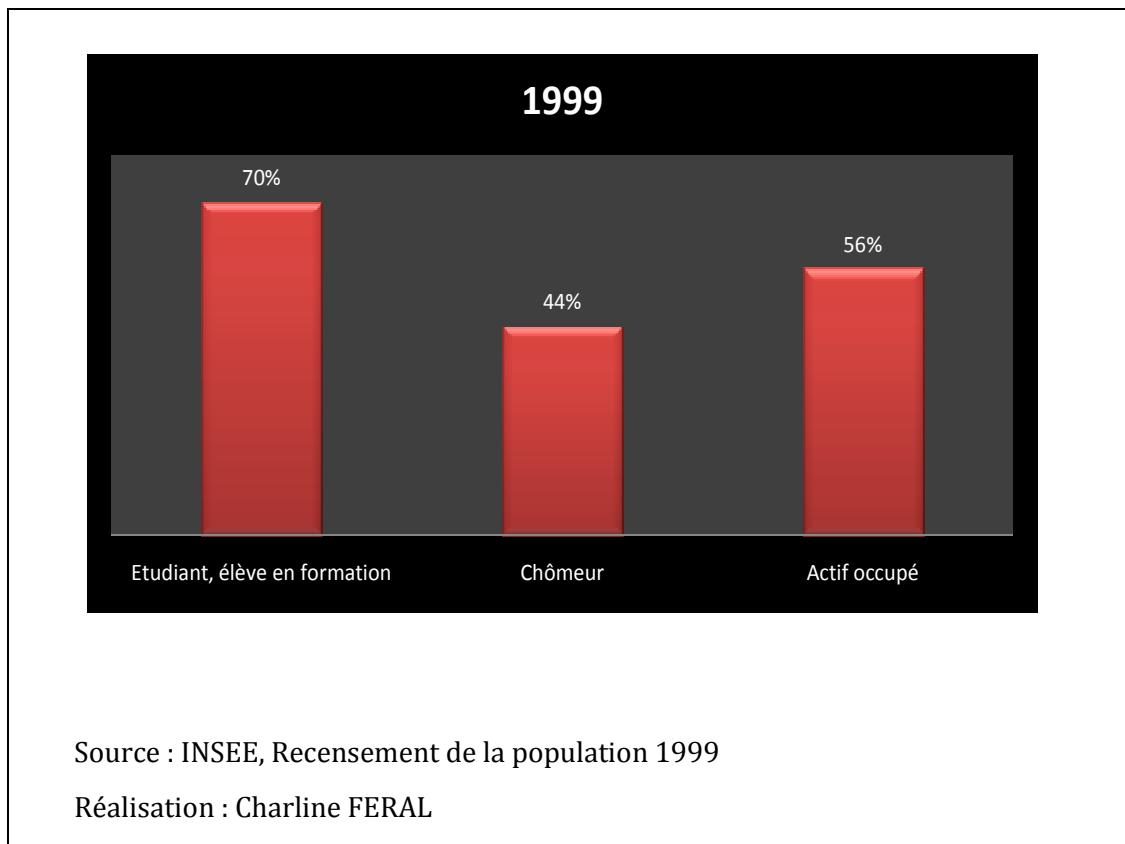
Depuis les années 60, on assiste à une progression des départs en vacances des jeunes français. Cette augmentation du tourisme des jeunes est due à plusieurs facteurs:

- augmentation du niveau d'études, désir de connaître d'autres cultures, apprendre une nouvelle langue, valorisation de ce type d'expérience dans les milieux professionnels, développement d'une offre de produits et de services adaptés à la demande.

Pourtant le taux de départ en vacances des jeunes connaît ces dernières années une baisse sensible de la fréquentation touristique. La cause principale, selon le conseil national du tourisme, des non-partants est pour des raisons financières à 47 %. Mais

différentes causes sont dues à cette baisse sensible notamment le prolongement des études des jeunes qui constraint les étudiants à travailler pendant les vacances scolaires pour financer leurs études. La précarité de l'emploi pour les jeunes ne leur permette pas de s'offrir des vacances. Les emplois saisonniers, le chômage, le prolongement des stages sont d'autres causes de la baisse des départs en vacances des jeunes. Ces raisons professionnelles constituent 21 % des causes principales de non départ. Effectivement le chômage dépasse les 22% en France pour les 15-24 ans ce qui situe la France parmi les pays européens où le chômage des jeunes est le plus importants. De plus, les salariés, n'étant pas en CDI, ne peuvent bénéficier des chèques vacances.

Taux de départ en vacances par statut



Ce graphique montre la précarité de l'emploi qui empêche un actif de partir autant en vacances que les étudiants ou élèves en formation qui eux pour la plupart dépendent de leurs parents.

Les jeunes femmes sont plus nombreuses à partir que les jeunes hommes avec un taux de départ de 53 % contre 45 % selon l'enquête vacances de l'INSEE. De plus, le taux de départ des jeunes vivants seuls est plus important que pour ceux qui vivent encore chez leurs parents (67% contre 54%). Les autres raisons de non départ sont pour 14 % des raisons personnelles et 1% des raisons de santé selon une étude du conseil national du tourisme.

Il existe d'autres freins à ce départ en vacances. Les freins peuvent d'ordre culturel, psychologique et méthodologique. Un jeune n'étant jamais parti en vacances a besoin d'un accompagnement. Cet accompagnement doit s'effectuer avant le départ pour la préparation au départ, pendant le séjour et après les vacances. Un premier départ est toujours difficile en particulier lorsqu'il s'agit d'un jeune qui part en autonomie.

Le fait que le jeune n'a pas ou perd sa culture des vacances peut avoir des conséquences désastreuses à moyen terme. Car ces jeunes ne pourront être les prescripteurs de demain et n'entraineront pas les générations suivantes en vacances.

✖ Les besoins et attentes

Les 10 motivations principales classées une première fois par l'IREST en 1995 et approuvé par d'autres organismes les années suivantes comme ODIT, maison de la France :

- Besoin de convivialité (partir entre amis, faire des rencontres)
- Recherche d'autonomie (démontrer sa capacité à prendre des décisions seuls)
- Recherche d'utilité (valoriser un temps libre pour soi et les autres)/ démarche d'insertion dans la société, /séjour linguistique,

chantier, stage, job à l'étranger, mission à caractère humanitaire...)

- Besoin d'implication personnelle (se construire au travers d'activités et de sensations)
- Besoin de reconnaissance (affirmer sa maturité), le choix et la thématique des vacances étant perçus par l'entourage familial comme signe de maturité.
- Recherche de rapport qualité/prix (gérer un budget et des envies, en lien avec un budget relativement modeste)

Les motivations secondaires sont

- le désir de découverte (s'ouvrir à d'autres cultures, d'aux autres jeunes et d'autres civilisations ou paysages)
- le besoin de confort (affirmer sa maturité par ses exigences)
- le besoin de sécurité (rassurer les parents) exprimé dans le choix de l'organisme, l'adhésion à une assurance
- la recherche de rupture (rompre avec son contexte de vie habituel) souhait d'un rythme de vie choisi et non subi (repos/activité)

Ces motivations forment trois grandes parties : la construction personnelle, la construction du lien social et les attentes du consommateur.



Ces motivations restent très proche des motivations des autres segmentations de touristes. Effectivement, contrairement aux idées reçues, les jeunes ont des attentes beaucoup plus proches de celle de leurs aînés que l'on pourrait supposer. En effet, les attentes des jeunes sont similaires que celles des adultes, seul les degrés changent. Selon l'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes souligne que les premières attentes sont le soleil, la mer et la plage. Ensuite vient l'importance qu'ils accordent aux loisirs puis surtout les sorties et la fête. Ils sont à la recherche du besoin de jeu et envie de fête: un réel remède contre la morosité. Effectivement, la fête est toujours au cœur du tourisme international. Puis, les lieux majeurs du tourisme international sont des lieux propices à la fête même si elles sont artificielles

ou commercialisés. La fête est vraiment importante pour les jeunes. Elle permet pour un grand nombre d'eux de se libérer socialement et d'effacer les normes. Elle permet également d'évacuer le stress, la monotonie, les soucis du quotidien. Elle est vecteur de nouvelles rencontres. De plus, le débordement social se déroulant lors des fêtes est acceptée exceptionnellement par la société ce qui permet un vrai défoncement pour les jeunes. Selon les jeunes, la fête permet d'oublier la timidité et les problèmes qu'ils peuvent rencontrer. Le repos et le dépaysement vient en troisième place. Puis, les activités prennent aussi une place importante comme les visites, les promenades ou le shopping.



Des jeunes sur une plage de Basse Normandie
Réalisation Charline FERAL

Les besoins de jeunes sont nombreux. Ils demandent de l'autonomie, de la convivialité amicale ou familiale. Ils ont besoin de découverte, de sensation et plaisir. Mais leur premier désir est la quête de soi et le sens de la communauté. Pour eux les vacances sont synonymes de liberté et sans contraintes. Le tourisme des jeunes est synonyme d'expérience, de construction de soi et de sa vie. Les attentes sont la convivialité, la découverte et la rupture du quotidien. Les parents ont également des attentes pour leurs enfants qui sont l'autonomie et la maturité confort et sécurité et rapport qualité/prix. Les jeunes voient les vacances avant tout comme un temps de liberté, une rupture avec le quotidien et l'apprentissage de l'autonomie.

La qualité de ces produits est très importante comme pour n'importe quels segments de la clientèle touristique. C'est pourquoi au cours de ces dernières années, les opérateurs touristiques nationaux et internationaux ont mis en place de codes de conduites et de charte de qualité afin d'assurer que les normes soient respectées par

leurs membres. Ensuite, la sécurité a un caractère important autant pour les jeunes que pour leurs parents. La sécurité concerne aussi bien les destinations visitées, les transports emportés que les activités pratiquées. La flexibilité est un facteur important pour le départ des jeunes. Elle concerne la flexibilité au niveau du programme et aussi de la politique tarifaire. Finalement, l'accessibilité a aussi son importance au niveau du tarif, de l'information et du transport

En ce qui concerne le choix des départs en autonomie pour les jeunes, la réputation de la région (animation, offres, activités) semble être un facteur de choix important. La destination des vacances est choisie selon les critères suivants :

- Le bouche à l'oreille : l'image véhiculée par l'expérience des proches qui influe sur la décision
- Internet et les expériences partagées (forums, sites de liens sociaux) peuvent susciter l'envie
- Les films et la communication peuvent éveiller la curiosité mais ne semblent pas en soi être véritablement déclencheurs.

✖ Les pratiques touristiques

- **Avant le voyage : l'information préalable au séjour et la réservation**

Les informations recherchées avant le séjour se portent sur l'hébergement, la destination, le transport puis le prix. La recherche d'informations se fait essentiellement sur internet mais les jeunes prennent en compte également le bouche à oreille. Les guides sont aussi utilisés mais eux pour les activités à effectuer sur place et les centres d'intérêts. L'hébergement et le transport sont les deux éléments les plus réservés à l'avance. Internet est le mode de réservation et de paiement le plus utilisé bien que les agences ont également un poids significatif. Les agences sont favorisées lors des séjours de repos ou linguistique à l'étranger.

- **Le voyage : destination, transport, hébergement, budget**

Les conditions climatiques, le dépaysement et la richesse du patrimoine sont les trois éléments les plus importants dans la détermination du choix de la destination. Contrairement aux idées reçues, le prix n'influe pas si fortement dans le choix de la destination.

Les transports privilégiés sont le train et la voiture (67%). L'avion est choisi pour les séjours à l'étranger. La voiture est utilisée principalement lorsque les vacances nécessitent un matériel (sports d'hiver...), le train est employé lors de séjours urbains et l'autocar ressort pour les circuits à l'étranger.

L'hébergement choisi est le plus économique puisque c'est l'hébergement non marchand (famille/amis) qui est privilégié (62%). 10 % d'entre eux choisissent le camping, l'hôtel, la location ou encore le gîte. Les clubs vacances de type associatif ou à but lucratif ne font partie que de 2 % des choix d'hébergement pour les vacances des jeunes. En ce qui concerne l'hébergement, le prix est l'un des critères de premier choix pour 69 % des jeunes.⁷

Les pratiques touristiques de jeunes sont polymorphes. Tout d'abord, la saisonnalité n'existe pas chez le tourisme des jeunes car ils partent tout le long de l'année même si les départs pendant les vacances scolaires est plus important. La clientèle des jeunes n'est pas une clientèle fidèle, ils alternent toutes sortes de destinations. Il existe une grande diversité des séjours, en termes de destinations, de durées et de projets. De plus, le nombre de compagnons de voyages diffèrent en fonction de l'objectif du voyage: tout seul pour les voyages de développement personnel et les séjours linguistiques, en couple pour les séjours urbains et à la montagne l'été et finalement en groupe pour les séjours festifs et des événements musicaux.

L'organisation et le déroulement du séjour est différent des autres segmentations de touristes. La durée des séjours est variable : il existe des courts séjours, inférieures à 4 nuits, des séjours de vacances de 4 nuits à 1 mois et enfin, des longs séjours pour des stages, formation qui sont supérieurs à 4 mois. Cette définition de la durée de séjour n'est pas exhaustive puisque cela dépend des organismes. Par exemple, pour

⁷ Source : Carnet de route des 18-25 ans

l'OMT, les séjours de plus 3 mois sont considérés comme des séjours non touristiques. Mais la majorité d'entre eux ne partent qu'une seule fois et pour une durée de séjour d'une semaine pour la moitié d'entre eux. La durée totale des vacances est plus courte que celle des moins âgés, ceci s'explique par le fait que pour un certain nombre d'entre eux, ils sont rentrés dans la vie active et ont donc moins de jours de congés. Le choix d'un séjour se fait aussi en fonction de la dimension financière. Dans le choix du séjour, les jeunes peuvent être soit des jeunes demandeur/décideur, prescripteur ou encore utilisateur. Cette autonomie dans le choix du séjour rejoint l'autonomie pendant le séjour: contraint, cadré ou en autonomie totale. Internet est la principale source d'information pour leur choix de voyages. Selon l'INSEE, la majorité des séjours se déroulent en France métropolitaine. Seulement 25% des séjours se passent à l'étranger dont 8% en famille. Les lieux de destination ressemblent aux choix des autres générations: 40 % des séjours se déroulent en montagne, 17 % en montagne et campagne. Il existe également un tourisme urbain pour 25 % des séjours.

Les jeunes citent plusieurs types de séjours. Ils veulent tester plusieurs types de vacances. Les principaux séjours réalisés sont :

- Séjour pour se reposer, bronzer, profiter d'une piscine ou de la plage (86%)
- Séjour dans une grande ville ou dans une capitale (78%)
- Séjour festif entre amis, à la plage en été ou durant l'année (72%)
- Séjour pour assister à un évènement festif ou sportif (53%)
- Séjour à la montagne en hiver (51%)

Les jeunes partent tout le long de l'année en privilégiant les vacances scolaires d'été. C'est un type de tourisme qui permet de prolonger la saisonnalité. En effet, la

répartition des séjours entre vacances scolaires et hors vacances scolaires est assez équilibré (59 % contre 41%)⁸.

Ils partent soient entre amis, seuls ou en couple. Ils peuvent partir également en groupe non déjà constitués comme pour les colonies. Mais la plupart des jeunes partent en groupe, seulement 10% des séjours sont effectués en solitaire. La composition des groupes aux départs modifient en fonction des projets. La durée moyenne des séjours est de 13,3 jours pour les 18-25 ans.

Pour résumer, la Basse Normandie est un territoire avec de nombreux atouts. Elle possède des territoires ruraux à forte identité, un littoral touristique à forte capacité d'hébergement, un réseau de villes moyennes important, de grands sites attractifs et c'est la première région française en terme de pratique équestre. Ces atouts peuvent également se révéler des inconvénients concernant le tourisme des jeunes. Les territoires ruraux n'attirent pas les jeunes car ils souhaitent beaucoup de dynamisme. Les villes moyennes ne sont connues des jeunes. De plus, la capacité d'hébergement du littoral ne correspond pas forcément aux attentes des jeunes. Effectivement, les hébergements proposés pour les jeunes sont collectifs donc il n'y pas d'offre d'hébergements individuels adaptés aux jeunes. La Basse Normandie dispose d'un bon réseau d'information qui est important et complet. Elle propose également de nombreuses activités.

Nous avons pu constater que les besoins de la demande sont les quasiment les mêmes que la segmentation des adultes. Ils souhaitent juste plus de convivialité. Ce qui est à noter est la grande proportion de non partants. Au niveau des pratiques touristiques, il faut retenir la très forte utilisation d'internet.

⁸ Source Carnet de route des 18-25 ans

PARTIE 3: ANALYSE CRITIQUE ET PISTES DE PROPOSITIONS

A. FORCE ET FAIBLESSE DU TOURISME DES JEUNES

LES ATOUTS DU TOURISME DES JEUNES

Les jeunes représentent un réel potentiel pour la France et donc pour la Basse Normandie si la région réussit à les attirer puisque les 18-25 représentent environ 10 % de la population française soit 6,5 millions de jeunes en France dont 60% partent en vacances. Car les jeunes français privilégient en premier le territoire national pour 85 % d'entre eux. Puis, les récentes crises mondiales ont permis de montrer que les jeunes sont les derniers à renoncer à voyager et les premiers à repartir.

Un argument important du tourisme des jeunes est surtout qu'ils deviennent ambassadeurs des destinations qu'ils découvrent lorsqu'ils sont jeunes. Il faut noter qu'ils sont le vivier du tourisme adulte de demain. Effectivement, s'ils découvrent une destination étant jeunes et qu'ils apprécient réellement ce séjour, ils reviendront plus tard en couple, en famille... De plus, si le premier départ en vacances s'effectue dans une région et que le jeune en garde un très bon souvenir, il retournera plusieurs fois sur ce lieu de séjour. C'est pourquoi que rater un premier départ en vacances est désastreux pour l'industrie du tourisme.

De plus, le tourisme des jeunes est non négligeable au niveau économique. Par manque d'études fiables et d'intérêt pour le secteur du tourisme des jeunes, il est difficile de mesurer l'impact économique de l'accès aux vacances des jeunes sur le territoire national. Ce manque d'informations va s'empirer puisque lors de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages de l'INSEE, l'accès aux vacances ne sera plus mesurer. Ce qui engendra un déficit de statistiques et de mesures sur le départ en vacances des Français, enfants et adultes. Cependant l'OMT donne des chiffres de la part des touristes jeunes dans les voyages internationaux de 14,6% en 1980 à 25% en 2005. L'OMT évaluait une croissance de près de 5% par an entre

2000 et 2004. Cependant le cabinet AVISO Conseil, lors d'une étude sur le tourisme des jeunes nous donne quelques chiffres sur l'intérêt économique porté à ce segment:

- 5,6 milliards d'euros, hors dépenses de voyage dont 72,2% du marché des jeunes européens.
- 92 millions de nuitées
- 9,2 millions de séjours
- Une durée moyenne de séjours intéressante car plus élevée que la moyenne générale

En terme de dépenses, les dépenses journalières peuvent paraître faibles en comparaison à celles des différents segments de touristes mais comme la durée moyenne du voyage est généralement plus longue, le niveau des dépenses se rejoint.

Les dépenses ne sont pas les seules différences de la façon de voyager des jeunes par rapport aux adultes. Leur façon de voyager n'est également pas la même. Et cela profite aux professionnels et donc aux territoires. L'avantage du tourisme des jeunes pour les professionnels est le fait que les jeunes ne voyagent pas seulement en période de vacances scolaires. Cela s'explique par le fait que les étudiants n'ont pas forcément les mêmes vacances que les scolaires ; les jeunes actifs sans enfants partent en dehors de la Haute Saison. Ceci permet une plus grande saisonnalité et donc contribuent à désaisonnalisier le tourisme. Ce qui est très profitable pour une meilleure qualité de l'emploi. Ensuite, les jeunes s'intéressent d'avantage à des régions délaissées par leurs aînés, ils participent à une meilleure répartition spatiale du tourisme. Un troisième avantage les jeunes partent dès qu'ils le peuvent. Ils ont une « culture des vacances » beaucoup plus prononcés que les autres touristes. Ce sont les derniers à renoncer aux vacances et les premiers à repartir.

Le tourisme des jeunes n'a pas que des atouts pour les professionnels et les territoires mais aussi pour les jeunes aux mêmes. Tout d'abord, qu'est-ce que la jeunesse? La jeunesse selon les sociologues est une phase de préparation à devenir adulte. Les sociologues nomment ceci comme la socialisation. Le sociologue Olivier Galland

définit la jeunesse dans son essai sur la Sociologie de la jeunesse comme le fait d' « entrer dans la vie adulte, et franchir des étapes sociales introduisant aux rôles adultes ». La jeunesse peut alors être vue comme un processus de construction statutaire et identitaire, de soi. Le projet de vacances peut être un facteur d'accélération du passage des rôles d'adolescents à ceux du monde adulte. Car partir en vacances en autonomie peut être une preuve de maturité, une preuve de pouvoir se prendre en charge. C'est une expérience en termes d'émancipation, d'affranchissement par rapport à leurs peurs et aux dépendances qu'ils peuvent entretenir avec leur entourage familiale. Cette expérience peut changer le regard qu'ils portent sur eux-mêmes et ainsi leur donner confiance en eux et avoir une meilleure image d'eux-mêmes. L'enjeu des vacances ne porte pas exclusivement sur la possibilité du départ, mais aussi sur la gestion du retour et les effets différés de l'expérience vacancière. Les vacances aident à la socialisation qui est définie également comme un processus d'apprentissage qui permet à un individu d'acquérir les modèles culturels de la société dans laquelle il vit et agit et donc facilite l'insertion dans la vie professionnelle.

En conclusion, les vacances des jeunes sont bénéfiques au niveau économique pour les territoires et les professionnels et au niveau social pour les jeunes.

LES LIMITES DU TOURISME DES JEUNES

Il existe des points négatifs du tourisme des jeunes. Tout d'abord, les jeunes sont souvent perçus avec une image négative concernant les professionnels du tourisme, essentiellement les hébergeurs mais aussi par la population locale. C'est pourquoi, le tourisme des jeunes a longtemps été délaissé par le secteur marchand car jugé peu rentable et source de nuisance. Les jeunes sont vus comme des éléments perturbateurs surtout lorsqu'ils voyagent en groupe au sein d'une clientèle familiale recherchant plutôt le repos et la tranquillité. La clientèle dite « traditionnelle » n'est pas toujours prête à cohabiter avec des jeunes. Les codes sociaux ne correspondent pas aux standards des adultes. Pour les hébergeurs, les jeunes représentent des sources d'ennui car ils sont bruyants, il faut les gérer, essentiellement quand ils sont en groupe. Ils les considèrent comme une nuisance pour les autres les clientèles touristiques. Ils craignent le bruit et des phénomènes de vol ou de drogue. L'image véhiculée de la « génération banlieue » génère une stigmatisation des publics aisément repérables dont les codes sociaux ne correspondent pas aux standards des adultes. Cette différence intergénérationnelle est parfois couplée d'une différence interculturelle (urbain-rural). Cette cohabitation de mondes qui se connaissent et se comprennent mal peut dégénérer en conflit. Certains acteurs n'échappent pas à ces craintes qui se traduisent parfois par des refus de vente aux clientèles jeunes surtout celles d'origine de grands ensembles urbains comme c'est le cas dans certains campings de Basse Normandie. Ce qui montre un non engagement des professionnels sur ce secteur et donc freinent l'accès des jeunes aux vacances. Mais pour beaucoup de professionnels, ils se sentent tout simplement démunis ne sachant pas comment intégrer la problématique dans leur activité. La problématique est la même pour les investissements nationaux et locaux autour de l'accueil de cette clientèle et du développement d'une offre véritable. De plus, les médias ne véhiculent pas forcément une bonne image des jeunes. Puis, il s'avère qu'au sein même des établissements, les équipes d'accueil et d'animation ne savent comment

réagir à quelques conflits que ce soit et se sentent en insécurité dès la présence de jeunes.

Outre l'image négative que véhicule les jeunes, la réglementation rend complexe l'accueil des jeunes.

L'organisation des séjours des jeunes et l'accueil en hébergement des jeunes sont rendus difficiles à cause de nombreux freins réglementaires. La réglementation en vigueur est très complexe à cause de beaucoup de textes qui sont successivement et régulièrement modifiés. Ce qui implique une veille très pointilleuse et régulière. De plus, la réglementation est souvent sur des points particuliers ce qui contribue à l'effet de dispersion. La sécurité dans les centres accueillant des enfants et des jeunes est une contrainte et une préoccupation très forte des dirigeants de ces établissements. Si l'établissement est soumis à l'agrément de jeunesse et sport, les normes sont très lourdes comme l'expliquent la plupart des dirigeants.

La difficulté du tourisme des jeunes règne aussi dans la méconnaissance du marché.

Il existe une connaissance du marché encore très faible car la prise en compte de ce secteur en tant que véritable marché n'est apparu que dans les années 90. La clientèle des jeunes a longtemps été négligée par les professionnels du tourisme. Il y a un réel manque de reconnaissance du secteur. Jacques Chauvin le précisait en 2003 : « si nos institutions administratives ont bien défini leurs champs de compétences respectifs en matière de séjour, aucune d'entre elles n'a en charge spécifiquement la population des jeunes, soit, globalement les 16-25 ans. Les vacances collectives pour mineurs sont sous l'autorité du ministère de la Jeunesse, de l'Education nationale, le tourisme pour adultes et familles sous celle du Secrétariat d'Etat au Tourisme. Il est donc facile de rattacher à leurs ministères de tutelle les vacances pour les mineurs ou celles des familles. Et les jeunes ? Personne n'est en mesure de préciser de qui ils dépendent. » Donc l'absence de prise en charge par une institution administrative rend encore plus difficile l'évaluation du secteur. De plus, il est difficile de trouver des statistiques et des informations fiables en ce qui concerne le tourisme des jeunes. Il est difficile de trouver des études qui ne sont pas

trop sectorielles. Ceci va être de pire en pire car il est à noter que l'accès aux vacances des enfants et des jeunes n'est plus évalué aujourd'hui. L'enquête de l'INSEE sur ces données n'est plus réalisée depuis 2004. On ne dispose plus d'informations et statistiques fiables sur ce sujet. Les études habituelles sont focalisées sur les non-partants et/ou axés sur des logiques parentales au sein duquel le jeune n'est pas le sujet mais l'objet.

Le manque de reconnaissance du secteur a conduit à un manque d'investissement sur ce marché.

Il existe un réel manque d'infrastructures pouvant accueillir les jeunes sur le territoire français. La création d'accueil au cours des 15 dernières années s'est révélée nettement insuffisante au regard de la demande. Il y a une disparité entre les différentes métropoles régionales. Certaines sont en mesure d'accueillir le tourisme des jeunes alors que d'autres ne le sont pas. A Caen, il y a une auberge de jeunesse située en dehors du centre ville et qui n'ouvre qu'en haute saison. Cela montre le manque de l'offre.

Pour résumer, les limites du tourisme des jeunes se trouvent dans l'image négative que dégagent les jeunes, dans la réglementation complexe, dans le manque de reconnaissance du secteur et dans le manque d'infrastructures d'accueil.

B. FORCE ET FAIBLESSE DE LA REGION BASSE NORMANDIE

LES ATOUTS DE LA REGION BASSE NORMANDIE

La Basse Normandie dispose de plusieurs atouts pour développer le tourisme des jeunes. Tout d'abord, cette région possède une notoriété exceptionnelle. Lorsque la région La Normandie est évoquée à un étranger, celui-ci en a déjà entendu parler et s'est à peu près la situer. Cette notoriété est due essentiellement aux plages du débarquement donc à l'histoire.

La région possède une situation géographique favorable. Elle n'est seulement à 6h00 de transport maritime de l'Angleterre, à 2h00 de Paris en transport ferroviaire et elle est frontalière à la Bretagne. Ceci est favorable pour un tourisme de proximité et donc de courts séjours. Le tourisme de proximité est favorisé par le contexte économique actuel. La crise économique a favorisé pour cette saison des séjours de proximité ce qui favorise la Basse Normandie avec la proximité de la région parisienne et de l'Angleterre.

Son territoire est un atout favorable pour le tourisme des jeunes puisqu'il combine le littoral, le bocage normand et 3 parcs naturels.

L'histoire de la Basse Normandie est très riche avec le débarquement des alliés en 1944, le règne de Guillaume le Conquérant et la Reine Mathilde et l'époque des grands Ducs de Normandie.

La Basse Normandie dispose de nombreux atouts touristiques et donc favorable au tourisme des jeunes.

LES LIMITES DE LA REGION BASSE NORMANDIE

D'après une étude effectuée par le CRT de Normandie, la Basse Normandie est perçue comme de l'ennui. La région subit un manque de fun, de dynamisme et reconnue comme proposant peu de réjouissance. Les jeunes associent la région à son climat: gris et maussade. En comparaison à la population du Sud de la France, les Bas Normands sont vus en première impression comme des personnes non accueillantes et rustres. La région est également associée comme une région d'anciens, ceci est du à l'importance de cars de personnes âgées venant visiter la Basse Normandie et les personnes retraités qui viennent s'installer dans la région. De plus, Deauville monopolise l'attention des jeunes sur la Basse Normandie. Cette ville semble concentrer toutes les possibilités de « s'éclater » sur le territoire. Pour les Français venant des autres régions, Deauville ne représente pas du tout la Basse

Normandie puisqu'ils ne l'associent pas du tout au territoire Bas normand. Une fois au courant que la Deauville fait parti de la Basse Normandie, ils associent Deauville comme étant la seule ville où il y a la possibilité de s'éclater. Cependant, le climat est un frein majeur pour le tourisme et en particulier le tourisme des jeunes qui recherchent essentiellement le soleil. Pourtant, l'ensoleillement est de 1700 heures en moyenne par an. Le climat : la pluie : vue par les uns comme une véritable plaie, associée aux jours de grisailles interminables, un handicap au tourisme ; et par les autres comme une sorte de vie et de spécificité normande qui a le mérite de s'opposer au touristiquement correct du Sea, Sex and Sun.

Le transport est une difficulté supplémentaire. Notamment avec les embouteillages sur l'A13 surtout en période estivale ou de grands week-ends. De plus, si les jeunes sont les plus consommateurs de transports collectifs, une fois sur place, le réseau de transport local n'est adapté au tourisme. Même dans l'autre manche, l'image de la Basse Normandie est assimilée à un manque d'activités et d'une destination pour « vieux ». Cette mauvaise image de la Basse Normandie peut être un facteur essentiel dans la décision des jeunes à choisir cette destination. Effectivement, il est montré que pour les plus jeunes, la réputation de la région (animation, offres, activités) est un facteur de choix important surtout par le bouche à oreille avec l'image véhiculée par l'expérience des proches qui influe sur la décision, internet et les expériences partagées (forums, sites sociaux...) peuvent susciter l'envie et enfin, les films et la communication peuvent susciter la curiosité mais ne semblent pas être véritablement déclencheurs. Malgré la notoriété de la Normandie, le territoire, en lui-même, est très mal connu, les départements ne sont pas connus en plus des sites touristiques. Les touristes savent situés la région mais ne connaissent pas l'intérieur de la région. Le Mont Saint Michel n'est pas assimilé à la Normandie mais à la Bretagne. Il existe une absence de mise en avant des terres normandes qui nuit à leur image. Car cela projette un sentiment d'une absence de dynamisme, de vie et d'animation. Pour les jeunes, la Normandie leur offre un tourisme calme et reposant. Pour eux il s'agit d'un tourisme « d'adultes ». Pourtant, les jeunes ont tous les mêmes attentes : « une région qui doit s'adresser non pas à leur partie adulte mais plutôt prendre en compte qu'il s'agit encore des jeunes ». D'après une étude du CRT

de Normandie, la faiblesse du tourisme des jeunes restent surtout l'image de la Basse Normandie. D'après un jeune parisien : « A la télé on ne voit que le camembert et les autochtones ». La Basse Normandie est perçue comme une région sans dynamisme et comme région traditionnelle, sans modernisme. « On a l'impression que tout est concentré dur le littoral et que dans les terres, il n'y a rien ». Les jeunes regrettent tous le manque d'animation sur les plages du littoral bas-normand. Ils reprochent aussi le manque d'information sur les différentes activités de la région.

De plus, de nouveaux concurrents touristiques sont apparus. Les destinations Low-Cost et TGV permettent des courts séjours sur des destinations plus lointaines ce qui peut provoquer une baisse de la fréquentation des jeunes. Le manque du TGV en Basse Normandie est une faiblesse reconnue par l'ensemble des touristes.

	Menaces	Opportunités
Tourisme « Calme »	<i>Ne peut se projeter pour un séjour à long terme</i>	<i>Offre la possibilité de se reposer, d'enlever le stress, idéale pour les courts séjours</i>
Le climat	<i>Image d'une région à fort taux pluviométrique</i>	<i>Un climat tempéré et doux toute l'année mais avec un bon ensoleillement = 1700 heures de soleil en moyenne par an.</i>
Proximité de l'Angleterre	<i>Une insuffisance maîtrise des langues</i>	<i>Marché potentiel</i>
Diversité de l'environnement	<i>Grande variété de pratiques de vacances</i>	<i>Image de la Normandie « vieille » et « molle » Image moins attractive que les régions du Sud de la France</i>
Proximité Ile de France	<i>Embouteillages lors des grandes vacances et grands week-ends. Pas de dépaysement car fréquentation forte de la population francilienne.</i>	<i>Marché potentiel</i>
Deauville	<i>La Basse Normandie est une destination très seulement représentée par attractive, d'image Deauville. La notoriété de dynamique. Deauville monopolise l'attractivité de la région.</i>	
Tourisme des jeunes	<i>Des destinations concurrentes</i>	<i>Un marché prometteur</i>
Tourisme de nature	<i>Peu connu en Basse Normandie</i>	<i>Autre forme de tourisme</i>

Tourisme littoral	<i>Cache les autres formes de tourisme</i>	<i>Attire beaucoup de touristes</i>
La Bretagne	<i>Destination concurrente, Proximité, possibilité de sont déjà positionné sur le marché des jeunes</i>	<i>combiner Bretagne / Basse Normandie</i>

En conclusion, la région a une image peu incitative pour le tourisme par un accès difficile (embouteillage et trajet en train long), un climat peu engageant, une fréquentation forte de la population francilienne donc peu de dépaysement et une région onéreuse, perçue comme une destination pour les clientèles aisées. De plus, les jeunes ne sont pas forcément bien acceptés dans la région.-

C. QUELLES STRATEGIES PEUT-ON ADOPTER CONCERNANT LE TOURISME DES JEUNES ?

Si le tourisme des jeunes est un axe stratégique pour le développement touristique d'un territoire, il appelle un travail important à l'adaptation de l'offre en termes d'hébergement, de transport, d'équipements. Il apparaît nécessaire de mettre en place une politique globale à propos du tourisme des jeunes sur le territoire de la Basse-Normandie. Plusieurs pistes de propositions sont à envisager.

➤ Améliorer la diffusion et l'accessibilité de l'information aux jeunes

Il est nécessaire d'améliorer l'information touristique au niveau régional à destination de ce segment de clientèle en accordant une place importante à Internet, facilitant le passage de l'information à la réservation. L'information touristique doit s'orienter vers les non Bas Normands pour les inciter à venir passer un séjour en Basse Normandie et mais pour les faciliter dans leur recherche et la réservation d'hébergements et d'activités. Ce type d'informations peut passer par Internet qui est le moyen le plus efficace et pratique du point de vue des professionnels et des usagers. L'information doit également s'adresser aux Bas-Normands sur les possibilités de tourisme dans leur région. Les premiers départs s'effectuent généralement à proximité du domicile ce qui rend la clientèle Bas Normande une clientèle potentielle au tourisme des jeunes. De plus, si un départ en vacances sur une destination lointaine ne peut s'effectuer pour raisons financières, un court séjour sur une destination de proximité peut éventuellement s'envisager si les jeunes Bas-Normands ont accès à l'information des activités et hébergements accessibles dans leur région. De plus, si les jeunes Bas-Normands connaissent leur région, ils peuvent par la suite devenir des ambassadeurs de leur région en vantant les mérites de celle-ci.

Pour mieux diffuser l'information, il faut pouvoir la collecter plus facilement. Or, la professionnelle du CIDJ, Mme Wallecan, précise que les professionnels du

tourisme ne sont pas coopératifs envers les professionnels de l'information. Pour eux, il n'est pas nécessaire de communiquer auprès de ces organismes. Alors que ce sont ces organismes qui sont les plus aptes à être à fournir l'information aux jeunes.les p

Pour conclure, pour développer le tourisme des jeunes, il faut pouvoir mieux collecter, diffuser et rendre accessible l'information pour les jeunes.

✖ Développer les aides aux départs en vacances

Beaucoup de jeunes sont exclus des vacances. Pour contrer cela, il existe beaucoup de dispositifs d'aides aux départs en vacances. Il est important de repenser ces aides et de mieux les coordonner à l'intérieur de la région. Ces aides aux départs en vacances ne sont pas seulement financières mais se situent aussi dans l'accompagnement de projet, c'est-à-dire la préparation avant le départ, l'organisation pendant le séjour et l'accompagnement du retour des vacances. Ces dispositifs sont reconnus comme un véritable moyen d'augmenter les départs en vacances. C'est important pour la Basse Normandie de mettre en place des dispositifs d'aides aux départs afin de favoriser les départs de Bas Normands en favorisant la Basse Normandie. Ainsi les professionnels et aux différents territoires en profiteront.

Afin de développer les dispositifs d'aides aux départs en vacances, il est nécessaire de former les professionnels des différents organismes à l'accompagnement de projets de vacances. Effectivement, il est nécessaire que les professionnels sachent mettre en place ce genre de dispositifs, aider les jeunes dans la mise en place de projets, savoir reconnaître le besoin des jeunes et suivre le dispositif du début à la fin.

Les aides aux départs en vacances sont d'excellents moyens de favoriser le tourisme des jeunes sur le territoire. Elles sont aussi des aides financières. Pour améliorer les aides financières, cela peut s'effectuer en étendant les chèques vacances pour les jeunes actifs. Effectivement, si les jeunes actifs sont dans des emplois précaires (CDD, intérim..), ils n'ont pas le droit aux chèques vacances. Rendre le chèque vacance accessible à ces jeunes leurs permettrait de partir plus facilement. Pour développer ces aides aux vacances, il est possible d'inscrire dans la

politique de tourisme de la Région, une politique de développement des vacances en incluant la mise en œuvre de politiques publiques ciblées d'aide aux départs.

➤ **Intégrer une approche quantitative et qualitative du marché**

Effectuer une approche quantitative et qualitative du marché permet de mieux comprendre les comportements touristiques des jeunes et ainsi de mieux appréhender le marché du tourisme des jeunes. L'approche qualitative peut se faire en renforçant les outils d'études et d'analyse et ainsi interroger les jeunes sur leurs attentes et le déroulement de leur séjour en Basse-Normandie.

➤ **Sensibiliser les acteurs du tourisme et la population locale au segment des jeunes**

Les professionnels et la population locale ont une image très négative des jeunes vacanciers. Le tourisme des jeunes peut se développer seulement en contrant cette image. Une campagne de sensibilisation envers cette clientèle peut enlever les préjugés et les craintes vis-à-vis des acteurs du tourisme. Par exemple, un hébergeur sensibilisé à l'accueil des jeunes acceptera plus facilement de les recevoir et sera plus apte à soutenir cette clientèle vers la population locale. En plus de sensibiliser, il est important de soutenir les équipements qui se tourneraient vers une offre aux jeunes en respectant un cahier des charges, une démarche qualité en matière d'accueil, d'hébergement et d'animations. Les professionnels se sentiront encadrés et soutenus et les jeunes mieux accueillis.

Afin de valoriser les initiatives des professionnels envers cette clientèle pourquoi ne pas organiser un prix d'innovation en matière de tourisme des jeunes? Les professionnels se sentiront valoriser par leur démarche et donc plus entreprenant vis-à-vis de ce segment de clientèle.

➤ **Promotion et communication sur la région avec une campagne adaptée aux jeunes.**

La stratégie de promotion et de communication devrait se diriger vers les jeunes français et aussi les jeunes étrangers. En effet, la Basse-Normandie se trouve à

proximité du Royaume Uni, de la Belgique et des Pays Bas. C'est une destination à fort potentiel pour les jeunes étrangers mais elle est souvent considérée comme ne répondant pas aux attentes de ces clients. D'après une étude du CRT Basse Normandie, les jeunes étrangers qui sont déjà venus en Basse Normandie étaient soit de passage soit pour une réunion de famille. Une campagne de promotion et de communication devrait contrecarrer l'image d'une Basse Normandie enclavée et figée. La campagne de promotion et de communication peut porter sur le dynamisme de la région mais aussi sur une visibilité plus importante de villes moins connues que Deauville. Cette campagne doit susciter l'envie et changer l'image de cette région. Afin d'attirer les jeunes, il est important d'utiliser des outils interactifs comme des photos ou des animations.

✖ Améliorer l'offre

Concernant l'hébergement, l'offre doit être améliorée sur la quantité de la capacité d'accueil. Il est important d'augmenter la capacité d'accueil afin de répondre à la demande. Une incitation à développer une offre d'hébergement abordables et répondant aux attentes des jeunes auprès des professionnels est nécessaire pour développer ce type de tourisme. Ajuster l'offre d'hébergement signifie s'adapter à l'offre « jeunes » qui est souvent décalée par rapport à la pratique. L'accès des jeunes aux vacances indique la constitution de structures d'hébergement répondant à leur attente. Les hébergements dédiés aux jeunes (auberges de jeunesse, centres internationaux de séjours...) correspondent à des séjours de découverte, d'itinérance. Les jeunes les choisissent pour ce type de séjours. Dans les enquêtes de pratiques des vacances, les jeunes avouent choisir l'hôtel en première position. Pourtant, les professionnels continuent à avoir une réticence auprès de cette clientèle dite bruyante et incapable de cohabiter avec la clientèle adulte. Il est donc nécessaire de mettre en place des hébergements répondant aux attentes des jeunes.

L'accueil des jeunes est un élément important dans leur séjour. Les professionnels doivent être formés à l'accueil de segment de clientèle.

Au niveau de la politique publique des transports, l'amélioration de la circulation entre les villes permet de faciliter les déplacements des jeunes qui privilégient les

transports en commun et ainsi augmenter la durée de séjour. Améliorer l'offre facilite l'accessibilité de la Basse Normandie et des pôles touristiques.

Un des éléments les plus importants dans l'amélioration de l'offre est de développer l'événementiel sur le territoire Bas-Normand afin d'attirer les jeunes. Les jeunes sont très friands des festivals, évènements sportifs, fêtes. Les régions attirantes les jeunes proposent de nombreux évènements tels que ceux-ci comme l'Aquitaine avec des festivals de musique, des compétitions de sports nautiques et les férias. Il est nécessaire de proposer des animations vivantes et non seulement tournées vers l'histoire.

➤ **Anticiper et gérer les comportements incivils des jeunes vacanciers**

Afin de faciliter la cohabitation des jeunes avec la population locale, les professionnels et les autres clientèles, les comportements incivils des jeunes doivent être anticipé et géré. Ceci peut être géré par la mise en place d'un plan. L'enjeu porte sur la mise en œuvre d'un plan tel que PAJECOT, associant tous les acteurs et tous les services dans les domaines de la communication, du transport, de l'accueil et de l'animation. Ce plan peut s'articuler sur la mise en place d'un système de veille sur les phénomènes conflictuels et violents, sur la prévention des risques et la mise en place de procédures pour la gestion des conflits. Le système de veille permet d'identifier les bonnes pratiques dans le cadre de la gestion des ces problèmes et de mesurer l'efficacité de ces mesures.

En conclusion, le tourisme des jeunes est un réel potentiel économique pour la Basse Normandie. Le tourisme des jeunes est un secteur à privilégier car ce sont les touristes adultes de demain. Le tourisme des jeunes n'est pas seulement favorable au territoire et aux professionnels mais aussi aux jeunes eux-mêmes. C'est un moyen de socialisation. Les points négatifs du tourisme des jeunes sont l'image négative qu'il dégage. Il y a une réelle mauvaise connaissance du marché et un manque d'infrastructure.

Les atouts de la Basse Normandie sont les différents attraits du territoire avec le littoral, la campagne et ces différents sites touristiques. Par contre, elle bénéficie

d'une mauvaise image en termes de climat et de dynamisme. Puis, la notoriété de Deauville cache les autres atouts de la région.

Afin de développer le tourisme des jeunes, différentes actions sont à mettre en œuvre. Plusieurs pistes de propositions ont été évoquées précédemment, cette liste n'étant bien évidemment pas exhaustive.

Récapitulatif des différents axes



Réalisation : Charline FERAL

CONCLUSION

Le tourisme des jeunes a longtemps négligé par les institutions et les professionnels du tourisme tant en termes de politique que d'études sur le marché. Il est donc difficile de connaître les politiques, l'offre et la demande. Cette non-préoccupation a tendance à s'inverser depuis quelques années. En effet, de nombreux acteurs du tourisme se sont rendu compte de l'importance à accorder à ce segment en terme économique et dynamisme du territoire. Le tourisme des jeunes est un réel potentiel économique pour la Basse Normandie. Les acteurs du tourisme ne sont pas les seuls à se rendre de l'importance des vacances pour les jeunes, les travailleurs sociaux également. Le tourisme des jeunes est un secteur à privilégier car ce sont les touristes de demain. Il n'est pas seulement favorable au territoire et aux professionnels mais aussi aux jeunes eux-mêmes. C'est un moyen de socialisation. Effectivement, partir en vacances est un moyen de lutter contre la délinquance et l'exclusion. C'est pourquoi il est important de développer ce tourisme pour le territoire Bas-Normand. Mais il est également important de favoriser les départs en vacances de Bas-normands et leur permettent ainsi de partir en vacances sur ce même territoire.

Nous avons pu voir les différentes actions à entreprendre pour développer le tourisme des jeunes sur la Basse Normandie. Pour entreprendre ces actions, il est nécessaire que la région Bas Normande adopte une réelle politique du tourisme des jeunes. Il est aussi important de travailler en collaboration avec les autres acteurs du tourisme et les travailleurs sociaux.

Les jeunes sont un véritable enjeu touristique pour la Basse Normandie à intégrer dans les politiques régionales du tourisme. Mais d'autres politiques sont à développer au sein de la Basse Normandie. Notamment les seniors qui sont un marché potentiel. Les seniors doivent également bénéficier d'aides aux départs en vacances. L'avantage des seniors est qu'ils voyagent souvent avec leurs petits enfants. Et les enfants sont les futurs touristes jeunes et adultes. Le plus important n'est-il pas de développer tous les segments de clientèle ?

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages/rapports :

Le tourisme des jeunes : analyse stratégique du marché, ODIS France, Paris, Collection Guide des savoir faire, 2005

Le tourisme des jeunes (16-25 ans), Les cahiers Espaces n°77,

Le tourisme des jeunes, Documentation française,

Carnet de route des 18-25 ans, ODIS France, Paris, Collection Développement touristique, 2007

HILAIRE Marie-Magdeleine, *L'accès aux vacances des jeunes un impératif social et un enjeu économique majeur pour le tourisme de demain*, Conseil national du tourisme, Février 2008

Articles Périodiques :

MONFORTE Isabelle, Les jeunes et leurs vacances : image des vacances et accès à l'autonomie, *L'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes*, Octobre 2003, n°6

MONFORTE Isabelle, Les vacances des 5-19 ans, *L'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes*, Octobre 2006, n°17

MONFORTE Isabelle, Les aides au départ dans l'enquête vacances 2004, *L'observatoire des vacances et des loisirs des enfants et des jeunes*, Juillet 2007, n°18

Congrès :

Les 6^{ème} Rendez-vous de l'UNAT, n°6, 2009, Obernai

Sites Internet :

Législation Française, <www.legifrance.gouv.fr<

Ministère du tourisme, <www.tourisme.gouv.fr<

Conseil régional de Basse Normandie, <<http://www.cr-basse-normandie.fr><

Ministère de la Jeunesse et des sports et de la vie associative, <www.jeunesse-sport.gouv.fr<

UNAT, <www.unat-asso.fr<

Conseil régional de Bretagne, <www.breizhtrotters.com<

Bureau international du tourisme social, www.bits.org