

Le tourisme social **Bilans, enjeux et perspectives**

Charles-Étienne Bélanger

Volume 18, Number 3, Fall 1999

Le tourisme dans tous ses états

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071854ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071854ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Bélanger, C.-É. (1999). Le tourisme social : bilans, enjeux et perspectives. *Téoros*, 18(3), 53–57. <https://doi.org/10.7202/1071854ar>

LE TOURISME SOCIAL

BILANS, ENJEUX ET PERSPECTIVES

Charles-Étienne Bélanger

Au cours des dernières décennies, le phénomène du tourisme a pris une telle ampleur qu'on en est venu à parler d'industrie du tourisme, voir de géant économique des années 2000. Si ce fait est bien reconnu, on oublie souvent d'évoquer les raisons qui ont permis à ce secteur d'activité de connaître une croissance aussi remarquable. De plus, comme plusieurs ne considèrent le tourisme que sous l'angle économique, il est d'autant plus facile d'évacuer les dimensions sociales qui sont pourtant au cœur de l'expérience touristique. Parmi ces dimensions se trouve justement un des faits marquants de l'évolution du tourisme : le tourisme social.

Plus qu'un concept ou une philosophie, le tourisme social est une réalité qui a marqué et marque encore le développement du tourisme et qui est porteur d'une vision humaniste pouvant répondre aux attentes d'une grande partie des voyageurs et des vacanciers. Aussi, convient-il de présenter un bref rappel historique sur les origines du tourisme social, ainsi qu'un bilan des principales réalisations du domaine, avant de pouvoir identifier les nouveaux enjeux et dégager certaines perspectives pour les prochaines années.

RAPPEL HISTORIQUE

Le tourisme social est né d'une exigence éthique portée par une revendication militante dont la légitimité repose sur l'affirmation d'un droit, le *droit au tourisme*, qui constitue le prolongement naturel du droit au travail et de son corollaire, le droit au repos, aux congés payés et donc aux vacances.

C'est en Europe, sous la pression des mouvements ouvriers, que furent adoptées les premières législations : en France, par exemple, en 1936, le Front Populaire

accordait à tous les salariés deux semaines de congés payés. La mise en place des congés payés et le développement des loisirs dans un pays comme la France auront des répercussions à l'échelle internationale, mais il faudra attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale avant qu'apparaisse dans certains pays une politique sociale du tourisme. Cette politique, qui conditionne la propre existence du tourisme social, impliquait une volonté d'affecter des fonds publics à des actions destinées à faciliter l'accès aux vacances par des couches sociales qui n'avaient pas les moyens de partir en vacances ou qui ne trouvaient pas, dans le secteur commercial traditionnel, les prestations et les tarifs correspondants à leur niveau de revenus.

Les politiques sociales du tourisme se traduiront par des interventions dans deux grands champs d'activité, connus sous les vocables de *l'aide à la pierre* et *l'aide à la personne*. Dans le premier cas, il s'agit de l'aide au développement (construction, rénovation et modernisation) d'équipements et d'infrastructures alors que, dans le second, les mesures visent les personnes (faciliter les départs en vacances). Dans un cas comme dans l'autre, des formules

et des expériences novatrices verront le jour et permettront de mettre en pratique le droit aux vacances.

Enfin, soulignons que l'intérêt pour les loisirs et le tourisme donnera naissance à de multiples associations, coopératives et mouvements qui se regrouperont, d'abord à l'échelle nationale puis internationale, ce qui conduira à la création des premières fédérations nationales et internationales associées à la pratique d'activités – camping, caravanning, auberges de jeunesse – et au développement de programmes d'échanges éducatifs et culturels pour jeunes. C'est dans la même foulée que des organismes publics et privés se doteront d'un forum permanent pour débattre à l'échelle internationale des questions liées au tourisme social et que l'on créera, en 1963, le Bureau international du tourisme social (BITS).

EXPÉRIENCES ET RÉALISATIONS

Le moteur du tourisme social est différent d'une région du monde à l'autre, mais c'est sans contredit en Europe que l'on trouve les expériences les plus significatives, notamment en matière d'aide à la personne. En Europe de l'Ouest, et plus particulièrement en France, en Belgique et en Italie, ce sont les associations à but non lucratif, créées par des mouvements familiaux et des mouvements d'éducation populaire, qui ont surtout contribué, avec l'aide de l'État mais aussi des syndicats et des comités d'entreprises, au développement du tourisme social. Au cours de la période comprise entre 1950 et 1970, il y a donc eu création d'un important parc

d'hébergement touristique : villages de vacances pour répondre au besoin des familles, auberges et centres de jeunes, centres sportifs, etc.

Aujourd'hui, dans un pays comme la France, les chiffres sont impressionnants et nous permettent d'avoir un aperçu de l'importance de ce patrimoine : on dénombre près de 1 000 villages de vacances (300 000 lits) où séjournent annuellement deux millions de personnes et quelque 300 auberges de jeunesse (40 000 lits) qui reçoivent environ 800 000 jeunes dont la moitié provient de l'étranger. Il est important de souligner que près de 45 % des installations sont concentrées dans des zones rurales ou de moyenne montagne, là où il n'y a que très peu d'autres formes d'hébergement touristique. Cela souligne le rôle essentiel des associations de tourisme en matière d'aménagement du territoire et de création d'emplois.

Sur le plan de l'aide au départ, les exemples les plus connus sont sans aucun doute ceux de la Suisse et de la France où existe un système de « chèque-vacances ». En Suisse, c'est la Caisse de voyages REKA qui, depuis sa création en 1939, gère ce système, alors qu'en France, on a confié la gestion du chèque-vacances (créé en 1982) à un organisme public, l'Agence nationale pour les chèques-vacances (ANCV). Dans un cas comme dans l'autre,

le principe consiste à permettre à des travailleurs dont le revenu est inférieur à un certain niveau d'acquiescer les chèques à un prix plus bas que leur valeur réelle et de les échanger dans diverses entreprises prestataires de services touristiques, la différence étant assumée par l'entreprise ou l'organisme public qui les distribue. En France, on évalue actuellement le nombre de bénéficiaires à plus d'un million, ce qui contribue au départ en vacances de quatre millions de personnes par an, dont le tiers ne serait pas partis sans un tel apport financier. Le rôle social de l'ANCV se traduit également par le soutien au développement d'installations de tourisme à vocation sociale et familiale (y compris la petite hôtellerie et les campings), grâce à l'utilisation des excédents de gestion qui servent aussi à la création de « bourses vacances » pour des personnes défavorisées. En 1997, près de 16 000 personnes ont pu bénéficier de ces bourses, attribuées en collaboration avec des organismes sociaux ou des associations caritatives.

Bien que les réalisations les plus connues dans le domaine du tourisme social se situent en Europe de l'Ouest, plusieurs expériences dans d'autres parties du monde contribuent aussi à favoriser l'accès au tourisme et aux vacances pour le plus grand nombre. En voici un bref aperçu.

Au Canada, particulièrement au Québec, le tourisme social s'est aussi développé par

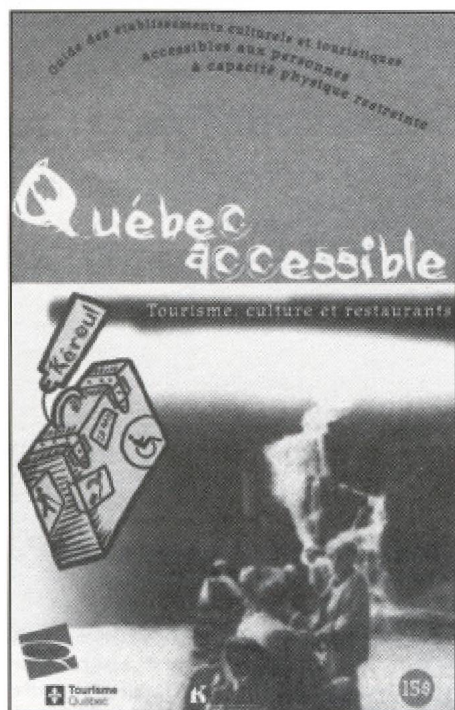
le biais d'associations à but non lucratif qui offrent des programmes et des séjours à divers types de clientèles. Tourisme jeunesse avec la promotion du réseau d'auberges de jeunesse et le réseau de bureaux-voyages en milieu académique, Kéroul avec ses programmes de formation et ses nombreuses actions pour le développement du tourisme des personnes à capacité physique restreinte, le Mouvement québécois des camps familiaux, la Fédération de l'âge d'or, l'Association des camps du Québec et la Fédération des Agricotours, connue pour la promotion de séjours dans les « gîtes du passant », sont parmi les exemples les plus concrets de ce qui se fait en matière de tourisme social au Québec. La différence entre les réalisations en Europe et en Amérique du Nord est importante, puisque l'État et les organisations syndicales nord-américaines n'ont jamais joué un rôle très important pour favoriser l'accès aux vacances.

Dans les pays anglo-saxons, comme le Canada et les États-Unis, les efforts de l'État pour rendre accessibles les loisirs et le tourisme au plus grand nombre se sont surtout manifestés par l'accès aux grands espaces naturels. À cet égard, les réseaux de parcs nationaux canadiens et américains constituent sans doute de bons exemples, sinon, il faut plutôt chercher du côté des fondations privées ou des œuvres caritatives d'origine religieuse pour voir certaines actions en matière de tourisme social.

En Amérique latine, le développement du tourisme social s'est réalisé sous diverses formes, que ce soit avec l'appui de l'État, d'institutions privées ou de syndicats. Au Mexique, par exemple, la direction du tourisme social au Secrétariat du tourisme (SECTUR) a mis de l'avant des programmes visant à promouvoir des vacances à des prix accessibles. C'est aussi cette même instance du gouvernement fédéral qui anime le Conseil national du tourisme social créé pour faciliter la coordination des actions mises de l'avant par les principaux acteurs du tourisme pour tous au Mexique. Parmi ceux-ci, se trouve l'Institut mexicain de sécurité sociale (IMSS) qui possède quatre grands centres de vacances où les familles et les jeunes peuvent bénéficier de séjours de vacances à de très bons tarifs. Il y a également le Congrès du travail et l'organisme public TURISSSTE qui offrent respectivement aux travailleurs syndiqués et aux employés du gouvernement fédéral des forfaits à des prix infé-



Las Claritas, aux portes de la Savane vénézuélienne et en attente d'un tourisme qui apporte quelque retombée à la communauté d'accueil (photo Lucie K. Morisset)



Le nouveau guide Québec accessible de Kéroul répertorie les services et attraits touristiques pour les personnes à capacité physique restreinte.

rieurs à ceux du marché. Enfin, il y a des organismes privés, comme Mundo Joven ou SETEJ, qui travaillent pour la clientèle jeunesse ou encore se spécialisent dans le développement de produits très populaires au Mexique comme les parcs aquatiques ou *balnearios*.

En Amérique centrale, les seules initiatives connues dans le domaine du tourisme social ont été identifiées au Nicaragua où, au cours des années 1980 les sandinistes ont développé des centres touristiques en bord de mer, et au Costa Rica, où il existe un réseau structuré de micro-entreprises touristiques ainsi qu'un programme de crédit-voyages pour travailleurs, géré conjointement par la Banque populaire et de développement communautaire et l'Institut de tourisme du Costa Rica.

Au Chili et en Colombie, le tourisme social s'est construit de manière significative grâce au développement des caisses de compensation familiales. Ces organisations à caractère privé et à but non lucratif fournissent des subsides en espèces aux enfants des travailleurs bénéficiaires. Les caisses d'allocations, financées par les apports des entreprises affiliées et le paiement des services fournis par les caisses à leurs membres, offrent des activités récréatives et touristiques dans divers types d'instal-

lations (centres de vacances et de loisirs, unités, notamment sportives et théâtres). En Colombie, plus de 34 % de la population du pays, soit 10 500 000 individus, sont affiliés aux caisses de compensation et l'on évalue à plus de sept millions les personnes qui utilisent les équipements de tourisme social.

Dans le plus grand pays d'Amérique du Sud, le Brésil, c'est davantage le secteur privé qui a joué un rôle prépondérant dans le développement du tourisme social avec, notamment, l'action d'organisations comme le *Servico Social do Comércio* (SESC). Ce dernier est actif dans tous les États du pays et il reçoit son financement des dirigeants du secteur commercial, lesquels contribuent pour 1,5 % de la valeur des salaires versés aux employés. Créé en 1946, le SESC fonctionne comme une agence socioculturelle qui compte 166 centres d'activité, à l'échelle nationale, fréquentés par quelque cinq millions de personnes annuellement. En outre, il possède 23 centres de vacances qui offrent des séjours à bas prix où l'on enregistre quelque six millions de nuitées chaque année. Enfin, il est important de signaler que le réseau d'auberges de jeunesse du Brésil est considéré comme étant le meilleur en Amérique latine.

Dans les autres régions du monde, le tourisme social s'est aussi développé, mais dans des proportions moins importantes qu'en Europe ou dans les Amériques. En Afrique, par exemple, c'est surtout dans les pays du Maghreb, comme le Maroc, l'Algérie ou la Tunisie, où l'on rencontre des installations de tourisme social qui appartiennent à des sociétés d'État, comme l'Office national d'électricité du Maroc, et où seuls les employés de ces sociétés et les membres de leur famille sont admis. En Asie, le tourisme social et populaire a quelques racines au Japon, où les grandes entreprises proposent à leurs salariés des séjours dans des villages de vacances, et en Chine, où des coopératives telles que la *China Co-op International Tour* offrent une gamme de services touristiques à leurs quelque 160 millions de membres...

Bien que ce survol des expériences de tourisme social à l'échelle mondiale soit incomplet, il nous permet de constater le rôle de premier plan que le tourisme social a joué dans le développement du tourisme en général, puisqu'il a permis à des millions d'individus dans le monde entier

d'avoir accès aux vacances et de vivre des expériences touristiques.

Au-delà de l'accessibilité, le tourisme social constitue un « facteur de développement et d'intégration » qu'il faut prendre en compte quand on fait un bilan global. Le tourisme social a été un facteur de développement socio-économique de plusieurs collectivités et a contribué largement, comme nous l'avons vu dans le cas de la France, à l'aménagement du territoire. En matière d'intégration, le tourisme social a aussi eu un apport significatif : il a favorisé l'intégration d'individus de toutes origines et de toutes appartenances sociales au sein de mêmes groupes de visiteurs et d'utilisateurs ; il a permis l'intégration, dans le produit touristique, de formules polyvalentes de voyage, d'hébergement et d'animation ainsi que d'acteurs multiples, et il a finalement rendu possible l'intégration, dans les horizons touristiques, d'espaces très diversifiés.

ENJEUX ET DÉFIS

Malgré les nombreuses réalisations que l'on peut attribuer au tourisme social, fondement essentiel de la politique sociale du tourisme de certains pays, de nouveaux enjeux se présentent et interpellent les acteurs engagés dans son développement.

Les enjeux actuels s'expliquent d'abord par le fait que, depuis quelques années, nous sommes entrés dans une phase de mutations importantes du tourisme social, tant dans les pays qui s'y sont toujours identifiés que dans les autres. En effet, jusqu'à la fin des années 1980, le tourisme était resté éclaté entre trois modèles dominants, à l'image de l'affrontement entre les blocs de l'Est et de l'Ouest, et la position intermédiaire de quelques pays d'Europe occidentale. Le professeur Jean Froidure (1997) décrit ainsi les trois modèles dominants :

Le modèle anglo-saxon, sur toile d'économie libérale : les actions destinées à faciliter l'accès aux vacances prennent principalement la forme d'aides privées ou sociales à la personne et passent surtout par des organismes caritatifs. Les structures d'accueil sont celles qu'offre un tourisme de masse à prix bas. On ignore la notion de tourisme social.

Le modèle des pays de l'Est, sur toile de fond d'économie socialiste entièrement

dirigée par l'État : les actions destinées à permettre l'accès aux vacances relèvent d'organismes sous contrôle de l'État. Il s'agit d'un tourisme social étatique.

Le modèle « ouest européen » et principalement franco-belge-italien, sur toile de fond d'économie de marché, accompagné par une vigoureuse politique sociale menée par les pouvoirs publics, en partenariat avec les associations et les organismes sociaux.

Or, la situation qui s'est créée depuis la fin des années 1980 se caractérise par la disparition de ce système tripartite puisque le modèle du tourisme social étatique s'est effondré en Europe de l'Est, le modèle franco-belge-italien subit des mutations profondes et, finalement, seul le modèle anglo-saxon continue à fonctionner sans grands changements, le système économique et le rôle de l'État ayant peu changé.

De ces mutations de l'environnement du tourisme social, trois tendances lourdes ont émergé :

- Le triomphe de l'idéologie libérale et de libre concurrence, avec un rôle réduit des États.
- La crise économique et l'impératif d'hypercompétitivité qui réduisent les recettes et les budgets de nombreux États et remettent en cause leurs politiques sociales.
- Le développement de sociétés à deux vitesses avec la montée du chômage, l'exclusion, les problèmes d'intégration des migrants et la précarisation de l'ensemble des salariés.

Ces tendances ont eu, à leur tour, un certain nombre d'effets directs sur le tourisme social :

- La quasi-disparition des aides publiques à l'investissement en raison des restrictions budgétaires et recentrage de la politique sociale sur l'aide aux plus démunis et aux exclus de la société duale ;
- Le nouvel impératif pour les associations, livrées à elles-mêmes, de se transformer en véritables entreprises à vocation sociales ;
- La nécessité pour les associations de se tourner vers de nouvelles clientèles solvables et non plus uniquement captives... avec, de ce fait, des critiques du



En Amérique latine, ce camp d'entraînement de guerrilleros s'est déguisé en site d'extraction de l'or : touristes locaux et internationaux y affluent depuis, pour le plus grand bénéfice de... Un autre exemple des défis que peut imposer le tourisme aux communautés d'accueil (photo Lucie K. Morisset)

secteur concurrentiel criant à la concurrence déloyale ;

- La hausse des tarifs pour compenser l'absence d'aide publique ;
- La limitation de l'aide sociale aux plus démunis.

Ces nouveaux enjeux posent des défis de taille aux acteurs du tourisme social et soulèvent de nouvelles questions. En considérant que les produits du tourisme social et commercial laissent apparaître de profondes convergences — les premiers cherchent à attirer un grand public et les seconds voient un créneau important dans les groupes à moindres revenus —, comment le tourisme social doit-il se positionner ou comment peut-il se démarquer ? En ce qui concerne le rôle de l'État, doit-on continuer à promouvoir une politique sociale du tourisme et à parler de « droit au tourisme », alors que le chômage et l'exclusion privent des millions de travailleurs de droits autrement plus fondamentaux ? Enfin, compte tenu de tous ces changements, doit-on redéfinir le tourisme social et, le cas échéant, sur quelles bases ?

LES PERSPECTIVES

Une partie des réponses aux questions précédentes se trouve dans le texte de la « Déclaration de Montréal » adoptée par le BITS à son congrès de 1996. Intitulé « Pour une vision humaniste et sociale du tou-

risme », ce texte constitue une sorte de mise à jour de ce que l'on entend aujourd'hui par tourisme social. On y considère en effet que ce n'est pas le statut des acteurs, mais les actions menées qui définissent le champ du tourisme social et que celui-ci peut aujourd'hui s'appuyer en priorité sur trois thèmes majeurs, à savoir l'épanouissement de l'être humain, l'accès aux loisirs touristiques pour tous et le respect des populations et des sites d'accueil. Ce triple objectif suppose toutefois un « tourisme de qualité » et une « qualité de gestion » pour être en mesure de répondre aux nouvelles exigences du public et maintenir une accessibilité rigoureuse.

Le thème de la qualité est une dimension fondamentale pour le positionnement du tourisme social. Puisque le tourisme commercial de masse offre des séjours à des tarifs de plus en plus accessibles, il en résulte que ce n'est peut-être pas tant sur la fonction économique que le tourisme social de demain se démarquera, mais davantage en offrant des vacances de qualité d'un type original. Il est intéressant à cet égard de constater l'importance du développement de ce qu'on appelle le tourisme alternatif sous ses diverses formes : agrotourisme, écotourisme, tourisme autochtone, etc. Ce type de tourisme comporte les ingrédients et les valeurs que le tourisme social véhicule et représente sans aucun doute une des nouvelles pistes de croissance.

La qualité est aussi à l'ordre du jour de plusieurs organisations qui ont mis en application des normes pour mieux orienter les consommateurs. Il en est ainsi de la Charte de qualité « Loisirs de France » qui a servi à classer les villages de vacances en fonction des loisirs et des services offerts, en fonction du site et de l'environnement et en fonction du logement. Au Québec, de telles expériences ont également été réalisées ou sont en voie de l'être avec les réseaux de camps de vacances, de terrains de camping et de gîtes touristiques.

Les perspectives pour le tourisme social semblent également prometteuses dans le contexte de développement de l'économie sociale, secteur auquel certains États prêtent maintenant une grande attention.

Dans la foulée du Chantier de l'économie sociale au Québec, un projet expérimental tente actuellement de définir les conditions dans lesquelles les représentants du vélo, de la randonnée pédestre ou à cheval, de la motoneige, du ski de fond et du canot, avec les partenaires publics, peuvent se concerter pour consolider leur activité et offrir une gamme de services pouvant contribuer au développement de sentiers récréotouristiques. L'entreprise d'économie sociale, faut-il le souligner, poursuit des objectifs de rentabilité sociale, tout en étant soumise aux mêmes contraintes de viabilité économique que les autres types d'entreprises d'économie privée lucrative et d'économie publique. Ce qui la distingue toutefois de ces entreprises, c'est un mode d'organisation spécifique, qui place ses objectifs sociaux sur le même pied que ses objectifs économiques, et aussi le fait qu'il s'agit d'un regroupement de personnes (et non d'actionnaires) où les membres ont un droit de vote et sont appelés à gérer un patrimoine collectif. Le rôle des coopératives et des associations en tourisme s'inscrit dans une telle dynamique.

Du côté de la demande, les créneaux traditionnels avec lesquels les acteurs du tourisme social travaillent depuis longtemps, à savoir les jeunes, les familles, les personnes âgées et les personnes handicapées, offrent aussi de nouvelles perspectives et nombreuses sont les organisations qui tentent de développer des produits et des services adaptés aux besoins spécifiques de ces clientèles. Au niveau du tourisme des jeunes, par exemple, la demande est en forte croissance pour tout ce qui

concerne les séjours linguistiques, les échanges culturels et les programmes de travail à l'étranger. Avec près de 20 % des arrivées internationales de touristes, plusieurs ont aussi compris qu'il s'agissait d'un créneau intéressant du point de vue économique.

De l'autre côté de l'échelle démographique, les perspectives sont tout aussi intéressantes puisque, avec le vieillissement des populations dans les pays industrialisés, l'augmentation de l'espérance de vie et l'âge atteint par un groupe très important et influent, celui des *baby-boomers*, le marché du tourisme du troisième âge est en plein essor. Enfin, après avoir été longtemps négligé, le tourisme des personnes à capacité physique restreinte attire maintenant l'attention d'un grand nombre d'acteurs intéressés par la taille de ce marché potentiel (évalué à plus de 25 millions de personnes aux États-Unis et à plus de 32 millions en Europe de l'Ouest).

En terminant, il faut souhaiter que le travail de sensibilisation réalisé par de multiples organisations gouvernementales et non gouvernementales puisse continuer à influencer positivement les administrations publiques et les entreprises privées à l'importance de développer un tourisme qui soit durable, bénéfique pour les communautés d'accueil et source d'épanouissement individuel et collectif. Le texte de la Déclaration de Montréal, adoptée par le BITS, et, plus récemment, l'approbation du Code mondial d'éthique du tourisme, lors de la dernière assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), nous rappellent ces objectifs qui devraient se trouver au centre de toute politique sociale en matière de tourisme.

Charles-Étienne Bélanger est directeur de la section des Amériques du Bureau international du tourisme social (BITS-Amériques).



BIBLIOGRAPHIE

Agence nationale pour les Chèques-vacances (1998). *Vacances pour tous, les enjeux de l'ANCV, Rapport Colloque*, 23 p.

Agence nationale pour les Chèques-vacances (1997). *Les vacances, facteur d'insertion sociale*, 147 p.

Blanpied, Jean, Hamet, François, et Moitrier Jean (1993). « L'aide à la personne », *La Gazette Officielle du Tourisme*, n° 1195, p. 5-8.

Bureau international du tourisme social et Secrétariat au tourisme du Mexique (1999). *Seminario Latinoamericano y del Caribe sobre Turismo Juvenil*, Memorias del Seminario de México, 202 p.

Bureau international du tourisme social et Conseil québécois du loisir (1999). *Tourisme et économie sociale : réalités et perspectives de développement*, Synthèse de session thématique.

Bureau international du tourisme social (1999). *Actes du Congrès du BITS 1998, Tourisme social — Tourisme d'avenir : nos réponses aux défis de demain*, 162 p.

Bureau international du tourisme social (1996). *Déclaration de Montréal - 1996 - Pour une vision humaniste et sociale du tourisme*, 31 p.

Cazes, Georges et Jolin, Louis (1997). « Le tourisme, facteur de développement et d'intégration ? Réflexions sur l'expérience du tourisme social », *Actes du Congrès du BITS 1996, Tourisme, facteur de développement et d'intégration*, n. p.

Froidure, Jean (1997). *Du tourisme social au tourisme associatif*, Paris, L'Harmattan, 190 p.

Kéroul (1995). *Le tourisme des personnes à capacité physique restreinte, un marché à connaître et à développer*, 17 p.

Lanquar, Robert et Raynaud, Yves (1991). *Le tourisme social et associatif*, PUF, 125 p., coll. Que sais-je ?, n° 1725.

Mignon, Jean-Marc (1997). *Le rôle des associations dans le développement du tourisme : comment tirer profit de l'expérience européenne*, Intervention à l'assemblée générale du BITS-Amériques, 9 p.

Tinard, Yves (1992). « Le tourisme social : un avenir ou un passé ? », *Espaces* n° 117, p. 37-51.