

LES FRANÇAIS ET LES COLONIES DE VACANCES : NOS JOURS HEUREUX ?

Conférence de presse

Embargo jusqu'au 7 juin 7 h

AGENDA

- Présentation de la Jeunesse au Plein Air
- Les colonies de vacances : les constats
- Présentation de l'étude Ifop : les Français et les colonies de vacances
- Bonne image et baisse des départs : comment agir ?

LA JPA

LA JEUNESSE AU PLEIN AIR EN CHIFFRES

- ❑ Depuis plus de 70 ans, la Jeunesse au Plein Air milite pour le départ de tous les enfants en vacances.
- ❑ La JPA fédère 43 organisations membres : organisateurs de séjours, syndicats, partenaires de l'école publique, organisations de jeunes, comités d'entreprise et collectivités territoriales.
- ❑ La JPA c'est aussi 95 comités départementaux et 14 unions régionales et 1 200 bénévoles pour agir au plus près des territoires.
- ❑ Chaque année grâce à la JPA et ses partenaires (ex. : l'ANCV, l'Agence nationale des chèques-vacances), 28 000 enfants peuvent partir en colonies de vacances, centres de loisirs et classes de découvertes.

NOS ACTIONS

Ce soutien aux vacances collectives est rendu possible grâce :

- ❑ à la **campagne de solidarité**, organisée tous les ans dans les établissements scolaires, sous l'égide du ministère de l'Education nationale. Cette campagne se donne pour objectifs de sensibiliser les enfants à la solidarité, à la citoyenneté et au droit aux vacances pour tous ;
- ❑ aux **partenariats** nationaux noués avec différents organismes (ex. : Agence nationale du chèque-vacances) et aux partenariats locaux (ex. : Caf, conseils départementaux, conseils régionaux, les municipalités...);
- ❑ à l'appel à la **générosité et au mécénat**.

NOS VALEURS

- ❑ L'engagement de la Jeunesse au Plein Air repose sur des valeurs de laïcité, de solidarité et de citoyenneté.
- ❑ Une même conviction réunit ses membres : l'école, la famille et les loisirs sont trois acteurs complémentaires de l'éducation de l'enfant.

LES COLONIES DE VACANCES : LES CONSTATS

DES CHIFFRES A LA BAISSE

- ❑ 1,3 million d'enfants accueillis en 2014/2015 en diminution (1,5 million en 2007/2008)
- ❑ 42 500 séjours en 2013/2014 en diminution (47 000 en 2007/2008)
- ❑ 9,2 jours en moyenne en légère diminution/2012-2013 (9,4 jours)

=> moins d'enfants

=> moins de séjours

=> moins longtemps

Source : Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports



DES INEGALITES ECONOMIQUES FACE AU DEPART

- ❑ 3 millions d'enfants ne partent jamais en vacances chaque année
- ❑ Dégradation du pouvoir d'achat des familles qui rend l'accès aux colonies de vacances plus difficile notamment pour les enfants des familles à revenus moyens (1 000 € à 4 000 € mensuels).
- ❑ A l'inverse, les enfants de familles à faibles revenus (moins de 1 000 € mensuel) ont vu leur taux de départ progresser.
- ❑ Celui des ménages bénéficiant de revenus élevés (plus de 4 000 € par mois), reste à un niveau important.



COÛT DES SÉJOURS : UN FREIN AU DÉPART

- ❑ Le coût des séjours atteint aujourd'hui 500 € en moyenne par semaine.
- ❑ Il n'est donc plus accessible à toutes les familles, notamment à celles qui ne bénéficient d'aucune aide (comité d'entreprise, commune, CAF, etc.).

=> L'augmentation du coût des séjours est un des facteurs de la baisse de la fréquentation des colonies



ACCÈS AUX AIDES ET A L'INFORMATION

- ❑ Des aides au départ existent mais elles s'adressent peu aux classes moyennes.
- ❑ Les aides sont décisives pour le départ mais souvent méconnues.

88%

des familles déclarent qu'elles n'auraient pas pu

faire partir leur enfant en séjour sans une aide ou une prise en charge partielle du coût du séjour (Ovlej 2011).



L'ÉTUDE IFOP



Les Français et les colonies de vacances

Sondage Ifop pour la Jeunesse au Plein Air

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Mathilde Moizo / Marion Chasles-Parot

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

Mai 2016



1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour la Jeunesse au Plein Air

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1509** personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

Méthodologie



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil

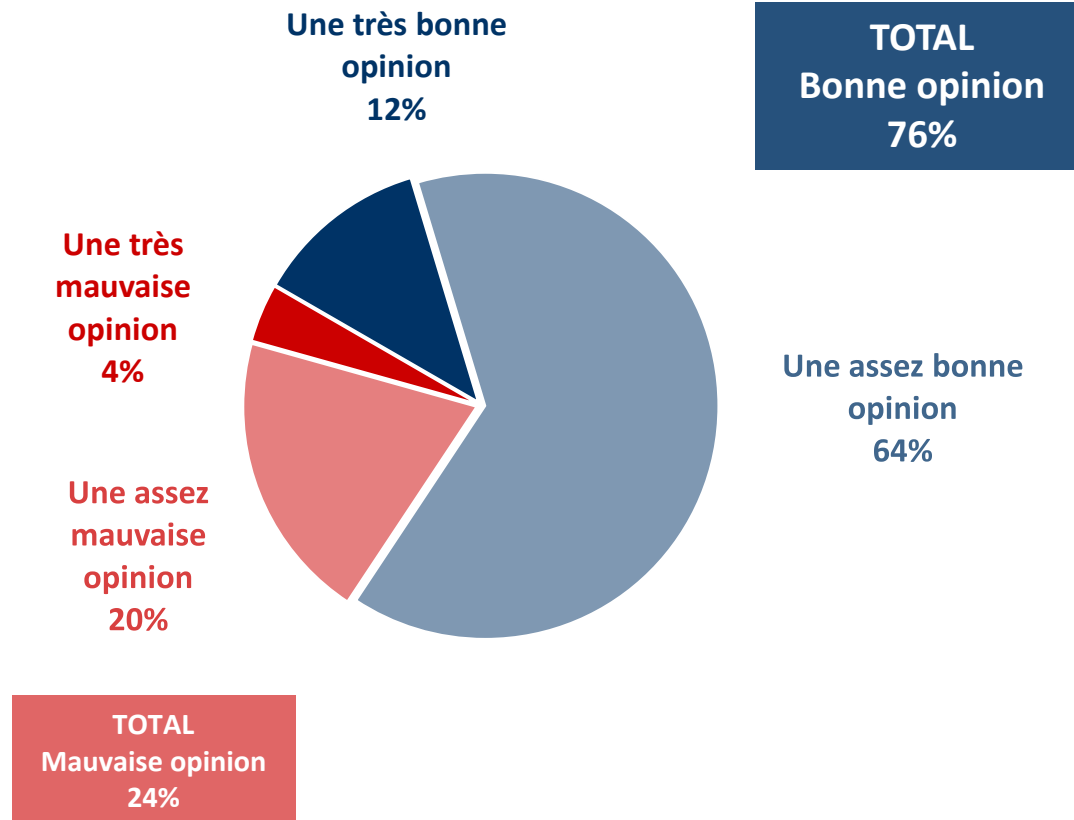


Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 23 au 25 mai 2016.

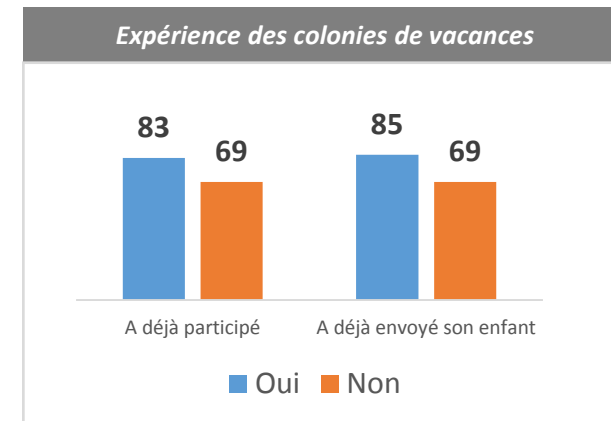
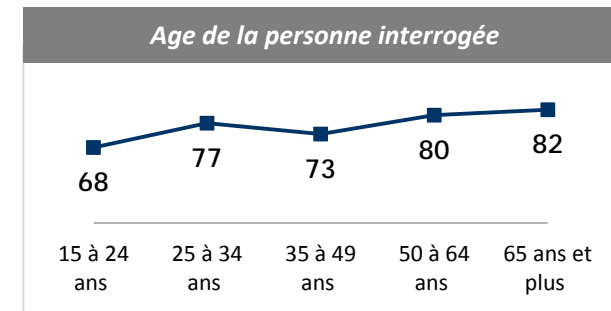
2 | Les résultats de l'étude

Une bonne image des colonies de vacances appréciée par 3 Français sur 4

QUESTION : Diriez-vous que vous avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion des colonies de vacances ?

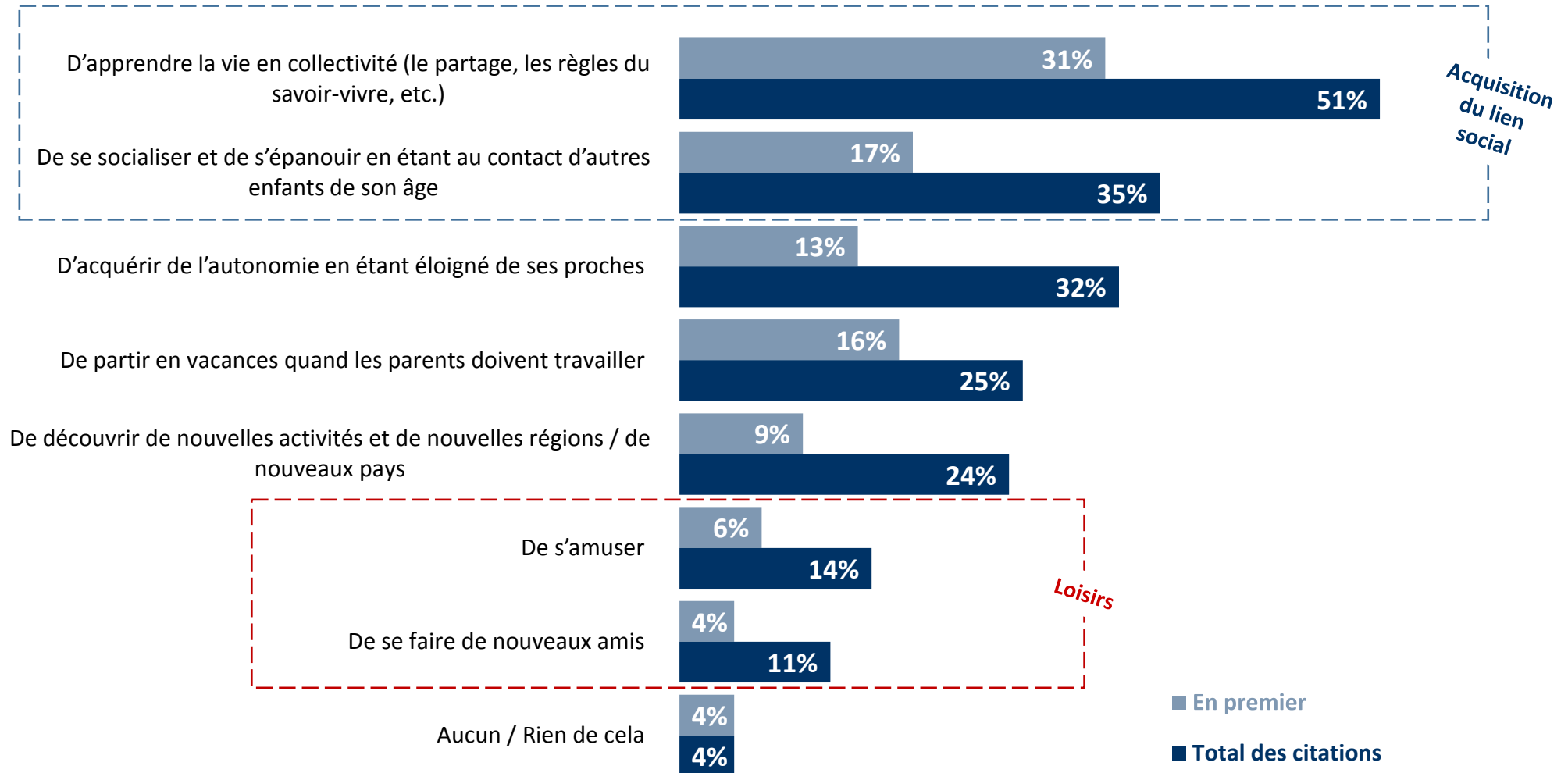


Focus : TOTAL « Bonne opinion »



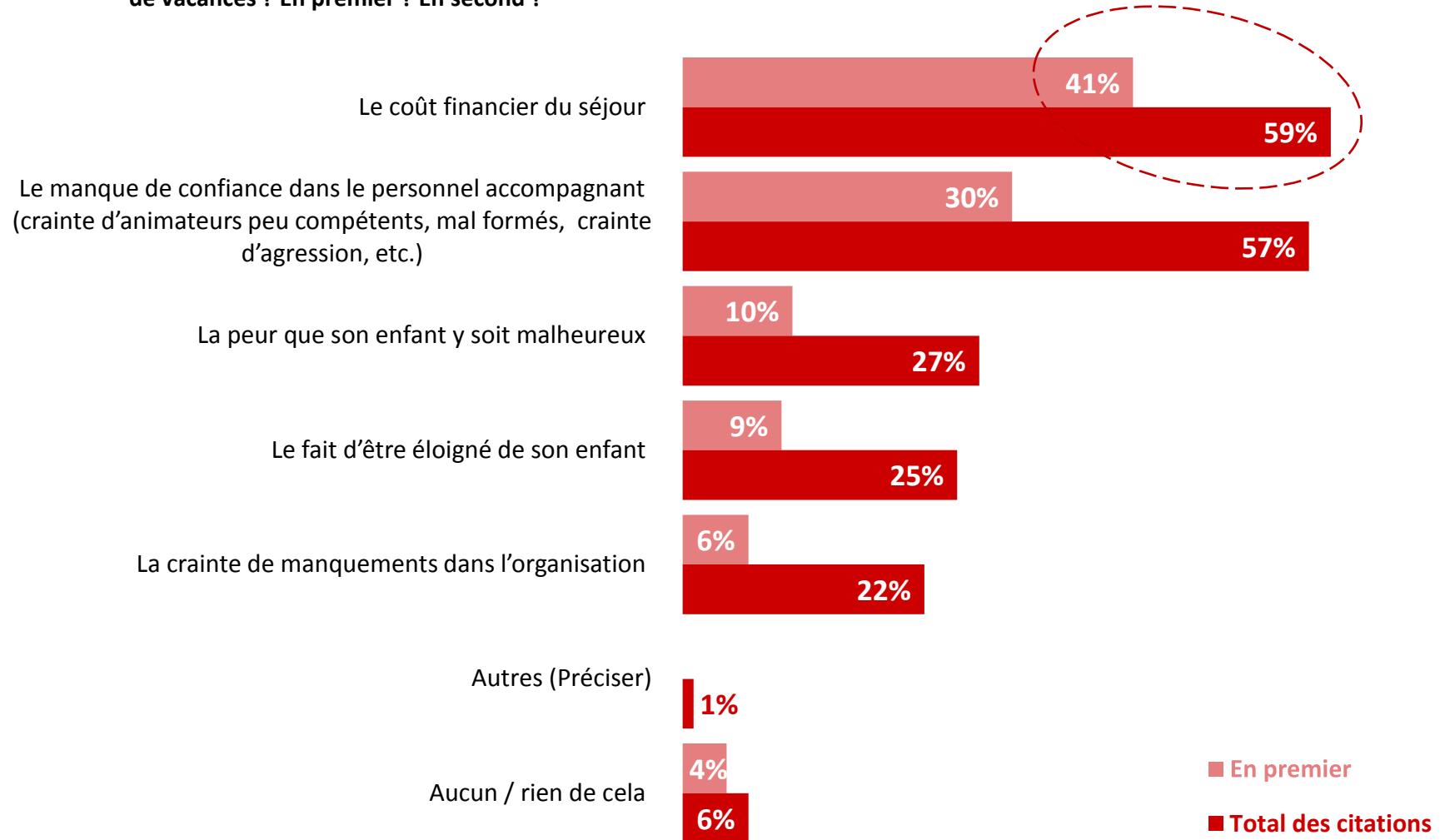
Les colonies de vacances favorisent l'acquisition du lien social

QUESTION : Parmi la liste suivante, quels sont, selon vous, les atouts principaux des colonies de vacances pour les enfants ? Les colonies de vacances permettent à un enfant ... ? En premier ? En second ?



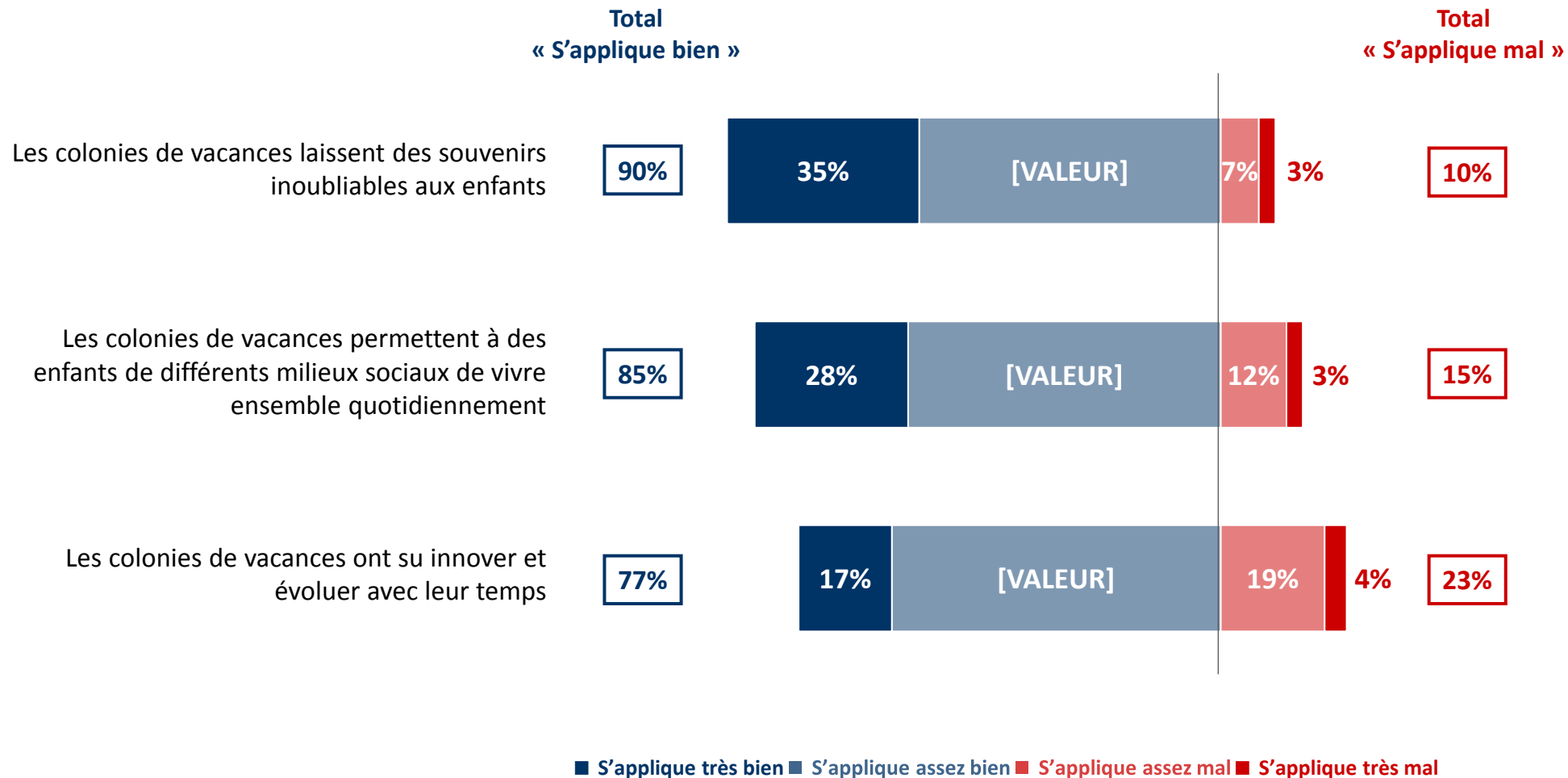
Le coût financier du séjour est le premier frein identifié pour envoyer son enfant en colonie de vacances

QUESTION : Parmi la liste suivante, quels sont, selon vous, les freins principaux rencontrés par les parents pour envoyer leurs enfants en colonie de vacances ? En premier ? En second ?



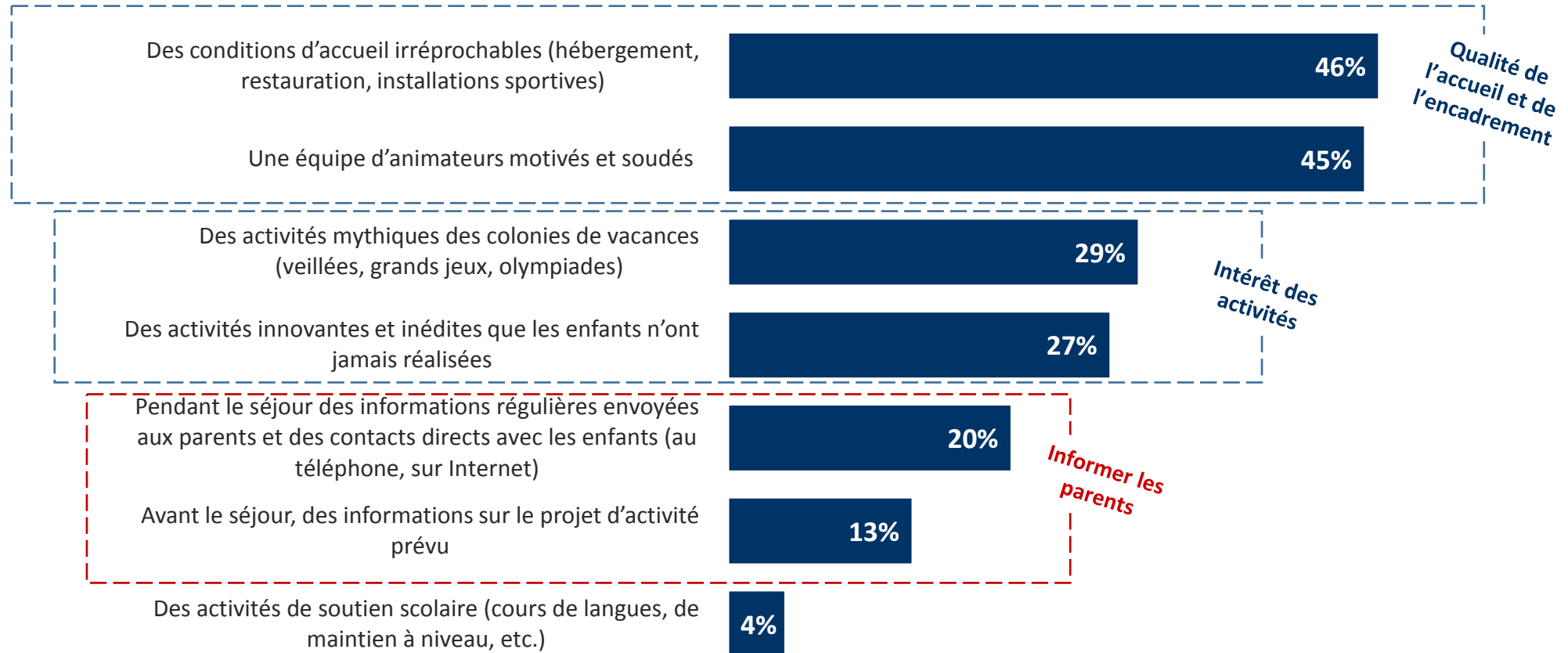
Les colonies de vacances capitalisent sur les souvenirs impérissables qu'elles laissent aux enfants, moins sur leur caractère innovant

QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, diriez-vous qu'elle s'applique très bien, assez bien, assez mal, ou très mal à la colonie de vacances telle que vous l'imaginez (de votre expérience, de l'expérience de vos enfants, etc.) ?



La colonie de vacances idéale est synonyme d'accueil irréprochable ; informations et contacts avec les parents n'étant que secondaires.

QUESTION : Parmi la liste ci-dessous, quels sont les deux éléments indispensables à la colonie de vacances idéale ?



3 | Les principaux enseignements

Les colonies de vacances jouissent d'une bonne image auprès des Français

- ❖ **Trois quarts des Français ont une bonne opinion des colonies de vacances**, et notamment les personnes en ayant fait l'expérience - que ce soient lorsqu'elles étaient jeunes (83%) ou en tant que parents pour y avoir envoyé leurs enfants (85%). Il convient de noter que seuls 12% des Français ont une « très bonne opinion » des colonies de vacances.
- ❖ **L'analyse des traits d'image détaillés renforce cette bonne opinion globale des colonies.** Il apparaît en effet que les interviewés sont convaincus que les colonies de vacances laissent des souvenirs impérissables aux enfants (90%), mais aussi qu'elles permettent à des enfants de différents milieux sociaux de vivre ensemble quotidiennement (85%). **Ils sont un peu moins convaincus sur le fait que les colonies de vacances ont su innover et évoluer avec le temps, même si trois quart d'entre eux approuvent l'idée ! (77%).** Notons toutefois que ceux qui y ont déjà envoyé un enfant sont plus nombreux à adhérer à cette affirmation (82%). Ce qui donne à penser que les colonies de vacances gagnent à être vécues et ne sont pas assez médiatisées.

Les colonies de vacances favorisent l'acquisition du lien social

- ❖ **Aux yeux des Français, les colonies de vacances permettent avant tout à un enfant d'apprendre la vie en collectivité (51%),** un atout qui devance clairement la socialisation et l'épanouissement auprès des autres enfants (35%) et l'acquisition de l'autonomie (32%). Concernant l'apprentissage de la vie en collectivité les parents qui ont déjà envoyé plusieurs fois leur(s) enfant(s) en colonie partagent encore plus cet avis (63%).
- ❖ Il est intéressant de constater que **les caractéristiques liées aux loisirs sont les moins mises en avant.** En effet, les colonies de vacances ne sont pas de prime abord appréciées parce que l'enfant s'y amuse (14%) ou qu'il s'y fait de nouveaux amis (11%). Enfin, un quart des personnes interrogées voit dans les colonies de vacances un moyen pour l'enfant de partir en vacances quand ses parents travaillent (25%).

Le coût financier du séjour et le manque de confiance dans le personnel accompagnant sont les principaux freins perçus au recours à une colonie de vacances

Les freins perçus pour envoyer un enfant en colonie de vacances sont de trois ordres :

- Le premier est **le coût financier du séjour (59%), un frein tendancielle plus cité par les interviewés ayant une expérience des colonies**
- **Vient ensuite dans les mêmes proportions, le manque de confiance dans le personnel accompagnant (57%)** et, dans une mesure bien moindre, la crainte de manquements dans l'organisation (22%).
- **Le troisième frein, nettement moins mentionné, relève davantage du ressenti que peuvent avoir les parents à laisser leur enfant partir loin d'eux** : la peur que son enfant soit malheureux (27%), le fait d'être éloigné de son enfant (25%).

La colonie de vacances idéale doit rassurer les parents dans son organisation

- ❖ A la question de savoir ce qui serait indispensable à la colonie de vacances idéale, 46% des Français **valorisent avant tout des éléments ayant trait à l'organisation du séjour**. Ils attendent de la colonie de vacances idéale des conditions d'accueil irréprochables (hébergement, restauration, installations sportives, etc.) (46%), mais aussi, une équipe d'animateurs motivés et soudés (45%).
- ❖ **Viennent ensuite les attributs liés aux activités menées sur place, mais dans une moindre mesure** : des activités mythiques (veillées, grands jeux, olympiades, etc.) (29%), des activités inédites que les enfants n'ont jamais réalisées (27%) et, seulement citées par une poignée d'interviewés, les activités de soutien scolaire (4%) ; un résultat qui démontre que les colonies de vacances doivent rester un lieu de plaisir et de loisirs. On notera, concernant les activités, **que l'innovation n'est pas nécessairement attendue** : l'item relatif aux activités inédites étant cité à même hauteur que celui des activités mythiques. De manière assez surprenante, **les Français n'estiment pas particulièrement que cette colonie idéale soit celle qui informe le mieux les parents, ni pendant le séjour (20%), ni avant (13%)**.

Conclusion : Si les Français plébiscitent en grande majorité le principe des colonies de vacances, on constate que ceux qui en ont fait l'expérience eux-mêmes ou à travers leurs enfants sont plus positifs que les autres. **Les colonies de vacances gagnent donc à être vécues**. Le coût financier et les craintes liées à l'encadrement sont les principaux freins évoqués sur ce mode de vacances dont les bénéfices et les enjeux sont au final peu médiatisés.

**BONNE IMAGE ET BAISSSE DES DÉPARTS :
COMMENT AGIR ?**

AGIR SUR LES COÛTS

- Proposer des colonies réellement pour tous :
 - Mieux inclure les classes moyennes dans les mécanismes d'aides au départ.
Ex. : la JPA propose des aides jusqu'à un quotient familial de 1200 (au-delà de ce que prévoit la CAF).
 - Développer avec l'Etat et les acteurs publics locaux des mécanismes d'aide aux vacances collectives.
 - Ex. : création d'un « compte épargne colo » abondé par les familles tout au long de l'année, par l'Etat, les collectivités territoriales ou les entreprises ainsi que par les associations (comme la JPA).



AMÉLIORER CERTAINS POINTS JUGÉS INDISPENSABLES AUX « COLOS IDÉALES »

Améliorer les conditions d'accueil :

- hébergement
- restauration
- installations sportives

Par l'étude d'un label réservé aux colos.

Favoriser la motivation et la cohésion de l'équipe

Mettre en avant l'intérêt des activités : activités traditionnelles et nouvelles

Généraliser l'information régulière envoyée aux parents et contacts directs avec les enfants (site Internet dédié par colo)



FACILITER L'ACCÈS À L'INFORMATION

- ❑ Les offres de séjours sont nombreuses, éparses, compliquées pour les familles.
- Proposer un site Internet qui référence les offres (multi-acteurs et organisateurs) par domaines, en fonction des envies de l'enfant, par coût, par destination.
- Faire de ce site un « **e-guichet d'information** » **unique** permettant d'accéder à toutes les aides possibles en fonction des revenus.
- ❑ Relayer des initiatives de communication
 - Ex. : Campagne générationcampcolo initiée par le ministère de la Jeunesse et des Sports.



VALORISER LA MIXITÉ

- ❑ Valoriser la notion de mixité
 - EX. : associations et organisateurs doivent véhiculer l'idée que les colos sont un lieu de brassage social, culturel et qu'il s'agit d'une chance et non d'une contrainte.
- ❑ Démontrer sur tous les supports (on-line, off-line) en quoi rencontrer l'autre permet de s'enrichir soi-même ou de s'amuser mieux, autrement et ailleurs.



CE QU'IL FAUT RETENIR

- ❑ Si les Français plébiscitent en grande majorité le principe des colonies de vacances, on constate que ceux qui en ont fait l'expérience eux-mêmes ou à travers leurs enfants sont plus positifs que les autres.

Les colonies de vacances gagnent donc à être vécues.

- ❑ Le coût financier et les craintes liées à l'encadrement sont les principaux freins évoqués sur ce mode de vacances dont les bénéfices et les enjeux sont au final peu médiatisés.



CONTACTS :

Contact Presse

Marie-Claude Bessis

06 80 64 18 81

mc@mcbessis.com

Contact Jeunesse au Plein Air

Pascal Delamarre

01 44 95 03 72

06 15 30 25 39

p.delamarre@jpa.asso.fr

