



INSTITUT FRANÇAIS DE RECHERCHE SUR LE JAPON CONTEMPORAIN

FRENCH INSTITUTE FOR RESEARCH ON CONTEMPORARY JAPAN

フランス国立現代日本研究センター

UMIFRE 19 CNRS- MAEE

Les syndicats et le tourisme en France après 1945 : gains symboliques et enjeux.

**par Sylvain Pattieu
(Docteur Univ. Paris VIII, agrégé en histoire)**

**Working paper - Série C : Conférences
WP-C-19-IFRJC-Pattieu-10-04.pdf**

Texte de la conférence prononcée le 25 février 2010 à la Maison Franco Japonaise organisée par le bureau français avec la collaboration de l'université de Teikyô.

Les syndicats et le tourisme en France après 1945 : gains symboliques et enjeux

.

Par Sylvain Pattieu, Docteur de l'université de Paris VIII, agrégé en histoire.

Les origines aristocratiques des pratiques touristiques, leur diffusion au sein des classes bourgeoises au cours du XIX^e siècle et la fonction de distinction de ce tourisme des élites ont fait l'objet de nombreux travaux historiques. En matière de tourisme populaire, les recherches sont plus limitées et souvent centrées sur la date mythique et inaugurale de 1936 : cette date est celle à la fois du premier gouvernement socialiste, celui du Front populaire, et celle de grandes grèves avec occupations d'usine qui ont abouti à des avances sociales sans précédent, parmi lesquelles les congés payés. Pourtant les départs en vacances d'ouvriers furent très limités en 1936 et dans les années postérieures, même s'il n'existe de statistiques nationales précises relatives au tourisme qu'à partir de 1964. La « révolution estivale » évoquée par l'historien Antoine Prost, marquée par un développement large du tourisme dans toutes les couches de la population, ne s'accomplit donc qu'après-guerre et elle est rendue possible par la forte croissance économique. Ce développement d'un tourisme populaire représente un des éléments de l'instauration d'une « société salariale », pour reprendre un terme du sociologue Robert Castel. Cette société salariale a connu son apogée au cours des « Trente Glorieuses ». Elle est le fruit d'un long processus, caractérisée par des protections nouvelles assurées ou garanties par un Etat social, et correspond à un mouvement de promotion : accumulation de biens et de richesses, création de positions nouvelles et d'opportunités inédites, accroissement des droits et des garanties, multiplication des sécurités et des protections. L'accès au tourisme participe de cette promotion, de ces positions nouvelles et opportunités inédites : les législations sur les congés payés et l'augmentation du pouvoir d'achat grâce à la prospérité économique se conjuguent pour entraîner un développement des vacances au sein des milieux populaires, même si les taux de départ des ouvriers et employés restent inférieurs à ceux des cadres et professions libérales. L'histoire du tourisme populaire dans l'après 1945, à la fois dans ses pratiques et dans ses organisations, est donc encore un chantier auquel j'ai tenté de participer, en centrant l'analyse sur les gains et les représentations symboliques qui lui sont attachés. Il s'agit de s'intéresser aux classes populaires et au monde ouvrier en l'étudiant non directement à travers le prisme de la grève et des luttes sociales, mais à travers l'angle des loisirs.

De façon inattendue, compte tenu d'une tradition syndicale française davantage tournée vers les revendications que vers les services, les confédérations syndicales ont été un acteur important de cette histoire. Envisager l'étude du tourisme populaire à travers le prisme syndical se révèle dès lors intéressant. Durant les Trente Glorieuses, en effet, les confédérations syndicales souhaitent répondre à l'essor d'un besoin nouveau pour les salariés en mettant en place un dispositif vacancier appuyé sur des associations, conçues pour s'adresser aux comités d'entreprise institués par l'ordonnance du 22 février 1945. Ces comités permettent aux syndicats de gérer une partie des bénéfices de l'entreprise, dont le budget des œuvres sociales. Le tourisme en fait partie. Les Syndicats l'envisagent dans une optique

d'éducation populaire et tentent de lui donner un sens dépassant la simple activité de loisir. L'association Tourisme et travail, née en 1944, très proche de la CGT depuis la guerre froide, est parmi ces dispositifs syndicaux celui qui a le plus d'influence, car la CGT, liée au Parti communiste, est le syndicat le plus puissant après 1945. Tourisme et travail connaît à partir des années 1960 et dans les années 1970 un essor important, avant de disparaître en 1985 suite à des difficultés financières. Les syndicats d'origine chrétienne comme la CFTC, devenue CFDT en 1964, ou la CGT-FO, issue d'une scission de la CGT du fait de la guerre froide, se réfèrent à cette association pour constituer leurs propres associations de tourisme. La manière dont Tourisme et travail envisage les vacances a donc une influence sur l'ensemble du mouvement syndical français.

Les dirigeants de Tourisme et travail sont issus de la CGT et nombre d'entre eux sont membres du Parti communiste français, malgré l'absence de liens directs avec ce parti. L'insertion de Tourisme et travail au sein du « système d'action communiste » (terme utilisé par l'historien Bernard Pudal pour désigner l'ensemble des associations et organisations qui sont liées au Parti communiste), même particulière et indirecte, a une influence sur son projet vacancier. L'affirmation de la capacité des « travailleurs » à organiser leurs propres vacances, à travers les comités d'entreprise, constitue un élément d'un dispositif visant à affirmer la souveraineté du monde du travail et celle des organisations qui s'en font les porte-parole. L'accès aux vacances participe de la dignité ouvrière. Le tourisme d'éducation populaire préconisé par Tourisme et travail est un moyen pour conduire les vacanciers, par les visites, ou par les articles de la revue éponyme, à la culture légitime, celle des œuvres d'art, des monuments, de la littérature ou des spectacles. Le rapport des dirigeants de Tourisme et travail à cette culture est marqué par une forte ambiguïté qui correspond à la conception développée au sein du PCF depuis les années 1930. Son accès limité pour les ouvriers est critiqué. En même temps elle est aussi dénoncée pour son caractère élitiste, au détriment d'une culture populaire qui serait plus authentique. Le rapport à la culture légitime, fait de révérence et de contestation, se situe dans une tension entre le légitimisme, soit la reconnaissance et la déférence vis-à-vis de la culture dominante traditionnelle, et le populisme, c'est-à-dire l'exaltation de l'autonomie d'une culture populaire et des capacités culturelles populaires.

Le projet de Tourisme et travail correspond donc à une déclinaison dans le secteur du tourisme de phénomènes plus larges : l'accès dans le cadre de l'apogée de la société salariale à de nouvelles positions et opportunités pour les classes populaires et l'affirmation publique, portée notamment par des organisations politiques et syndicales, d'une fierté populaire centrée sur la figure de l'ouvrier d'industrie. L'association est un objet privilégié pour observer comment le tourisme, à travers la production d'un discours touristique par des élites militantes issues du syndicalisme, porteuses d'une représentation mythifiée du peuple, peut s'intégrer plus largement dans un projet social et politique. Ce discours se reflète dans la revue de l'association, tirée à plusieurs milliers d'exemplaires, présente sur les lieux de vacances et envoyée aux adhérents individuels de Tourisme et travail ainsi qu'aux adhérents collectifs. Il transparaît aussi dans les documents internes de l'association et dans le matériel public qu'elle utilise pour faire connaître son action et ses initiatives (brochures, catalogues, tracts, cartes postales). Tout au long des quarante années de son existence, la question de la légitimation du tourisme populaire est au cœur de l'activité de Tourisme et travail. Les couches populaires, tard venues au tourisme, souffrent d'un manque de légitimité par rapport aux vacanciers bourgeois, premiers à en définir les normes, accusés d'accaparer le tourisme et ses espaces privilégiés. Tourisme et travail tente d'y pallier en affirmant le droit des milieux populaires à accéder aux vacances légitimes, ces pratiques vacancières ayant elles-mêmes en

retour une fonction légitimante. En tenant compte de la composition réelle du public de Tourisme et travail, il s'agit d'observer ici comment ce discours se matérialise dans des activités, des pratiques et dans des lieux qui visent à constituer le tourisme en élément de distinction pour les milieux populaires. L'analyse des objectifs vacanciers d'une association de tourisme liée au mouvement syndical permet de comprendre comment elle participe à la fabrication du populaire et à la construction d'identités sociales.

Le peuple selon Tourisme et travail

Le peuple selon Tourisme et travail s'ancre dans l'idée d'un futur messianique, dans lequel « il n'y aura plus d'exploitation de l'homme par l'homme » grâce au progrès technique. Tourisme et travail souhaite préparer ce futur en donnant « à la classe ouvrière la culture nécessaire à son rôle de demain ». Une certaine vision du peuple en découle, celle qui structure la société selon les catégories populaires du « eux » et « nous », décrites par Richard Hogart. « Eux », ce sont les élites, les riches, ceux qui bénéficient des vacances depuis longtemps et sont présentés comme voulant se réserver ce privilège. Le « nous » de Tourisme et travail est celui des travailleurs, notion dont le flou permet d'englober diverses catégories sociales même si sa coloration ouvrière est nette. Il est celui d'un peuple victime des manœuvres des puissants, à la fois pauvre et digne, fondamentalement bon, aux solides vertus basées sur la mesure, le bon sens et le courage. Ses qualités rendent le projet d'un tourisme populaire non seulement possible mais nécessaire.

Les vacances populaires prônées par Tourisme et travail ont une vertu performative : l'objectif est de faire advenir ce qui est nommé, en donnant une définition du public auquel l'association s'adresse. En définissant ce public souhaité les dirigeants de Tourisme et travail délimitent une « combinaison populaire » large à travers l'usage du terme « travailleurs ». L'union et la rencontre dans les vacances et dans la revendication des vacances sont censées célébrer une communauté d'intérêts entre des fractions larges de la population. On retrouve les mécanismes décrits par Edward Palmer Thompson, pour qui le processus de constitution d'une conscience de classe est un travail qui s'accomplit à travers notamment des formes culturelles : traditions, institutions, idées, systèmes de valeur. Tourisme et travail est une de ces formes culturelles, de ces institutions, à travers lesquelles les dirigeants syndicaux et les dirigeants communistes tentent d'incorporer une « conscience de classe ». Le public vacancier idéal que les dirigeants de Tourisme et travail souhaitent faire advenir en le nommant, en le décrivant, en le définissant, correspond à la classe et à la conscience de classe qu'ils veulent construire. Le système de représentations des dirigeants de Tourisme et travail recouvre un enjeu social et politique où se rencontrent représentation imaginée et public réel de l'association. Les productions symboliques visant à définir ce public apparaissent comme la déclinaison vacancière d'une représentation du peuple forgée au sein du mouvement syndical et communiste, notamment dans les années 1930 à la suite des grandes grèves qui ont marqué les débuts du Front populaire. Cette culture de 1936 a été décrite par exemple par Danielle Tartakowsky et Michel Margairaz dans leur livre sur 1936. Des années 1950 à 1980, le « peuple de Tourisme et travail » correspond donc à un modèle qui préexiste à l'association et ne s'y réduit pas. Les vacances selon Tourisme et travail ont pour objectif de réaliser « la fraternité du monde des travailleurs » en « créant les contacts entre travailleurs de tous milieux, venus de la ville ou venus de la campagne ». Jean Faucher, président de l'association à partir de 1972, précise que « les loisirs portent en eux les bases de l'unité des travailleurs. Tourisme et travail se doit d'en être le reflet et l'expression ». Ce sont donc des objectifs directement politiques ou syndicaux qui sont assignés aux vacances.

Les données statistiques dont nous disposons attestent d'un certain succès de Tourisme et travail dans son entreprise de mobilisation vacancière d'un public populaire. Les premières statistiques précises issues de rapports des préfets, et les chiffres de l'association elle-même, à partir de la fin des années 1960, font apparaître une nette spécificité de Tourisme et travail par rapport à d'autres associations. Les catégories des ouvriers et des employés y sont largement plus représentées dans les centres de vacances de l'association. A l'inverse, les catégories moyennes et surtout supérieures sont absentes. Des disparités statistiques existent entre les centres de l'association, preuve d'une certaine spécialisation en fonction du type de public accueilli, sans doute selon les tarifs pratiqués ou les entreprises concernées. Ces précisions nuancent mais ne remettent pas en cause la composition populaire du public des centres de Tourisme et travail et notamment la forte représentation des ouvriers. En 1972, il y a ainsi 29% d'employés, 22% d'ouvriers professionnels, 6% d'ouvriers spécialisés, 5% d'enseignants, 4,5% d'agents de maîtrise. La proportion d'ouvriers spécialisés, les moins qualifiés, par rapport aux ouvriers qualifiés, laisse apparaître une surreprésentation des franges supérieures du monde ouvrier. A la fin des années 1970, la proportion d'employés semble toutefois avoir dépassé celle des ouvriers, effet peut-être de la croissance du secteur tertiaire et d'une certaine désindustrialisation.

Composé majoritairement d'ouvriers et d'employés de la fin des années 1960 aux années 1980, même si la répartition entre ces deux catégories varie, le public de Tourisme et travail correspond à l'idéal d'encadrement populaire de l'association et à la constitution d'un entre-soi vacancier. L'imprécision des sources ne permet cependant pas une représentation fine des différentes strates populaires présentes dans les centres, même si les ouvriers qualifiés, groupe central de la classe ouvrière des Trente Glorieuses, public privilégié de la CGT et du PCF, semblent davantage représentés que les ouvriers spécialisés. Si Tourisme et travail touche les catégories populaires, il est difficile de savoir autrement qu'à titre d'hypothèse probable si certaines catégories, parmi lesquelles les plus fragiles économiquement, ne sont pas privées du bénéfice de ses vacances et des mécanismes de promotion de la société salariale. En somme, les vacances de Tourisme et travail sont, plus que celles du secteur marchand ou d'autres organisations, véritablement des vacances populaires, mais elles ne touchent pas forcément les fractions les plus démunies des couches populaires.

Tourisme et travail, « grande et belle association de tourisme social », se pose dès lors en porte-parole des vacanciers populaires et même de ceux qui ne partent pas en vacances mais souhaiteraient le faire. Dans la mise en scène de son opposition aux pouvoirs publics nationaux, Tourisme et travail adopte à la fois une posture de victime et celle de la garante des intérêts des Français, tendant à identifier la position de l'organisation avec celle des vacanciers populaires qu'elle est censée représenter. Dès lors, les gains symboliques des vacances proposées doivent pallier cette position dominée. Les gratifications offertes par le tourisme correspondent à un idéal d'accès égal aux ressources touristiques des élites, dans un effort de réappropriation des thèmes et des lieux caractéristiques du tourisme des dominants.

Les vacances des élites à la portée de tous

A travers la mise à disposition pour les touristes de lieux de prestige et de lieux de l'entre-soi, Tourisme et travail vise à faire du tourisme un moyen pour doter les vacanciers populaires de représentations valorisantes de leur catégorie sociale. Ces différents objectifs sont remplis avec un succès inégal par Tourisme et travail.

Elle tente tout d'abord de développer des activités de prestige. En 1956, dans *Les copains du dimanche*, d'Henri Aisner, film commandé au réalisateur par la CGT, de jeunes ouvriers métallurgistes ont le désir de « voler de leurs propres ailes » en fondant un aéro-club, « un truc chouette qui ferait passer vite les six jours de boulot », selon les termes du fraiseur Trébois, joué par Jean-Paul Belmondo, dont c'est le premier rôle à l'écran. Grâce au soutien du comité d'entreprise et des syndicats, ils mènent à bien ce projet et conquièrent le droit de voler, au même titre que les jeunes bourgeois d'un aéro-club commercial entrevus au début du film. Cette appropriation populaire d'un loisir bourgeois entre en résonance avec les objectifs de Tourisme et travail. Le dénigrement du tourisme des plus aisés, du « privilège des snobs », n'est pas incompatible pour l'association avec l'idée d'une démocratisation de certaines pratiques. Offrir prestige et confort permet à une organisation liée au mouvement syndical de faire la preuve de la capacité du monde ouvrier à accéder par ses propres moyens, sans paternalisme patronal, à des avantages matériels.

Une partie du travail de propagande de Tourisme et travail consiste, passant outre l'obstacle financier, à affirmer la légitimité populaire à pratiquer certaines activités. Il s'agit de permettre « la pratique de sports considérés autrefois comme des sports « réservés » ». L'adjectif populaire est accolé à des sports qui traditionnellement ne le sont pas : « Le ski, un sport populaire », titre ainsi *Tourisme et travail*. Equitation, croisières, voile : par ses réalisations, Tourisme et travail se flatte de faire accéder à ces activités un public inhabituel. Elle cherche à « démontrer que l'équitation peut être un sport populaire ». L'accès à des activités de prestige reste associé à une certaine simplicité. Même les six cents « croisiéristes inhabituels » qui s'offrent, grâce à Tourisme et travail, la croisière Marseille-Casablanca sur le *Massalia*, sont vus par le commandant comme des « gens différents » qui, au contraire des abonnés habituels luxueux, s'intéressent à « [leur] travail, à [leur] vie de marin ». Les délégués CGT du personnel hôtelier et les hommes de la machine sont d'ailleurs également invités à s'exprimer par *Tourisme et travail*. En 1975, soixante-seize comités d'entreprise participent à l'opération, semblant démontrer que « tout est possible ».

Dans la plupart des cas, ces pratiques prestigieuses sont pourtant limitées : la voile ou l'équitation restent des exemples très localisés dans quelques centres ou associations locales, pour un nombre réduit de participants. Tourisme et travail se félicite que des ouvriers de l'usine BSN-Gervais-Danone, située près de Saint-Etienne, découvrent l'équitation : mais ils ne sont que quatre, accompagnés par un étudiant. Ces pratiques ont avant tout une fonction symbolique, il s'agit de prouver la possibilité pour des vacanciers populaires d'y accéder en développant largement des exemples rares. La présence d'une dizaine de journalistes à bord pendant la croisière Marseille-Casablanca confirme cette fonction d'affichage, même si elle n'est pas exclusive. Les reportages éventuels dans la presse syndicale ou communiste participent à la construction de la dignité du groupe tout entier à partir de l'exemple de quelques vacanciers. Le ski doit cependant être distingué d'autres activités, même s'il participe des mêmes fonctions symboliques. En effet, sa pratique a connu avec Tourisme et travail une diffusion sans commune mesure avec celle de l'équitation ou de la voile.

L'exemple du ski populaire

Le 11 décembre 1971, trois cents skieurs lyonnais, issus des comités d'entreprise de la ville, partent avec Tourisme et travail à La Plagne dans un « train charter ». Cette opération est un succès pour une association qui souhaite ne pas « abandonner les stades de neige aux promoteurs et aux privilégiés de la fortune », « leur disputer chaque perche, chaque télécabine

(...) au nom des droits du peuple tout entier à disposer d'espace, de soleil, d'air pur régénérateur ». Cet exemple n'est pas isolé. Dans ce domaine, Tourisme et travail est parvenue à développer cette conception d'activités de prestige mises au service de tous. A partir de la fin des années 1950, les thèmes de la « neige pour tous » ou du « ski pour tous » se répandent dans le vocabulaire et les activités de l'association. Par l'accès aux vacances de neige, Tourisme et travail souhaite permettre à ses vacanciers d'accomplir un acte pionnier, dans un domaine où l'accent a été « mis depuis trop longtemps sur le fait que la montagne et le ski sont réservés à une « élite » d'argent ». Au début des années 1970, le ski alpin est encore une pratique sportive où les cadres supérieurs, patrons et professions libérales sont largement surreprésentés. Cette situation perdure d'ailleurs encore au milieu des années 1980. Les inégalités socioprofessionnelles de départ en vacances d'hiver sont encore plus fortes que pour les vacances d'été. Entre le 1^{er} octobre 1972 et le 30 septembre 1973, 11,3 % des professions libérales et cadres supérieurs sont allés aux sports d'hiver contre 3,6 % des employés et 1,9 % des ouvriers et personnels de service. Les vacances à la neige apparaissent comme des vacances complémentaires, d'appoint, par rapport à celles d'été et concernent moins de ménages populaires. Même chez ceux qui partent, les vacances sont loin d'être synonymes de sports d'hiver. Dans une publicité de Tourisme et travail parue en 1969, le « premier pas sur la neige inconnue » des vacanciers populaires est comparé sans hésitation au « premier pas sur la lune » comme symbole d'une « vie nouvelle », celle des « vacances d'hiver ». L'image du premier pas sur le sol lunaire mise en parallèle avec celle du premier pas sur la neige n'obéit pas seulement à une logique de ressemblance entre les deux empreintes : l'entreprise de conquête de la lune a constitué l'enjeu d'une lutte de prestige, dans le cadre de la conquête spatiale, entre les Etats-Unis et l'URSS. De la même manière, la conquête des vacances d'hiver par les classes populaires, si elle n'est pas à proprement parler une lutte sociale, est « une bataille à gagner ». Les bénéfices symboliques qui en sont retirés, l'accès à des expériences nouvelles qui « permettent à ceux qui n'ont pas les revenus nécessaires de faire « comme si » et d'aligner leurs plaisirs sur ceux des couches supérieures de la classe moyenne », sont disponibles à moindre frais pour l'association. Organiser des vacances au ski ne requiert pas d'aller à l'étranger et la formule des vacances à la neige autorise des week-ends de découverte, notamment pour les villes situées non loin des pistes de neige, comme dans la région lyonnaise. La courte durée permet de proposer des tarifs moins élevés. Pour ces week-ends, il est possible d'organiser des départs en car, avec l'économie potentielle d'une ou deux nuits passées dans le car pendant le voyage. Rien d'étonnant dès lors à ce que la pratique du ski soit une des premières activités de ce type proposée aux vacanciers de Tourisme et travail.

Dans sa défense du ski populaire, Tourisme et travail s'oppose à ses deux adversaires favoris, les pouvoirs publics et le secteur marchand, accusés de négliger voire mépriser le tourisme social en défendant les privilèges d'une minorité aisée. L'association adopte une posture déjà éprouvée en d'autres occasions. Elle dénonce les discriminations, la « ségrégation », dont sont victimes les catégories populaires, et se fait en même temps la représentante des intérêts de l'ensemble de la population contre une minorité. Outre ses adversaires traditionnels, Tourisme et travail doit aussi convaincre ses partenaires habituels, les comités d'entreprise, de l'intérêt du ski populaire. Tourisme et travail est en effet confrontée à une contradiction, relative à la diversité du public auquel elle s'adresse. Pour une frange du public ouvrier, le ski et les vacances à la neige correspondent à de nouvelles aspirations, de nouveaux désirs liés notamment au fait que le ski est « un sport à la mode ». En même temps, une partie des comités d'entreprise ne considère pas les vacances d'hiver comme une priorité, préférant concentrer ses revendications sur une quatrième semaine de vacances l'été. Tourisme et travail doit à la fois convaincre les réfractaires que les vacances à

la neige constituent un besoin, pas un luxe, et proposer aux convaincus des formules propres à les satisfaire. Elle utilise pour convaincre les premiers des arguments médicaux et hygiénistes.

Les séjours à la neige proposés par Tourisme et travail ont été capables de séduire des vacanciers populaires qui ne seraient sans doute pas partis sans l'association. Pierre-Yves L., ouvrier à l'Arsenal de Lorient, raconte avec émotion : « On partait le vendredi soir dans la nuit, on arrivait très tôt le matin là-bas, on chaussait les skis, on essayait d'en faire quand on était débutant (...). Le samedi soir il y avait une sortie une soirée dansante, le lendemain re-ski, on reprenait le car le soir pour rentrer aux aurores sur Lorient. C'était des week-ends très éprouvants surtout quand il fallait reprendre le travail le lundi matin. Mais c'était des week-ends très à la mode. Sur un week-end, avec les amis de Tourisme et travail, on avait dénombré soixante et onze cars en même temps ». Cette description révèle les ambiguïtés de la politique de Tourisme et travail en ce qui concerne les sports d'hiver. Leur caractère « très à la mode » permet à Tourisme et travail d'être en pointe des désirs de certains adhérents et les séjours connaissent un indéniable succès auprès d'une partie de son public vacancier. Leurs conditions éprouvantes limitent néanmoins ce type d'activités essentiellement aux plus jeunes, comme Pierre-Yves L., âgé d'une trentaine d'années à l'époque. Une partie des ouvriers reste indubitablement exclue des loisirs à la neige proposés par Tourisme et travail. En 1963, un délégué du comité d'entreprise Chausson l'avoue : « Nous ne touchons absolument pas les ouvriers travaillant sur les chaînes ; à cause des prix d'une part et, d'autre part, parce que notre organisation de sports et loisirs n'est pas très connue de ces gars-là : ils sont constamment pris par leur travail et n'ont pas la possibilité, comme ceux de certains ateliers de fabrication par exemple, de parler entre eux ; ils sont donc très difficiles à contacter ». Ce constat confirme l'hypothèse émise au regard des données statistiques, celle d'une association centrée sur l'élite ouvrière des ouvriers qualifiés.

A la fin des années 1950 et au début des années 1960, être en mesure d'organiser des vacances à la neige et de proposer la pratique de sports d'hiver revêt, pour Tourisme et travail, une signification particulière. Ces activités permettent de satisfaire les aspirations des franges du monde ouvrier plus jeunes, plus sportives, ou plus avides de sensations, en essayant d'attirer de cette manière vers l'association une nouvelle génération ouvrière. Le ski permet d'apparaître comme une association « dans le coup », sachant s'adapter à de nouveaux désirs et besoins au même titre que ses concurrents marchands.

Accéder à des espaces d'honneur

En 1960, à l'occasion de la date anniversaire du Front populaire, Tourisme et travail publie une photo du député communiste Virgile Barel en 1936, le poing levé, avec en guise de légende : « Le Front populaire abolit ce privilège : la Côte d'azur réservée aux riches ». Cette idée d'abolition des privilèges vacanciers se décline par la prise de possession de lieux symboliques, comme les châteaux, symboles même de la domination sociale et du prestige. Tourisme et travail récuse toute forme de ségrégation spatiale, toute « répartition géographique des clientèles ». La volonté d'appropriation de lieux symboliques pour y organiser les vacances des travailleurs relève de la constitution de ce que le sociologue Michel Verret appelle des « espaces d'honneur » de la classe ouvrière, qui permettent d'annuler « les images dont [les classes populaires] étaient d'abord affectées par la réprobation ou l'inattention publiques ». Les espaces d'honneur de Tourisme et travail jouent sur le détournement des lieux pour un usage populaire ou sur la mise en place de lieux autonomes reposant sur la volonté des comités d'entreprise. Dans les deux cas, il s'agit de démontrer la force des catégories populaires, de signifier leur capacité à affirmer leur souveraineté dans des

lieux et des fonctions auparavant réservées aux élites. La création de centres de vacances propres à Tourisme et travail et aux comités d'entreprise est une manière de constituer des espaces d'honneur, basés ici sur la capacité des militants ouvriers à posséder leurs propres lieux de vacances collectives.

En matière de constitution de centres, l'association n'est pas en retard sur le tourisme marchand, notamment par rapport au Club Méditerranée créé au milieu des années 1950. En 1961, le congrès de Tourisme et travail proclame la nécessité absolue d'un « développement quantitatif et qualitatif des centres populaires de vacances », qui existent déjà parmi les réalisations de l'association. De tels centres présentent plusieurs avantages par rapport à un hébergement en hôtel. Le premier est celui du prix, faible à long terme même si un investissement immédiat est nécessaire. D'autre part, la possession d'un centre de vacances permet à Tourisme et travail et aux comités d'entreprise d'en choisir la clientèle et d'y mettre en place leur propre animation, sans se limiter à offrir le gîte et le couvert. Enfin, les centres sont une preuve matérielle de la force des comités d'entreprise, de leur capacité à se doter de leurs propres infrastructures de vacances. Le nombre de villages de vacances de l'association passe d'une vingtaine au milieu des années 1960 à plus de soixante-dix au début des années 1980, répartis dans toute la France mais surtout sur les zones littorales. En 1965, le nombre de journées passées dans des centres de vacances par les usagers de Tourisme et travail s'élève à plus de 300 000 et il augmente sans doute la décennie suivante même s'il n'est plus comptabilisé de manière spécifique.

Les centres de vacances sont créés « par des travailleurs », « pour des travailleurs », et à ce titre ils constituent bien des espaces d'honneur. Tourisme et travail se conçoit comme un « foyer de coordination de ce réseau important de réalisations touristiques, organisateur d'activités bien conçues et de qualité ». Le caractère collectif de ces vacances est un élément « prédisposant naturellement à l'unité des travailleurs ». Les prétentions culturelles et d'animation de Tourisme et travail font des centres, selon ses dirigeants, l'antithèse des centres du Club Méditerranée, beaucoup plus sélectifs socialement et voués à la distraction. Les villages, à travers des vacances destinées en priorité aux « travailleurs », prouvent que les milieux populaires sont capables, à l'instar des élites, de se doter de lieux de l'entre-soi.

Tourisme et travail revendique l'usage des sites balnéaires et de sports d'hiver les plus reconnus. Pour le ski, l'association met un point d'honneur à permettre aux travailleurs d'accéder aux « stations dignes de ce nom », à faire en sorte que la Savoie ne soit pas réservée aux « palaces ». Les courriers d'adhérents publiés se félicitent qu'avec deux hôtels loués par Tourisme et travail à Courchevel, l'association mette une « station d'élite » à la portée de tous. Cette appropriation de lieux touristiques prestigieux par une association au public populaire comporte une dimension de revanche sociale. La célèbre station balnéaire de Juan-les-Pins est ainsi un lieu de villégiature où « les travailleurs sont maintenant chez eux », alors que ce nom évoque plutôt aux adhérents de l'association « le rendez-vous des riches multimillionnaires lézardant sur le sable des plages ». Grâce à Tourisme et travail, les travailleurs peuvent désormais « goûter à tous ces plaisirs jusque-là réservés aux riches » et « profiter de ce coin de France ». En accédant aux sites prestigieux, les adhérents de Tourisme et travail s'approprient la majesté des lieux. Par volonté de lyrisme, le style des descriptions emprunte cependant aux formes de rédaction des voyageurs bourgeois, le sublime des paysages étant un moyen de persuader les usagers que leurs vacances ne sont pas au rabais. Enfin, le mode de transport utilisé constitue également un élément de valorisation des espaces : les voyages permettent ainsi à « de très nombreux travailleurs de prendre l'avion pour la première fois ». C'est le cas pour Pierre-Yves L. : « Je suis parti en vacances en avion

en 1980, j'avais donc trente ans et c'était mon baptême de l'air. Maintenant les jeunes connaissent ça, prennent l'avion beaucoup plus tôt qu'on ne le prenait à l'époque. (...) A l'étranger, j'y suis allé en 1980, moi ça me faisait rêver, et ça m'a fait prendre l'avion. Grâce à Tourisme et travail. Sinon, j'y serais allé peut-être beaucoup plus tard ».

Les réussites et les limites d'un projet

Les gains symboliques des vacances proposées par Tourisme et travail peuvent se résumer par la possibilité offerte aux travailleurs de vivre des vacances semblables à celles des élites en se regroupant et en s'unissant, via leurs comités d'entreprise et par l'entremise de l'association. Bien entendu, Tourisme et travail ne prétend pas organiser des vacances de luxe, d'autant qu'elle critique cette conception des loisirs. Mais à travers les vacances, les travailleurs doivent pouvoir accéder à la même culture, aux mêmes sites, au même entre-soi, aux mêmes lieux, que les élites. Il s'agit de prouver la capacité des milieux populaires, non seulement à accéder à l'universel des œuvres humaines ou des sites naturels, mais à construire leurs propres espaces de symbolisation et à s'approprier et prendre en charge les lieux les plus chargés d'histoire. La question de l'encadrement des loisirs et du tourisme, souvent envisagée pour les milieux populaires sous l'angle d'un embrigadement dans le cadre de régimes autoritaires, participe ici d'un processus de production d'une identité sociale. Le prestige de la culture, des monuments, des activités, même proposées à une minorité des vacanciers populaires, est censé rejaillir sur le groupe tout entier à travers la publicité faite par *Tourisme et travail* et par la presse de la CGT. Ces objectifs n'ont pas été totalement remplis. En matière de confort notamment, les vacances de Tourisme et travail ont été d'une qualité inégale.

Les gains symboliques et pratiques offerts par l'association ne sont pourtant pas à négliger. A travers les activités touristiques, Tourisme et travail vise à faire profiter les membres des catégories populaires d'un capital symbolique et d'un capital d'expériences. Le capital symbolique est un terme emprunté à Bourdieu, c'est une propriété qui, perçue par des agents sociaux fournit des éléments de valorisation d'un individu ou d'un groupe. Dans la France de la deuxième moitié du XX^e siècle, le fait de partir ou non en vacances constitue une « propriété », marque de distinction et preuve d'intégration à la société, car la valeur et l'importance des vacances sont largement reconnues. Le fait de disposer d'un capital d'expériences vacancières permet aux catégories populaires de se considérer à l'égal des autres catégories sociales et d'amoindrir, sans les annuler, les effets de la domination économique et culturelle par l'exercice d'activités longtemps réservées aux catégories supérieures. Les vacances de Tourisme et travail permettent de contrebalancer les représentations de la culture populaire en termes de manque, de dévoiement, de domination par rapport à la culture légitime. L'idée d'un tourisme collectif, d'éducation populaire, authentique, est opposée à l'indigence supposée du tourisme marchand dans ces domaines. Un tourisme utile est opposé à un tourisme d'évasion, d'oisiveté et de distraction, assimilé au tourisme bourgeois. Pourtant, les vertus du tourisme prôné par Tourisme et travail sont paradoxalement proches de celles des premiers touristes, qui voyaient dans cette activité une fonction pédagogique.

Pour terminer, il faut souligner, malgré cet élément de réussite, une ambiguïté fondamentale des loisirs proposés par Tourisme et travail. Ce projet est le fruit d'un groupe de dirigeants issu des milieux populaires, qui ont accédé au tourisme par le syndicalisme. Pourtant, comme les cadres du Parti communiste décrits par Bernard Pudal, leur carrière militante a entraîné des décalages par rapport à leur milieu d'origine, notamment dans leur

rapport à la culture, fondé sur une bonne volonté pas forcément partagée dans leur milieu d'origine. L'historien allemand Alf Lüdtke parle de l'*Eigensinn* des groupes ouvriers, c'est-à-dire le « quant-à-soi », soit la capacité garder une autonomie par rapport aux volontés d'encadrement des élites, ou par rapport à son travail. Cet *Eigensinn* passe par des méta-résistances, par des phénomènes d'évitement ou par la blague. Il oppose aux tentatives d'encadrement un ethos ouvrier, c'est-à-dire un mode de vie. Or la volonté d'éducation populaire de Tourisme et travail semble s'être heurtée en partie à cet ethos. Beaucoup de vacanciers, malgré les objectifs fixés, se désintéressaient des aspects d'éducation populaire pour privilégier la joie d'être ensemble, la pure distraction, ou le shopping plutôt que les monuments historiques. On peut le percevoir à travers les rapports désabusés des dirigeants de Tourisme et travail, les comptes-rendus de voyages, ou des entretiens que j'ai pu mener avec d'anciens vacanciers. On touche là à un problème plus large. La France est l'un des rares pays européens, avec l'Italie, où un parti communiste fort s'est implanté après 1945. Sous son influence, un trait d'égalité a souvent été tracé entre groupes ouvriers, mouvement ouvrier et Parti communiste. Or il semble bien que ces trois ensemble soient loin d'être et d'avoir été superposables, même durant la période la plus faste du Parti communiste. L'enjeu des recherches sur les milieux populaires consiste donc en partie à faire la part de ces diverses influences, et à étudier les relations entre groupes ouvriers, mouvement ouvrier au sens large (associations, syndicats) et Parti communiste, afin de mieux comprendre les formes de politisation et de représentation. J'espère avoir contribué, à ma mesure, à cette histoire.