

Société

Les Français et les vacances

Club Med, Terres d'aventures, tourisme social et solidaire, art du bronzage et du farniente, activités sportives, rituel de l'apéritif, langage des corps sur la plage et stratégies de séduction... 45 millions de Français partent chaque année en vacances, espace-temps révélateur des différences sociales et des styles de vie qui façonnent notre regard sur l'autre et sur nous-même.

Le loisir fut longtemps l'apanage de l'aristocratie. L'avènement des congés payés et les lois sur la réduction du temps de travail ont entraîné une véritable démocratisation de l'accès au temps libre qui s'accompagne pourtant d'inégalités de plus en plus fortes en matière de départ et de consommations touristiques. Ainsi, la diversification de l'offre ne signifie pas forcément diversité des publics. Jeu de rôles autant que mode de distinction, le temps de vacances interroge plus que jamais nos représentations et nos usages du temps libre. Souvent négligés, les entrepreneurs de loisirs jouent aussi un rôle capital : maintenir l'écart entre les classes.

L'enquête de Bertrand Réau ouvre une réflexion passionnante sur le temps et la consommation des loisirs dans notre société. Une étude vivante et documentée sur les enjeux de la « fête du moi » que constituent les vacances.

Maître de conférences en sociologie à l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Bertrand Réau est docteur en sociologie de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales-École Normale Supérieure. Il est notamment l'auteur, avec Saskia Cousin, de Sociologie du tourisme (La Découverte, Repères, 2009).

19 € prix valable en France
ISBN : 978-2-271-07202-3



www.cnrseditions.fr

© Vincent Migeat / Agence VU.
Iconographie : J. da Cunha.
Maquette : BLEU ■



Bertrand Réau

Les Français et les vacances

Bertrand Réau

Les Français et les vacances



CNRS EDITIONS