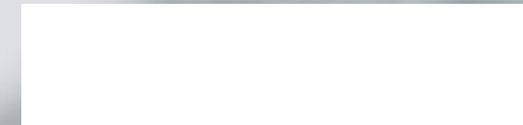
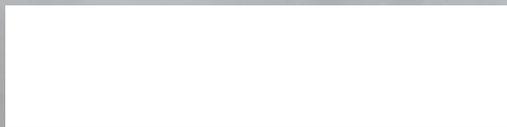


1^{er} février 2022



Résultats d'enquête



Les nouvelles inspirations des Français en
matière de vacances





Méthodologie et cible de l'enquête



Les types de vacances/week-ends déjà réalisés



Les vacances/week-ends dans les prochaines années



Les nouvelles tendances



Les vacances idéales



Les principaux éléments à retenir



Le contexte

- ≡ La **crise sanitaire** que traverse le monde depuis 2 ans a **bouleversé de nombreux champs de consommation** et particulièrement le tourisme. Frontières fermées, restriction de déplacements, appréhension de la contamination...

- ≡ Cette crise a permis de faire émerger et/ou de renforcer :
 - ≡ De nouvelles tendances comme le local, l'écologie, la solidarité
 - ≡ De nouvelles pratiques de consommation, de mobilité et de tourisme

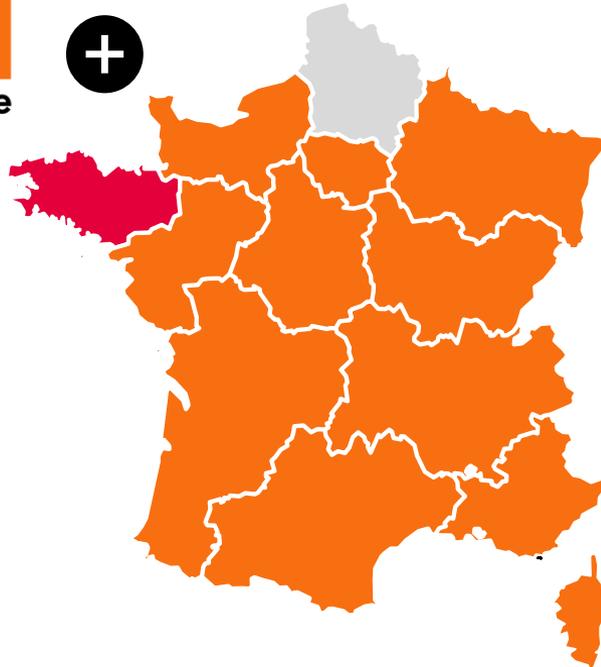
- ≡ Alors qu'aujourd'hui, l'avenir de cette crise mondiale reste encore flou, **quelles seront les pratiques actuelles et tendances pérennes et quelles seront celles qui s'éteindront avec le virus ?**

Pour répondre à ces questions

Un partenariat d'envergure : 24 partenaires

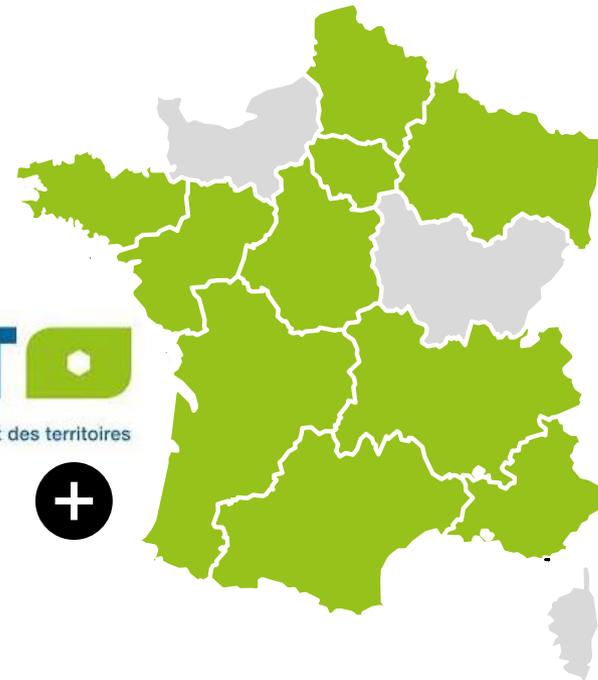
12 Comités Régionaux
de Tourisme

ADN
Tourisme



10 UNAT Régionales

UNAT
Le tourisme
au service des hommes et des territoires



Une méthodologie d'étude en 3 phases

Phase 1

Une étude qualitative avec pour objectifs :

- ≡ explorer les nouvelles tendances des Français en matière de vacances
- ≡ Faire émerger les nouvelles envies, au-delà des adaptations nécessaires liées au contexte actuel
- ≡ apporter des éclairages sur la perception des concepts de tourisme responsable et de tourisme social et solidaire

Phase 2

Les objectifs de l'étude quantitative :

- ≡ Mesurer/quantifier le poids des nouvelles tendances
- ≡ Infirmer/confirmer les tendances issues de la phase 1

Phase 3

Les objectifs de la phase 3 :

- ≡ Réalisée à m+6 ou m+12
- ≡ Mesurer/comparer le poids des nouvelles tendances identifiées dans les phases précédentes pour infirmer/confirmer leur inscription dans le temps

Une méthodologie d'étude en 3 phases

Phase 1 : enquête qualitative

Phase 1

“*opinionway*”

Au cours du mois de juin 2021

Une communauté
en ligne dédiée
sur 5 jours
avec 48 participants



Des entretiens
individuels de 60 min
auprès de
6 prescripteurs
potentiels



4 focus groupes de
2H30
réunissant 6 à 7
participants issus de
la communauté

- » Des partants en hébergement marchand
- » Praticants ou non du TR
- » Praticant ou non du TSS
- » Familles avec enfants et Jeunes actifs sans enfants
- » Mixité CSP / Lieu de résidence

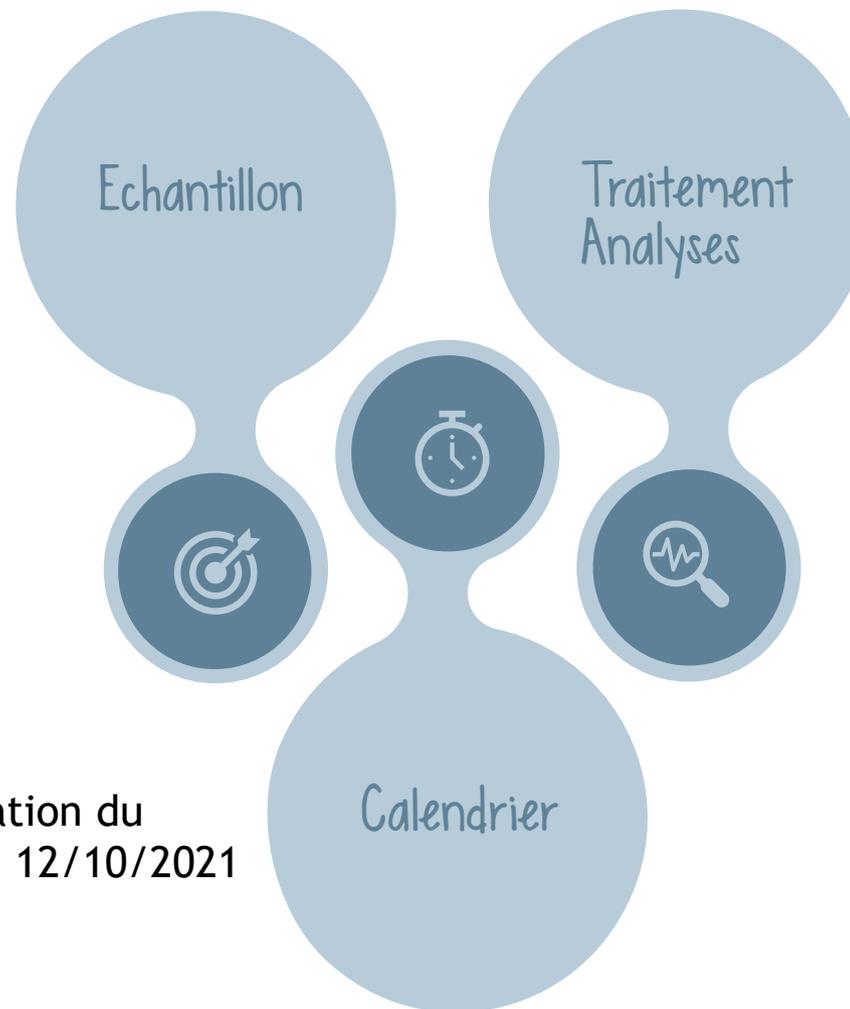
Une méthodologie d'étude en 3 phases

Phase 2 : enquête quantitative

5 555 Français représentatifs
de la population française

Access panel : **respondi**
CLOSE TO PEOPLE

Phase 2

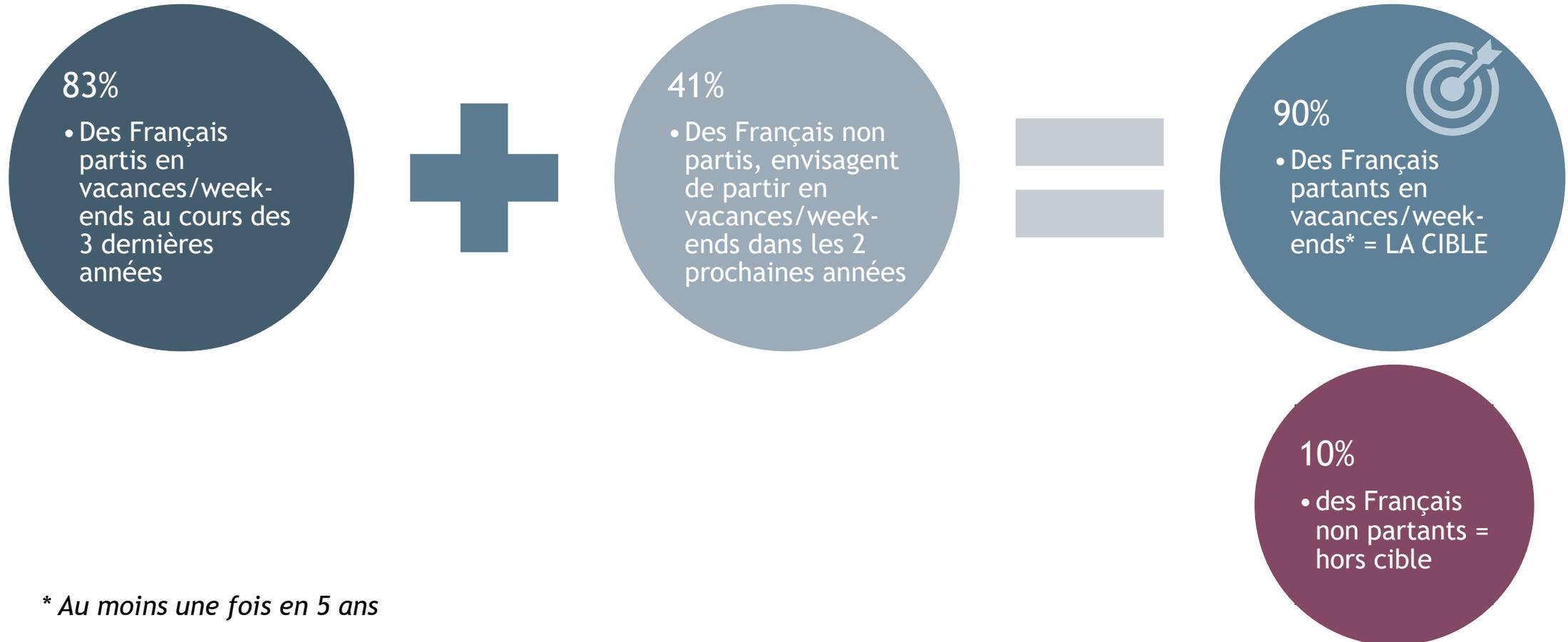


Interrogation du
28/09 au 12/10/2021

Réalisés par **Tourisme BRETAGNE** ^{BE}

Qui observons-nous ?

Définition de la cible retenue



* Au moins une fois en 5 ans



Les vacances/WE déjà réalisés - année normale et avant la crise COVID-19

2 représentations et motivations bien distinctes

L'étranger = vacances « qui sortent de l'ordinaire »

- Distance / Eloignement
- Différences culturelles → l'inconnu
- Adaptation plus ou moins aisée (plus d'organisation, barrière de la langue)
- L'impression de vacances « uniques » → « une fois dans une vie »
- La localisation : un univers d'évocation puissant → (« je pars en Grèce », en « Thaïlande ». L'évocation de la destination suffit à convoquer des images paradisiaques, styles de vie, découverte culturelle)
- L'assurance d'avoir du beau temps
- Pour certains et selon la destination, un pouvoir d'achat supérieur et l'occasion d'en profiter davantage

VS

La France = vacances « chez soi »

- Proximité
- Similarités culturelles → un terrain « conquis » / connu
- Facilité (logistique, communicationnelle)
- L'impression de vacances « que l'on pourra peut-être refaire »
- Pour certains, des vacances jugées plus couteuses vs. mêmes prestations à l'étranger



« J'explore moins quand je suis en France, je me dis que je pourrais revenir, même pour un week-end. A l'étranger je fais des km parce que je veux tout voir ! » (actifs)

> Des vacances mémorables et uniques

> Des vacances récréatives et faciles

5 grandes facettes de vacanciers



Les vacanciers ont chacun plusieurs facettes. Ils peuvent passer de l'une à l'autre selon leurs envies du moment, le type de vacances qu'ils désirent, la période de l'année, leurs accompagnants...

Les Farniente



#37%

Les Explorateurs



#26%

Les Casaniers



#20%

Les Hyperactifs



#10%

Les Sportifs



#8%

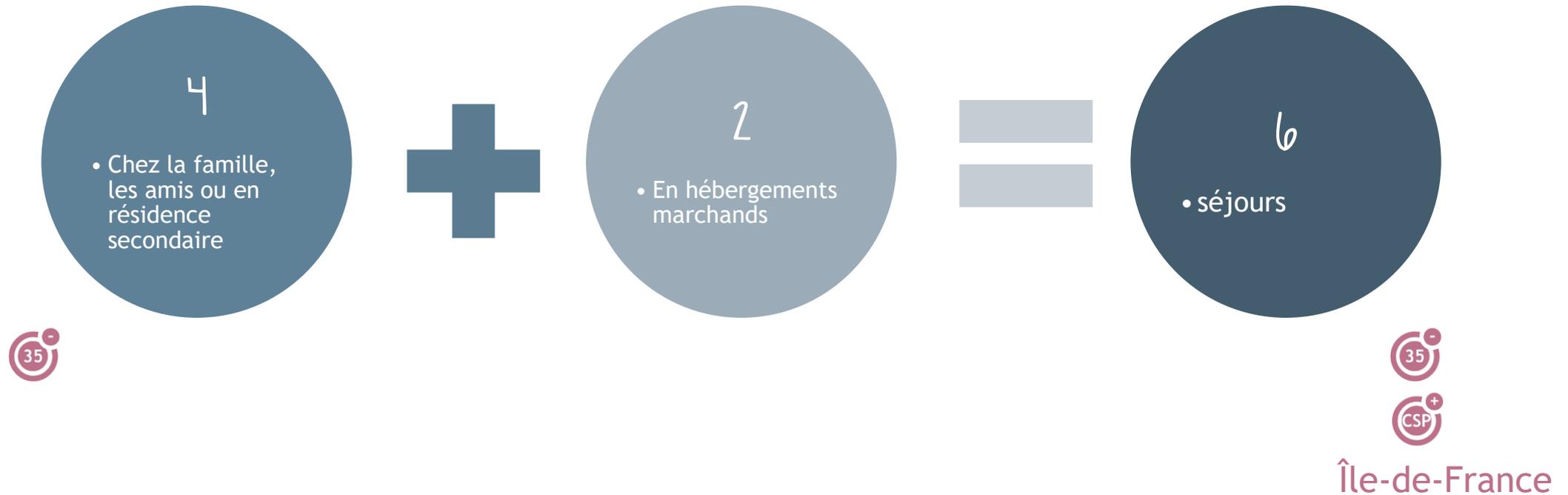
Avec des vacances qui riment avec ...

... Détente, relaxation, dépaysement et déconnexion...



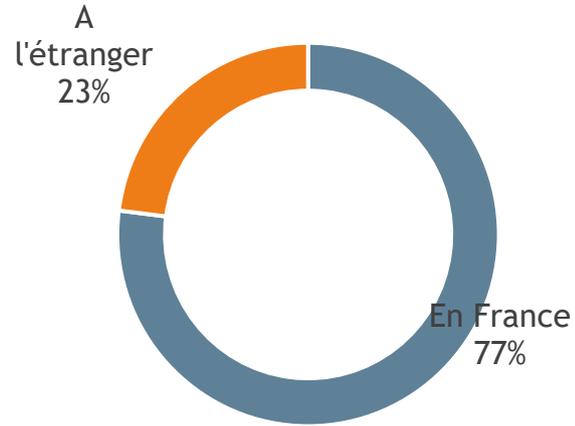
Les séjours réalisés dans une année normale

Tous séjours confondus



Profils des séjours en hébergements marchands

réalisés dans une année normale - détail de 5 séjours marchands maximum



Environnement



52%



24%



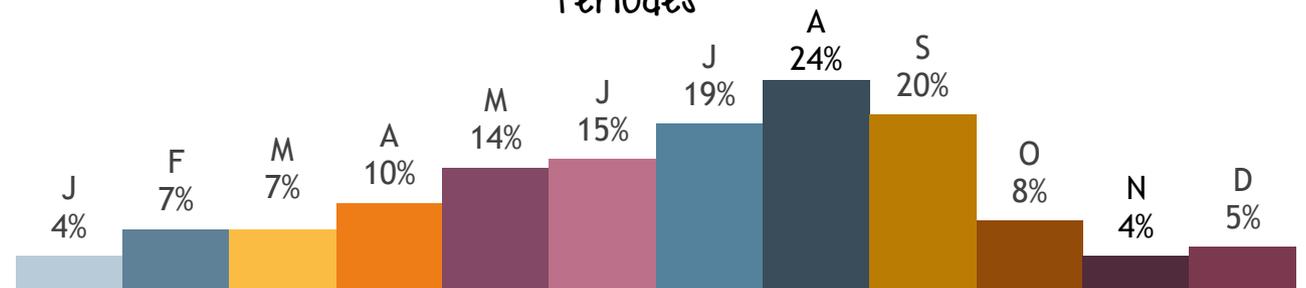
23%



21%

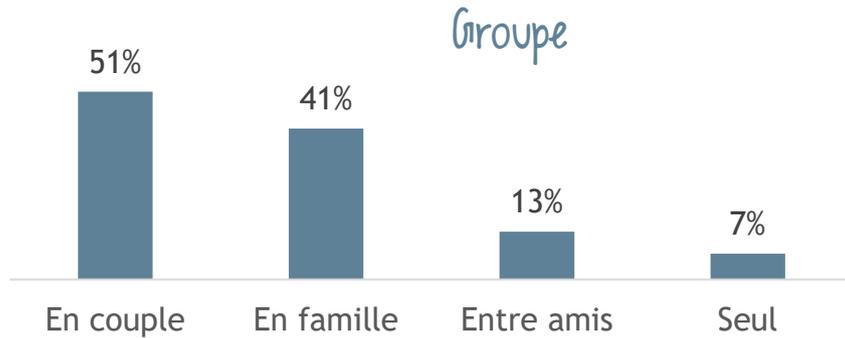
7,8 jours en moyenne par séjour

Périodes

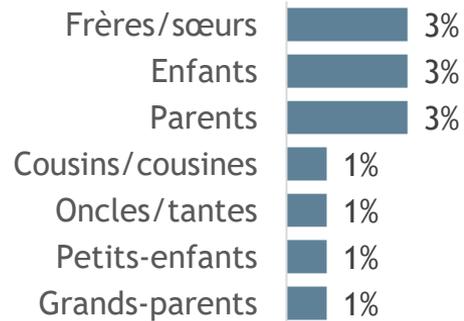


Profils des séjours en hébergements marchands

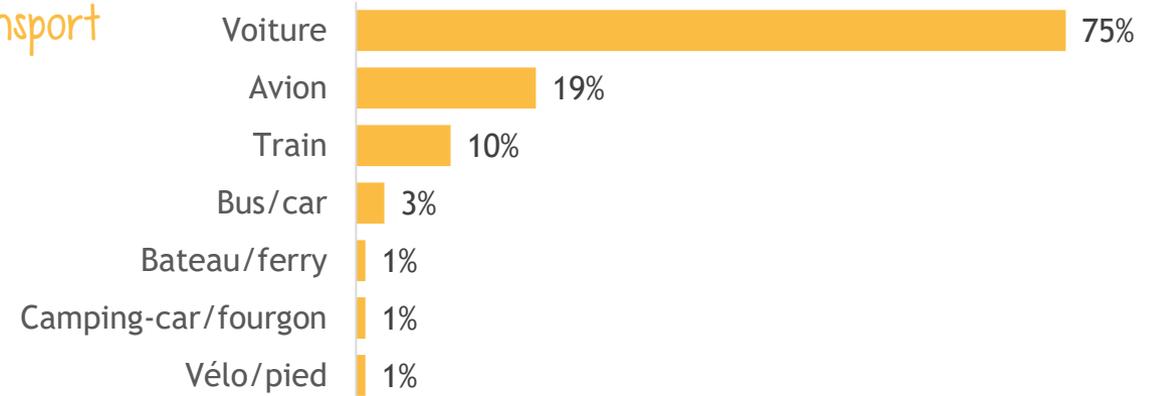
réalisés dans une année normale - détail de 5 séjours marchands maximum



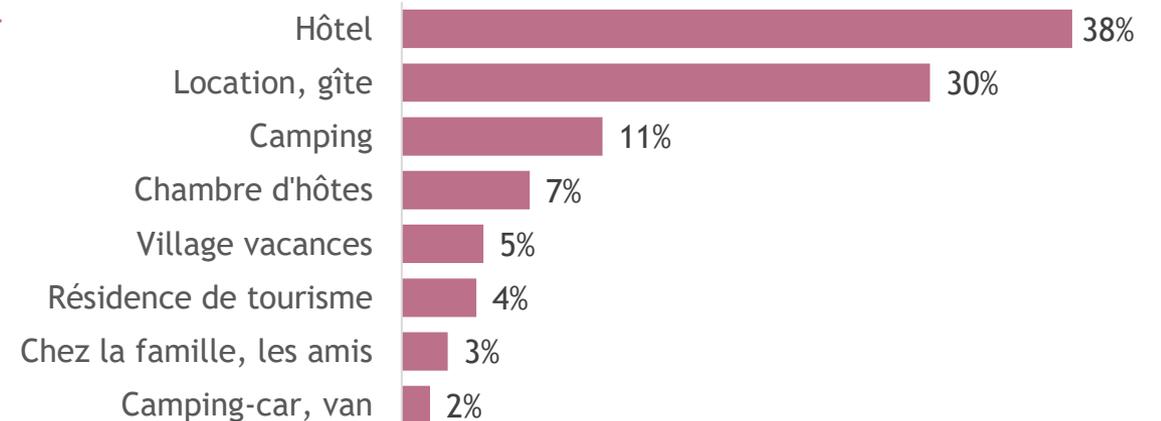
Avec des membres :
- de votre foyer : 31%
- extérieurs à votre foyer : 9%



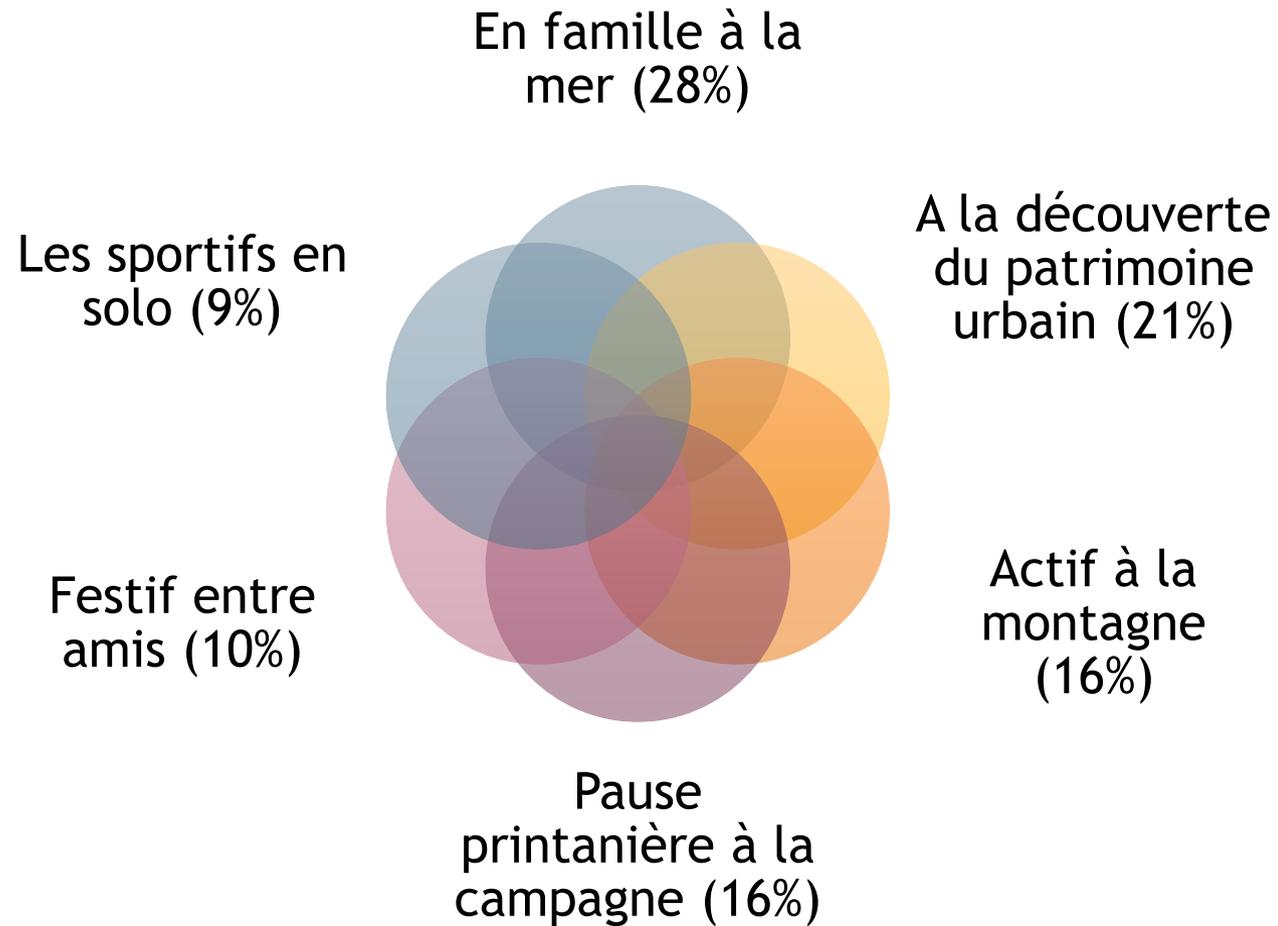
Mode de transport



Hébergement



Profils des séjours en hébergements marchands réalisés dans une année normale



Les séjours réalisés dans une année normale

En famille à la mer (28%)

Environnement



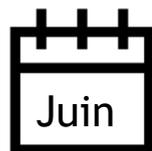
91%
(40%)

Périodes



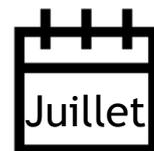
Mai

13%
(8%)



Juin

17%
(9%)



Juillet

27%
(12%)



Août

35%
(16%)

Vacanciers



Famille avec enfants 50%
(32%)

France



84%
(77%)

Hébergement



Camping

18%
(11%)

motivations



repos, détente, relaxation

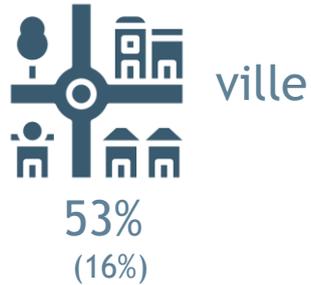
59%
(52%)



Les séjours réalisés dans une année normale

A la découverte du patrimoine urbain (21%)

Environnement



Périodes



Vacanciers



Couple
71%
(44%)



sans enfant
74%
(67%)

Etranger



50%
(23%)

Hébergement



56%
(37%)

motivations



Découverte & enrichissement

59%
(53%)

Les séjours réalisés dans une année normale

Actif à la montagne (16%)

Environnement

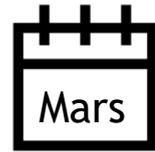


81%
(13%)

Périodes



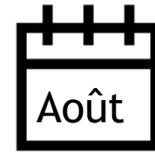
17%
(4%)



12%
(4%)



8%
(3%)



35%
(16%)

Vacanciers



Famille avec enfants 47%
(32%)

France



94%
(77%)

Hébergement



location

41%
(30%)



RT

7%
(4%)

motivations



Retour nature

28%
(20%)



Sports et sensations

12%
(8%)

Les séjours réalisés dans une année normale

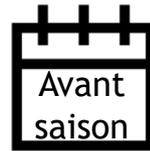
Pause printanière à la campagne (16%)

Environnement



100%
(16%)

Périodes



27%
(22%)

Vacanciers



Couple
54%
(44%)

France



96%
(77%)

Hébergement



Chambre d'hôtes

13%
(7%)



location

36%
(30%)

motivations



Retour nature

26%
(20%)

Les séjours réalisés dans une année normale

Festif entre amis (10%)

Environnement



24%
(16%)

Vacanciers



Entre amis

100%
(8%)



84%
(67%)

Etranger



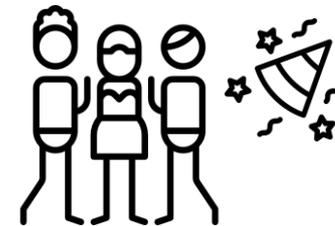
30%
(23%)

Âge

18-24 ans

19%
(9%)

motivations



Convivialité & partage

38%
(29%)

Les séjours réalisés dans une année normale

Les sportifs en solo (9%)

Environnement



ville

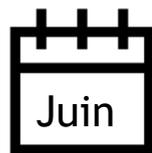
28%
(16%)

Périodes



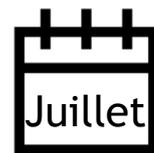
Mai

13%
(8%)



Juin

17%
(9%)



Juillet

27%
(12%)



Août

35%
(16%)

Vacanciers



100%
(7%)



88%
(67%)

France



84%
(32%)

Hébergement



Famille - amis
6%
(3%)

Lieu de résidence



Île-de-France
26%
(17%)

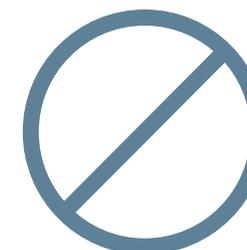
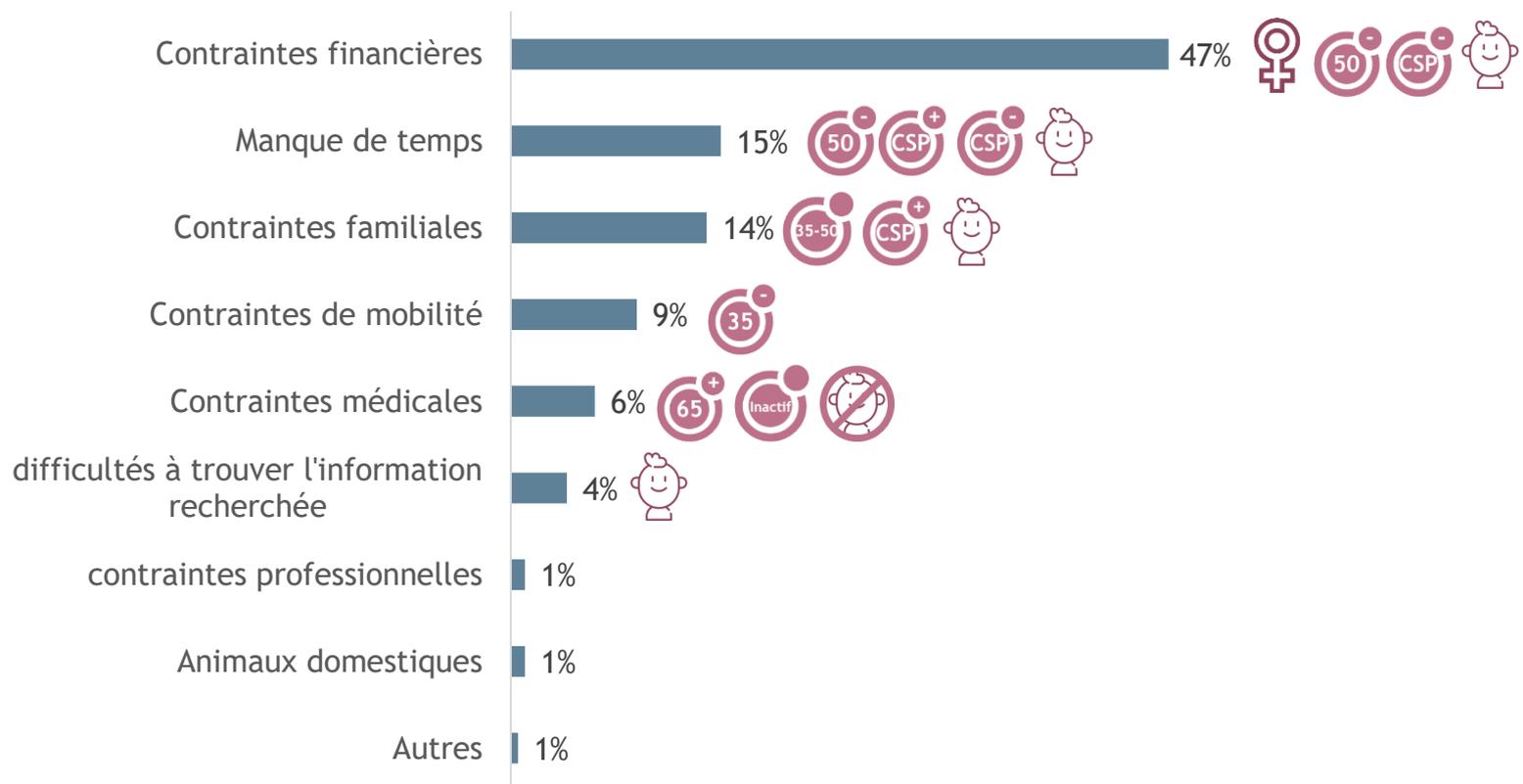
motivations



Sports et sensations
11%
(8%)

Des Français globe trotteurs

Avec des contraintes pour organiser leurs vacances



33%

estiment n'avoir aucune contrainte



Les vacances dans les prochaines années



Les éléments essentiels à leur réussite



Triés par ordre d'importance

Beaux temps,
météo, soleil

Calme, tranquillité

Nature

Amis

Découverte

Repos

Activités

Bien-être

Détente

Prix, argent

Mer

Déconnexion

Dépassement

Famille

Convivialité

Organisation

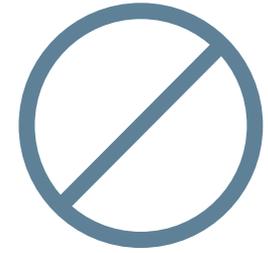
Confort

Beau lieu

Hébergement,
logement

Plaisir

Les éléments rédhibitoires



Triés par ordre d'importance

Mauvais temps,
météo

Argent, coût

Logement,
hébergement

Saleté

Prix élevés, trop
cher

Froid

Stress

Ennui

Bruit

Manque de
confort, inconfort

Distance, loin

Pluie

Ville

Maladie, santé

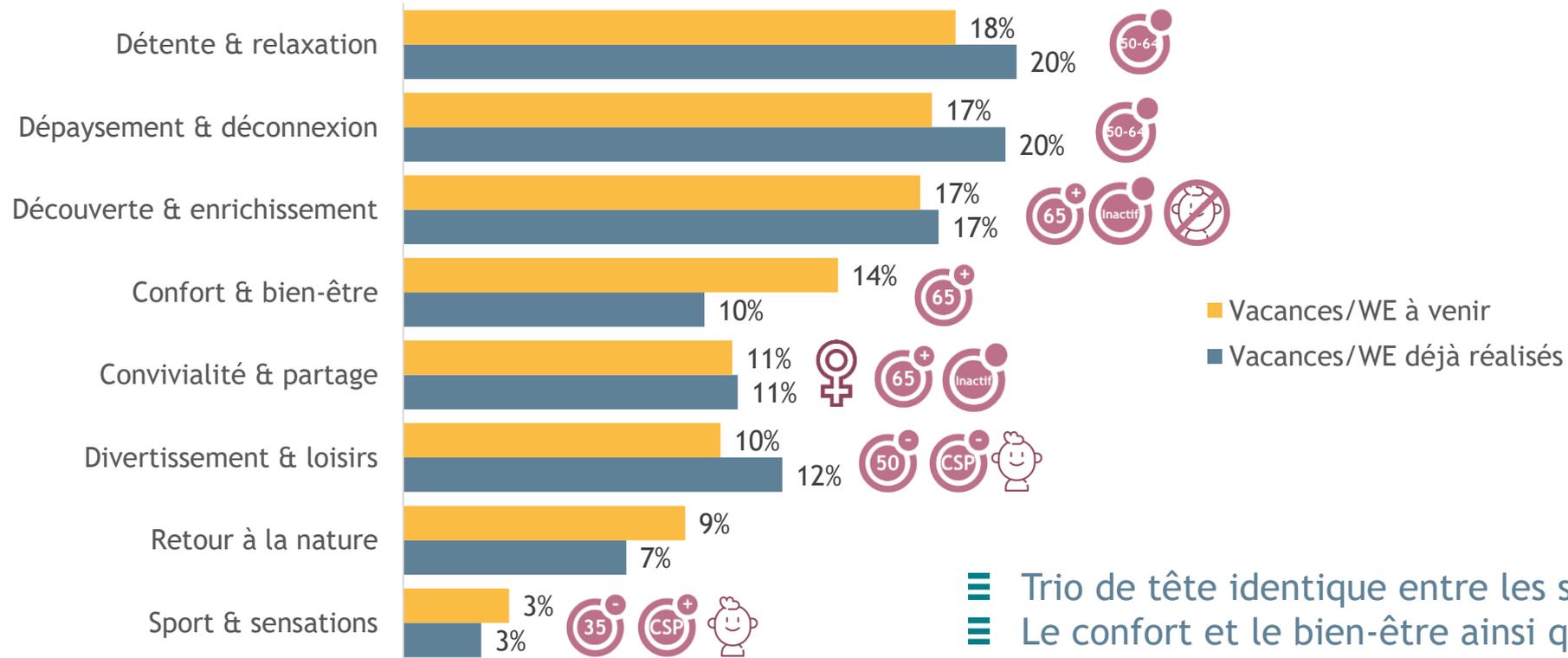
Monde, foule

Lieu

Insécurité

Thématiques à privilégier à l'avenir

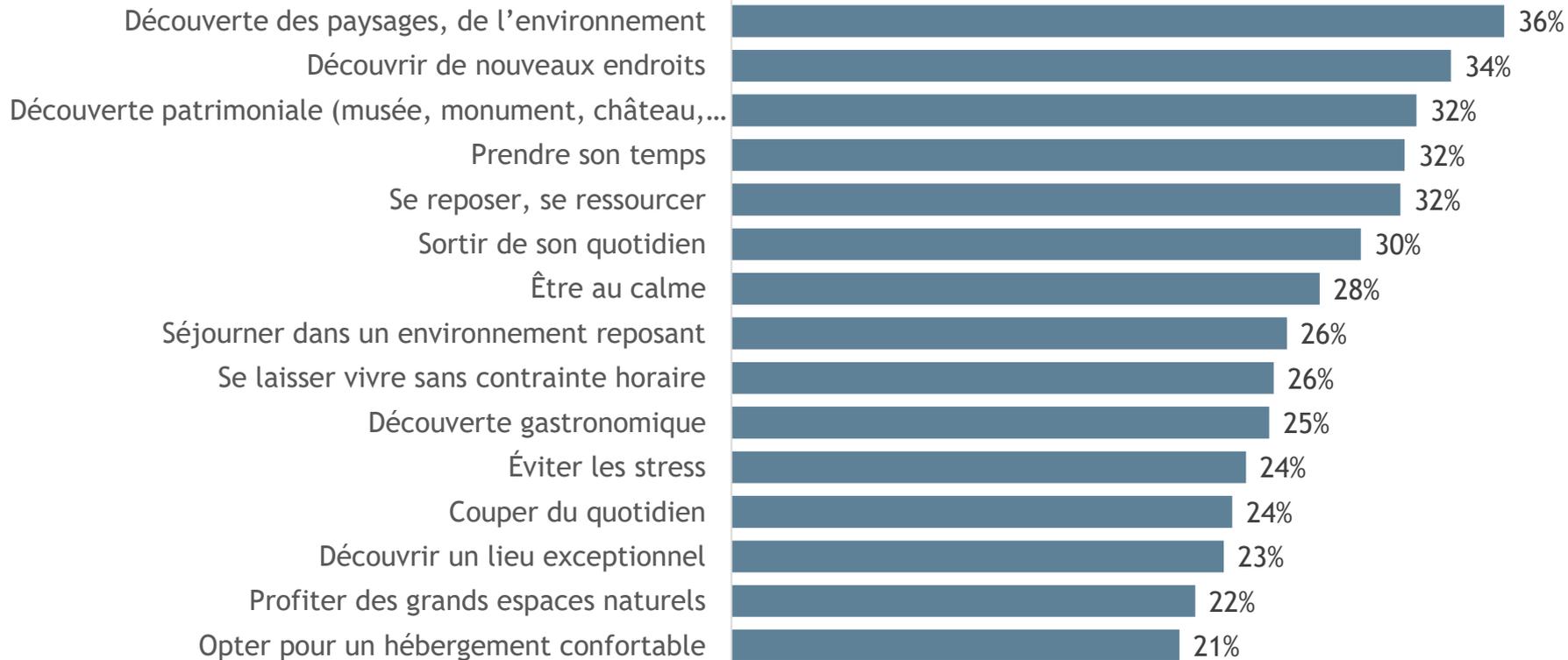
Comparaison avec les séjours déjà réalisés (total 100% pour comparaison)



- ≡ Trio de tête identique entre les séjours souhaités et réalisés
- ≡ Le confort et le bien-être ainsi que le retour à la nature privilégiés pour les séjours à venir

Thématiques à privilégier à l'avenir

Qu'entendent-ils par découverte, enrichissement, dépaysement, déconnexion, détente, relaxation...?



**Détente
& Relaxation** 47%



**Dépaysement
& Déconnexion** 45%

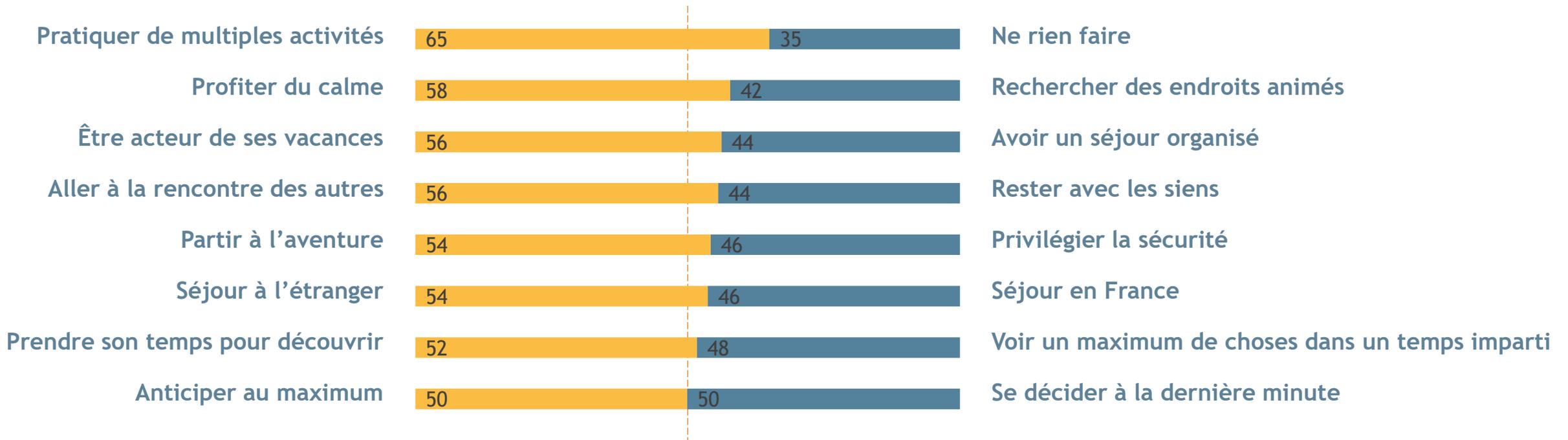


**Découverte
& Enrichissement** 44%



**Confort
& Bien-être** 37%

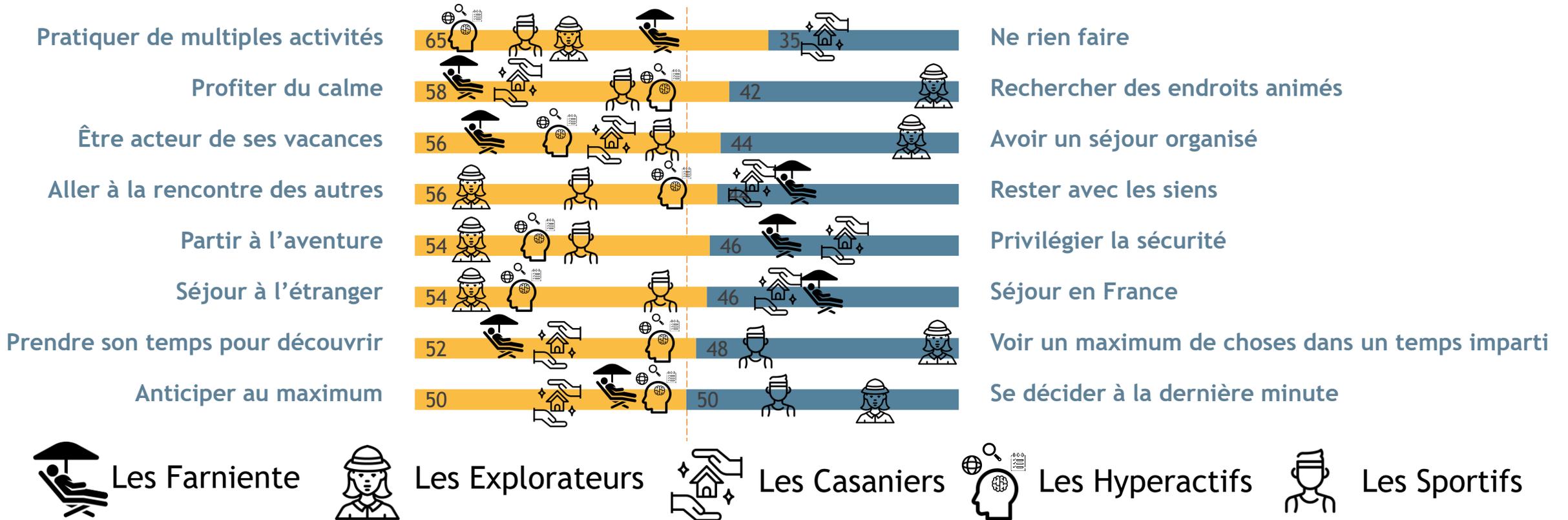
A l'avenir, que recherchez-vous pour vos vacances ?



- ≡ Des aspirations peu tranchées
- ≡ Paradoxe entre la recherche d'activités et de calme

A l'avenir, que recherchez-vous pour vos vacances ?

Par profil de vacanciers

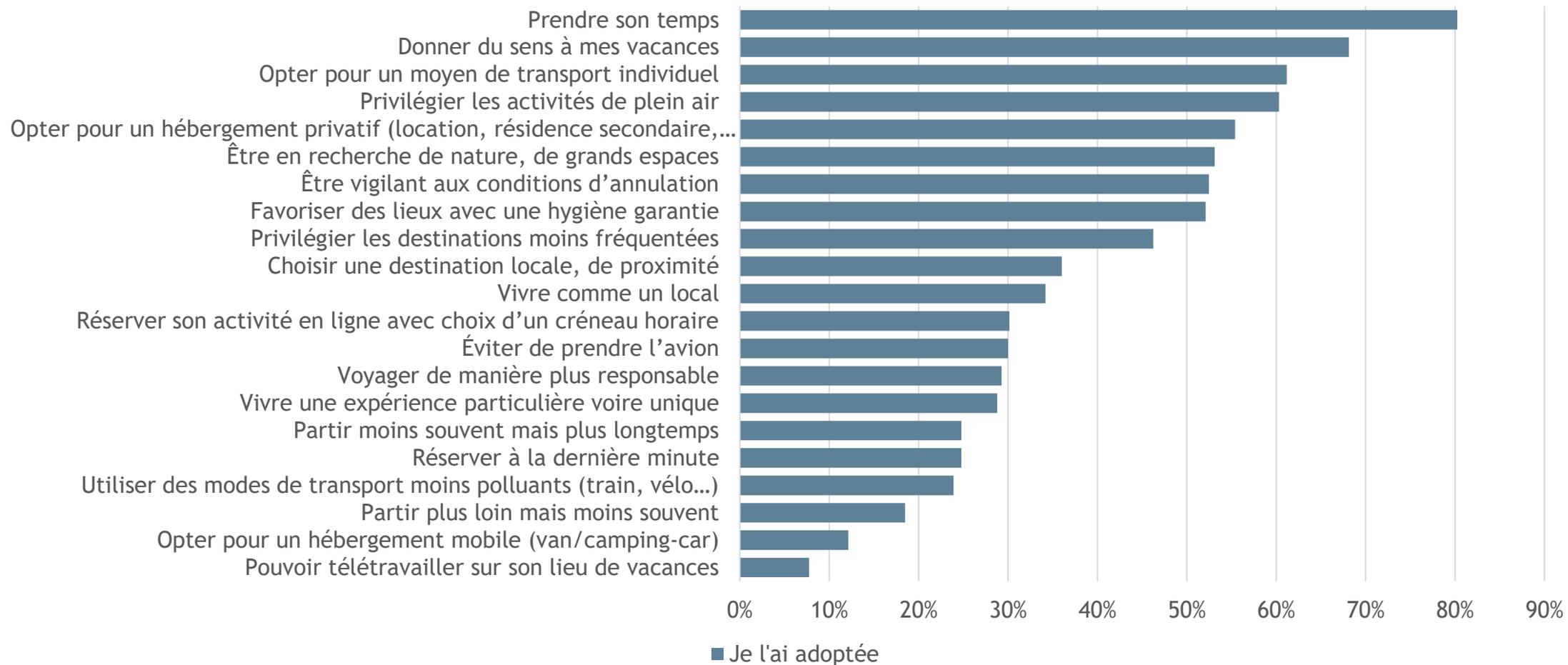


Les nouvelles tendances en matière de tourisme



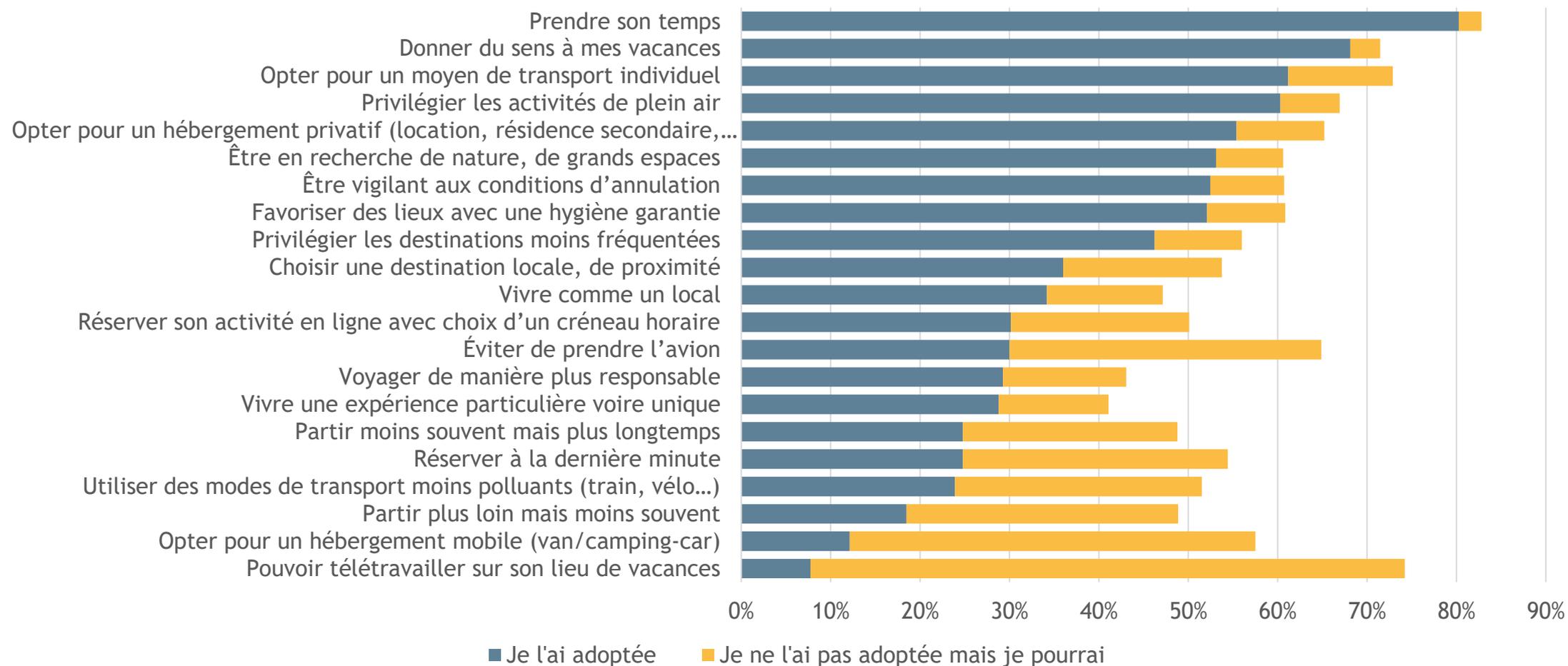
Les nouvelles tendances en matière de tourisme

Les tendances d'ores et déjà adoptées



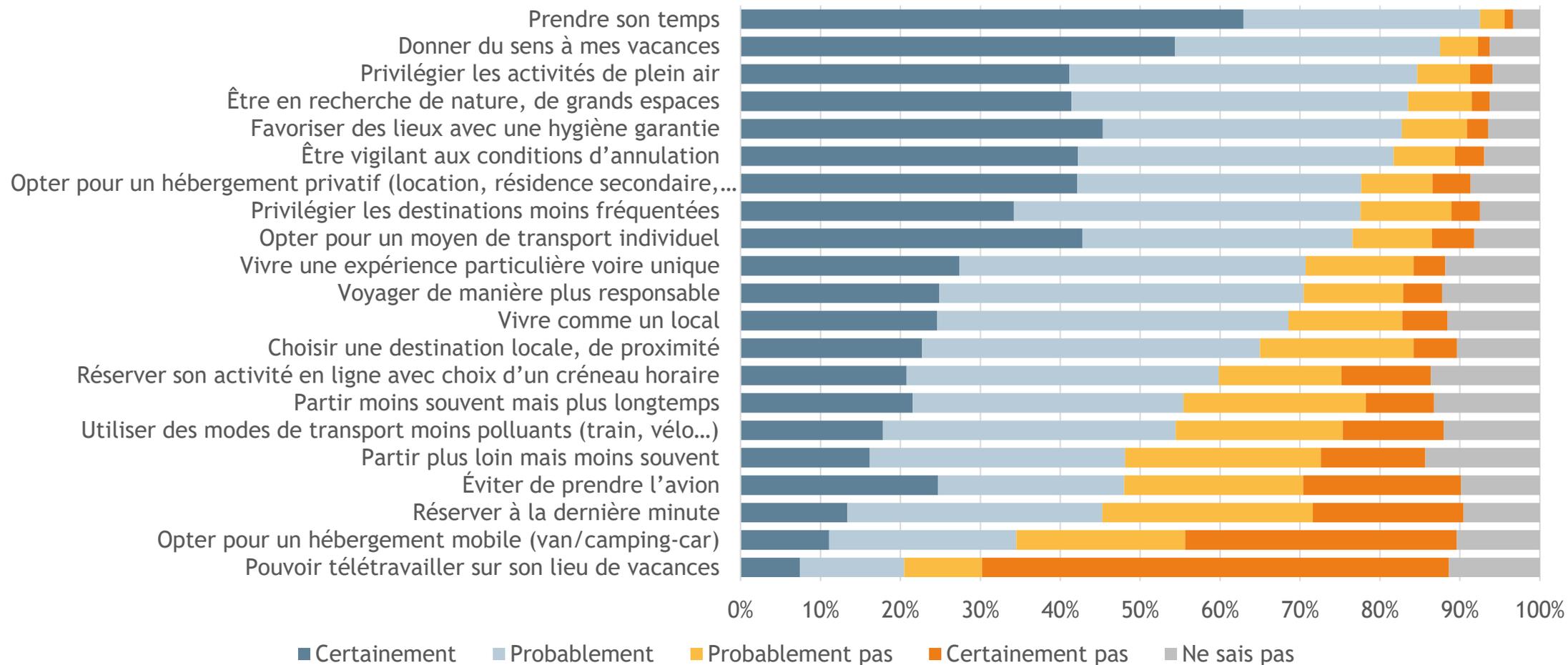
Les nouvelles tendances en matière de tourisme

Les tendances d'ores et déjà adoptées et qui pourraient l'être



Les nouvelles tendances en matière de tourisme

Celles que les Français envisagent d'adopter une fois la crise Covid-19 terminée



Les nouvelles tendances en matière de tourisme

Lesquelles perdureront ?

Adoption après la crise ?

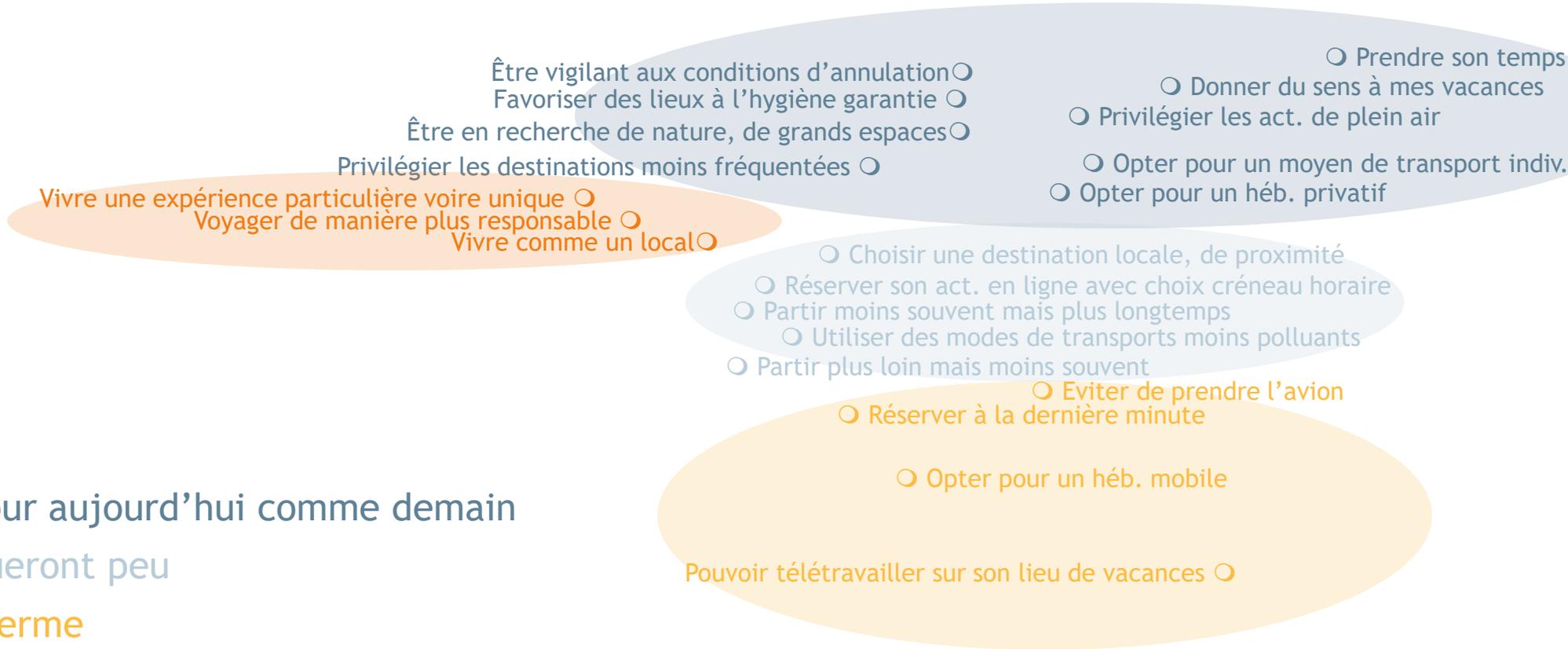


Les tendances fortes pour aujourd'hui comme demain

Les tendances qui évolueront peu

Les tendances à court terme

Les tendances sur le long terme



Adoption actuelle ou possibilité d'adoption ?

Les nouvelles tendances en matière de tourisme - Tourisme responsable



L'image du Tourisme Responsable

Qu'est-ce que cela vous évoque ? (question ouverte)



Un tourisme qui **tient compte de ses impacts**

Un tourisme qui **respecte la nature et l'environnement**

Respect des **populations locales** et préservation de la nature

Faire attention à l'**impact** de ses vacances **sur la planète**

Faire attention **aux modes de transport plus responsables, consommer local**

Eviter les lieux trop fréquentés

Eviter de prendre l'avion, **transports moins polluants**, faire ses déplacements en vélo

Partir et consommer local

Faire attention aux modes de transport plus responsables, consommer local, **privilégier les destinations en France**

Essayer d'adopter une attitude responsable pour préserver les lieux

Même en vacances penser à l'écologie et à sa consommation

Préserver les **lieux et les populations**

De ne pas tout polluer sur son passage

Respecter les locaux, la propreté, les coutumes

C'est une façon de voyager qui **s'oppose au tourisme de masse**

Des vacances pas trop loin, consommer local

Privilégier les modes de déplacement doux ou communs, faire le **tri des déchets**

Limitier son empreinte carbone

Privilégier des **activités en accord avec la nature et en la respectant**

Voyager le plus possible en **vélo ou a pied** une fois sur place

Vacances écolo **sans prendre la voiture**

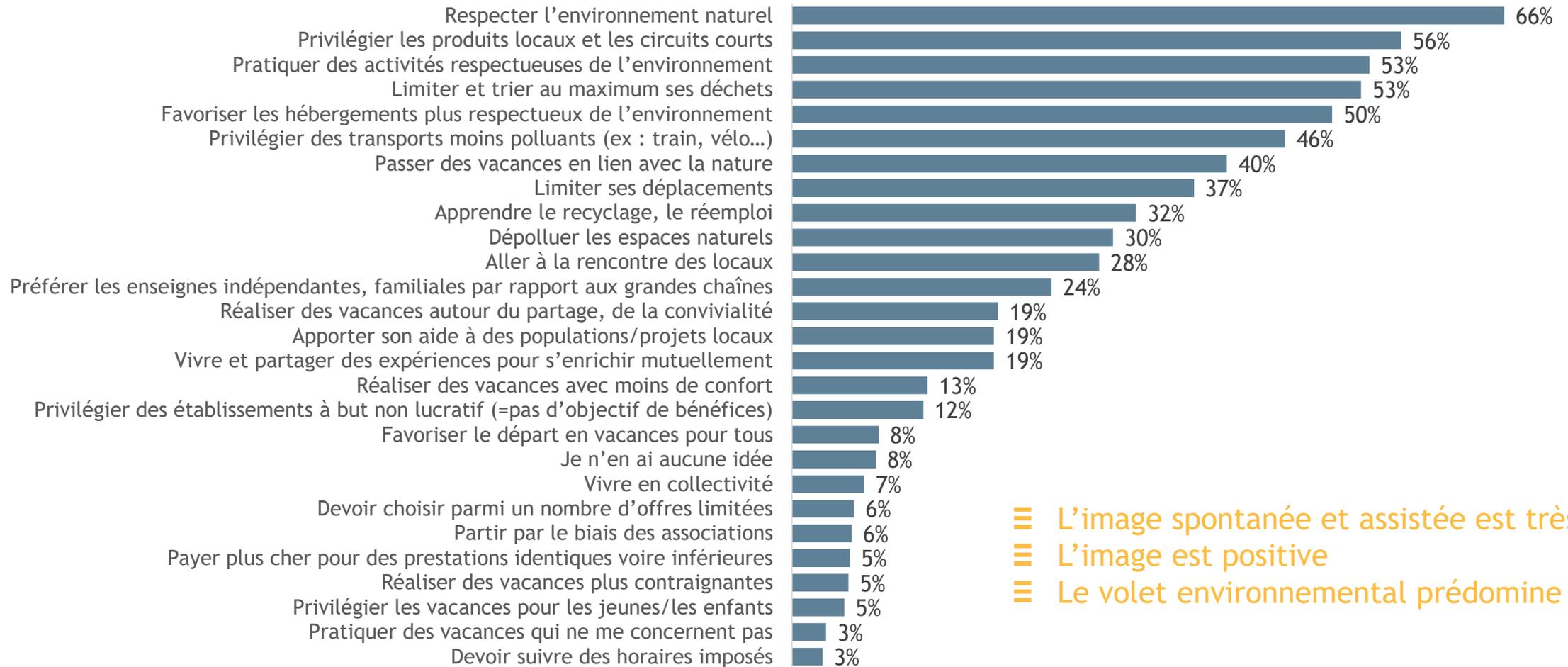
Participer a la **vie locale** lors de son voyage



- ≡ Impacts environnementaux
- ≡ Respect des populations
- ≡ Préservation
- ≡ Modes de transport
- ≡ Consommer local
- ≡ Partir local
- ≡ Tri des déchets
- ≡ Partage

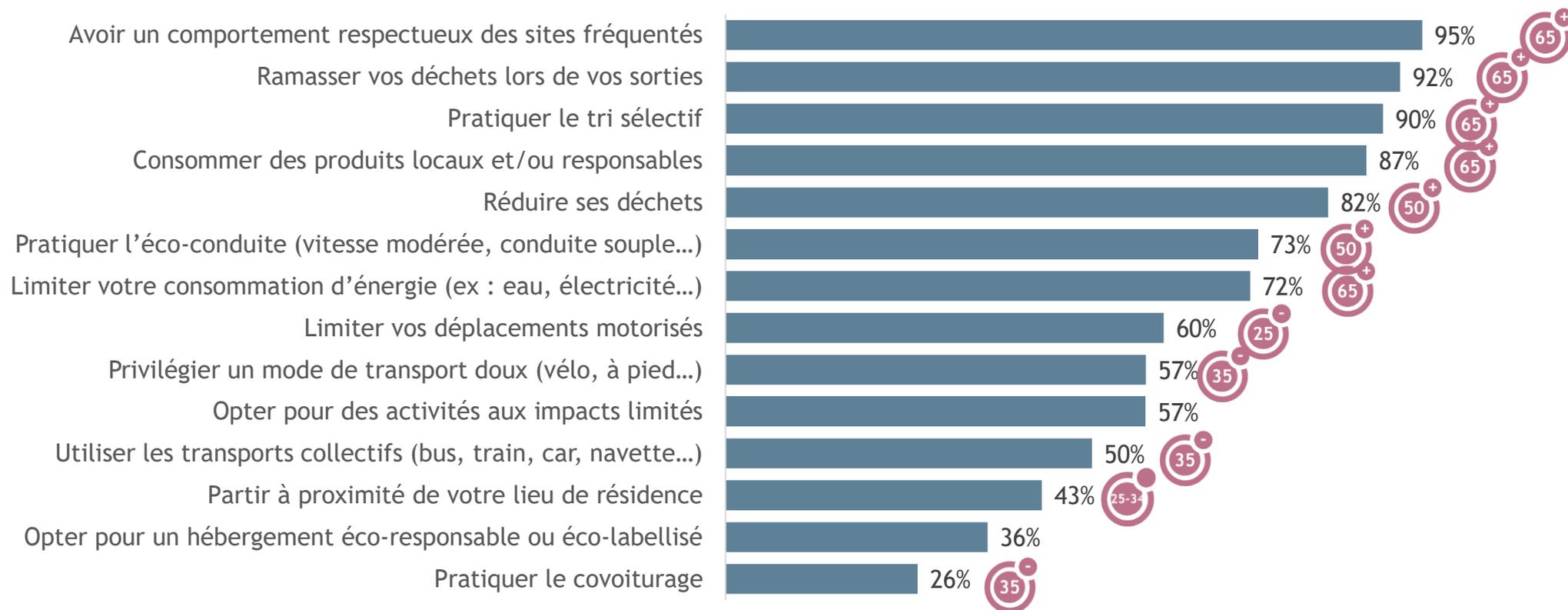
L'image du Tourisme Responsable

Les propositions qui correspondent à l'image qu'ils en ont (question fermée)



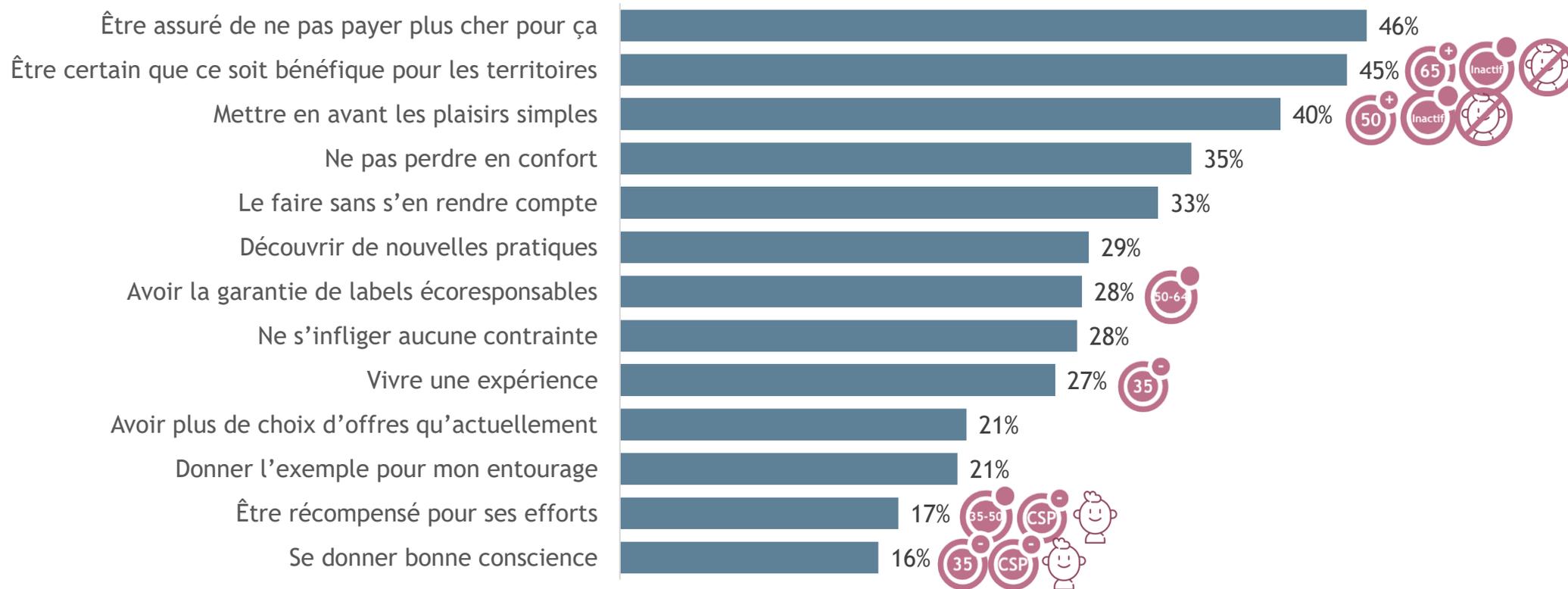
- ≡ L'image spontanée et assistée est très proche
- ≡ L'image est positive
- ≡ Le volet environnemental prédomine

Les initiatives régulièrement adoptées



Des initiatives probablement renforcées à l'avenir (les jeunes pratiquent encore plus les initiatives moins pratiquées)

Les arguments qui inciteraient à réaliser des vacances plus responsables



≡ Réassurance, plaisir, confort...

Les nouvelles tendances en matière de tourisme - Tourisme social et solidaire



L'image du Tourisme social et solidaire

Qu'est-ce que cela vous évoque ? (question ouverte)



Rien du tout

Pas grand-chose

Je ne sais pas

Aucune idée

Doit permettre à **tout le monde de prendre des vacances** et il regroupe les **associations** qui se mobilisent pour

Un tourisme qui **bénéficie directement aux populations locales**

Faire du tourisme en allant à la **rencontre** des locaux et **partager**

Partir dans un pays étranger, aller **vivre chez l'habitant** et **aider** à la vie de tous les jours

Vivre comme un local, aider les populations locales par différentes actions

S'aider mutuellement faire partir les **nécessiteux** avec des associations ou restos du cœur par exemple

Un tourisme plus en phase avec les **acteurs locaux**

Vacances pour tous

Pour **se rendre utile** pour que ce soit bénéfique pour la population locale

Partir en vacances des **personnes socialement en difficulté**

Partage et échange avec **d'autres vacanciers**

Partage et aide aux **plus démunis**

Loisirs des vacances et des pratiques touristiques pour le plus grand nombre

Un tourisme **plus respectueux des personnes et de l'environnement**

Vivre avec les locaux, manger local, **faire vivre la commune ou le pays visité**

Permettre l'accès du tourisme à tous, aider les gens sur place

Vacances gérées via des **associations, des centres de vacances familiaux, échanges de résidences**

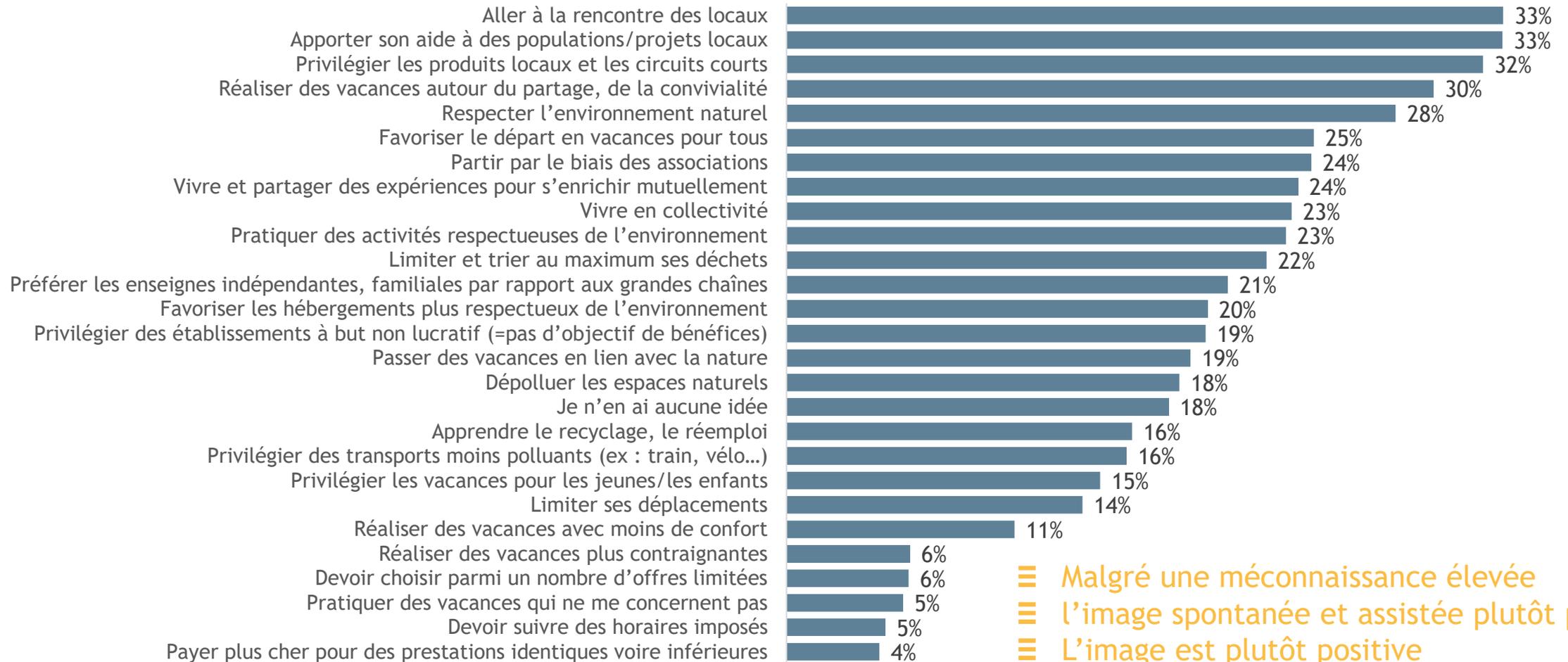
Être hébergé chez l'habitant et **participer à des projets**



- ≡ Méconnaissance
- ≡ Vacances pour tous
- ≡ Bénéfices locaux
- ≡ Partage
- ≡ Aide
- ≡ Respect des personnes
- ≡ Respect de l'environnement
- ≡ Associations

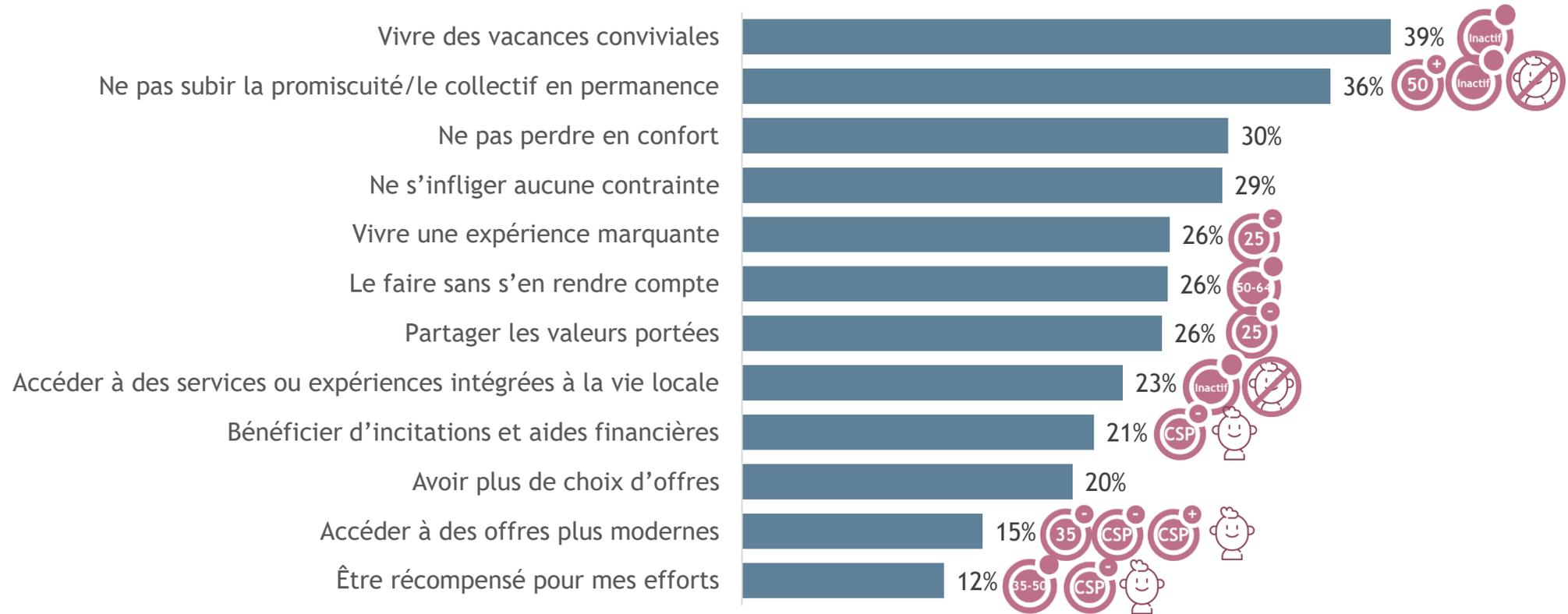
L'image du Tourisme social et solidaire

Les propositions qui correspondent à l'image qu'ils en ont (question fermée)



≡ Malgré une méconnaissance élevée
≡ l'image spontanée et assistée plutôt proche
≡ L'image est plutôt positive

Les arguments qui inciteraient à réaliser des vacances plus sociales et solidaires

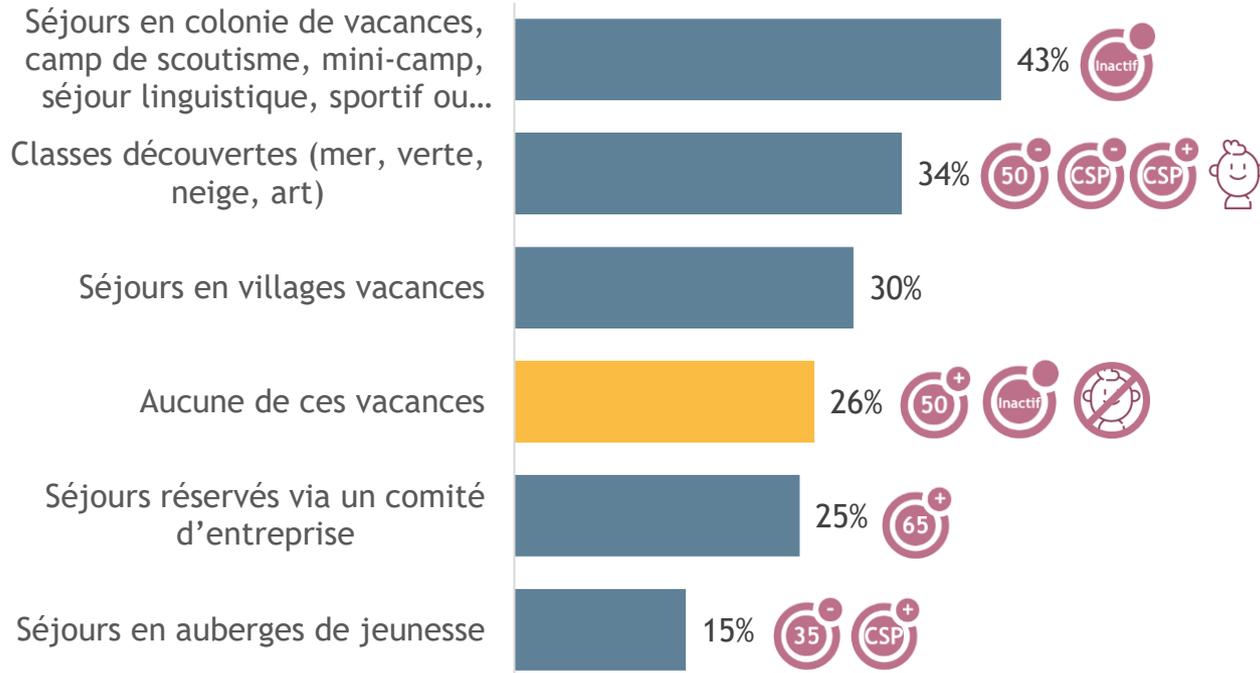


Plaisir, réassurance, confort, expérience...

Les séjours collectifs réalisés par...

Des séjours qui font partie des vacances des Français

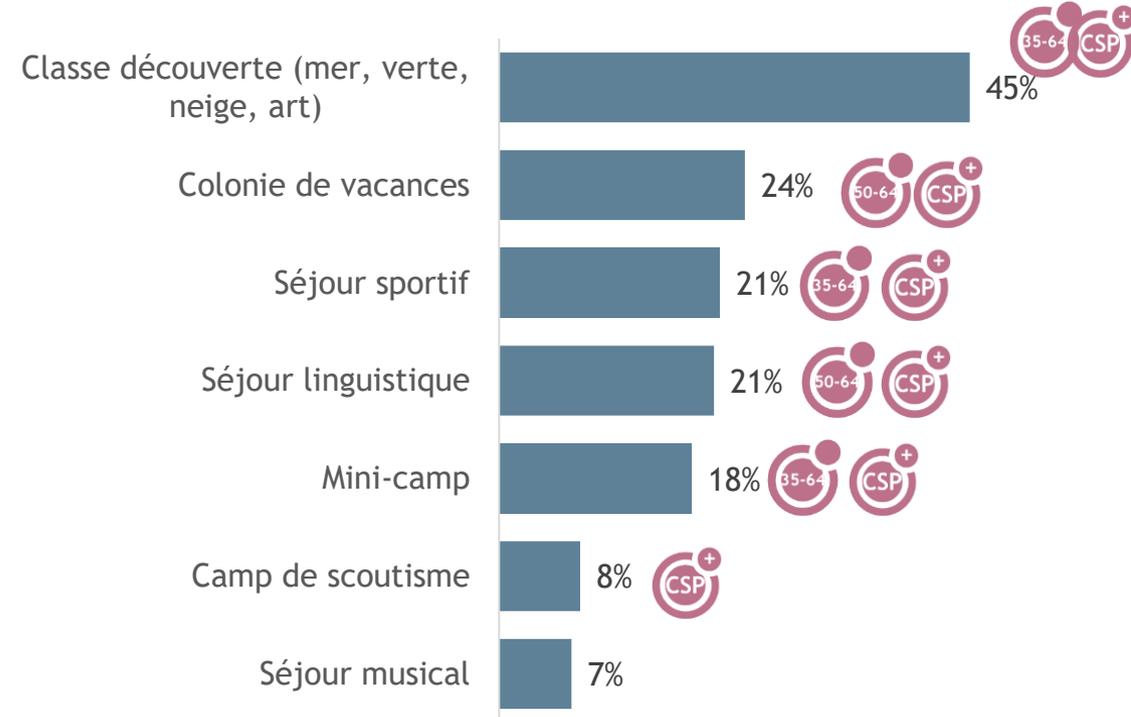
... le répondant



74%

des répondants ont déjà réalisé au moins un séjour collectif

... son/ses enfants

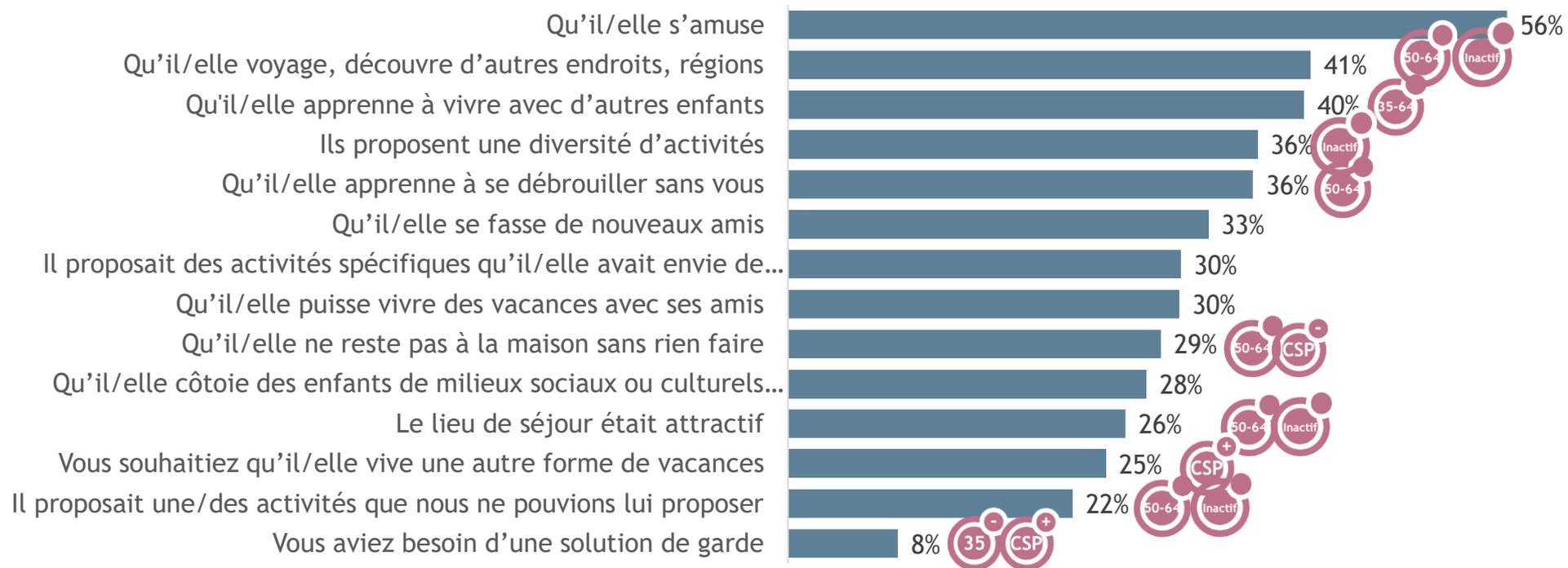


59%

des enfants ont réalisé au moins un séjour collectif (au moins 1 par famille)

A noter : les classes découvertes ne sont pas des temps de vacances, mais des temps scolaires dans le cadre de séjours collectifs

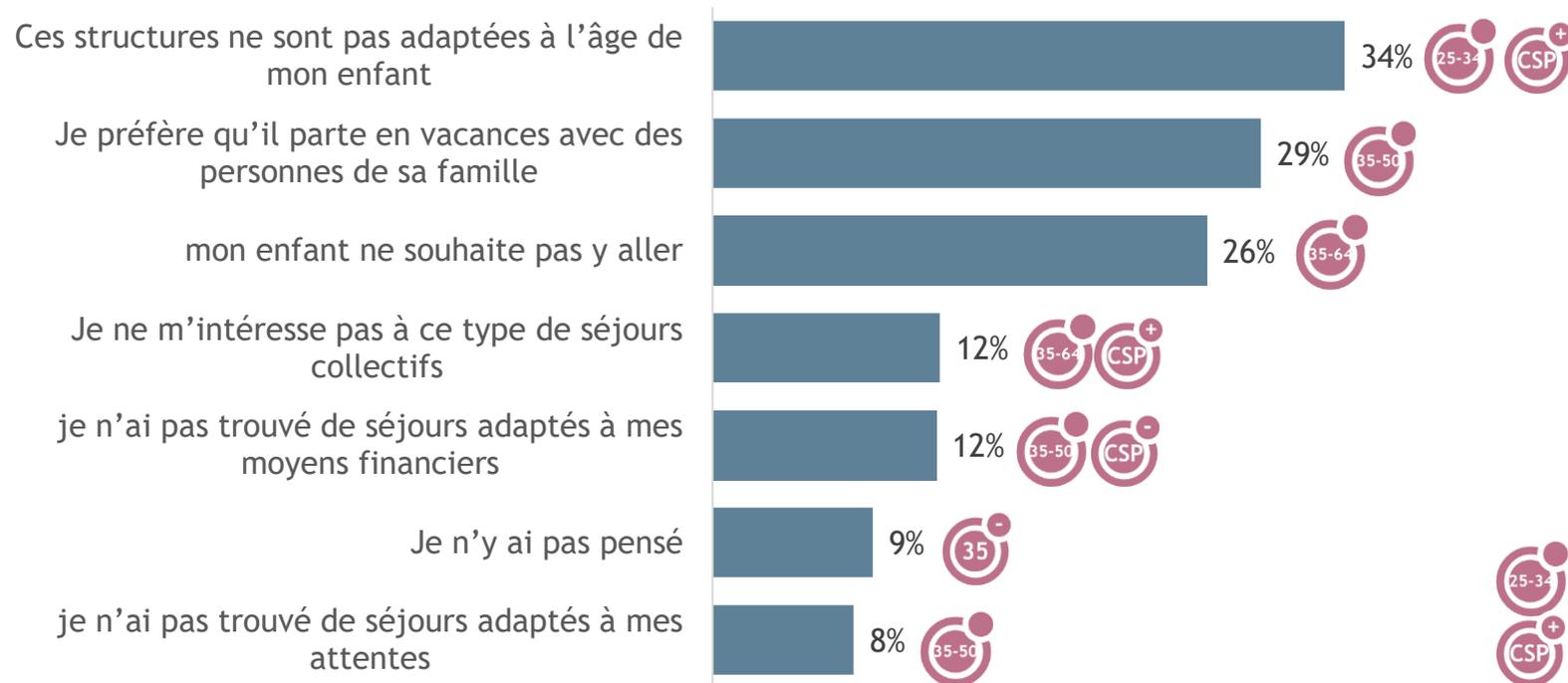
Les attentes des séjours collectifs



- ≡ Le plaisir, la découverte et le partage en priorité
- ≡ Les attentes sont les mêmes quel que soit le type de séjours collectifs

Les non partants en séjours collectifs

Pour quelles raisons ?



44%

Envisagent de faire partir son/ses enfants dans ce type de séjours

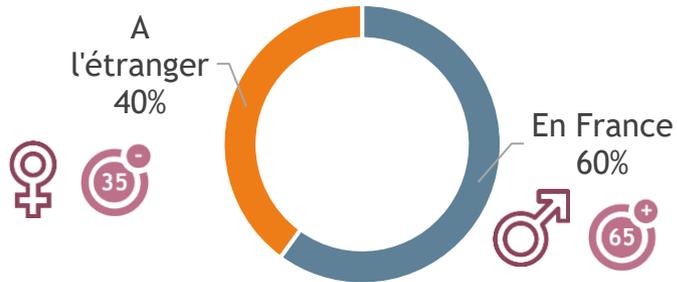
D'autant plus auprès des jeunes enfants et des familles CSP+
→ belle marge de progression

Les vacances idéales



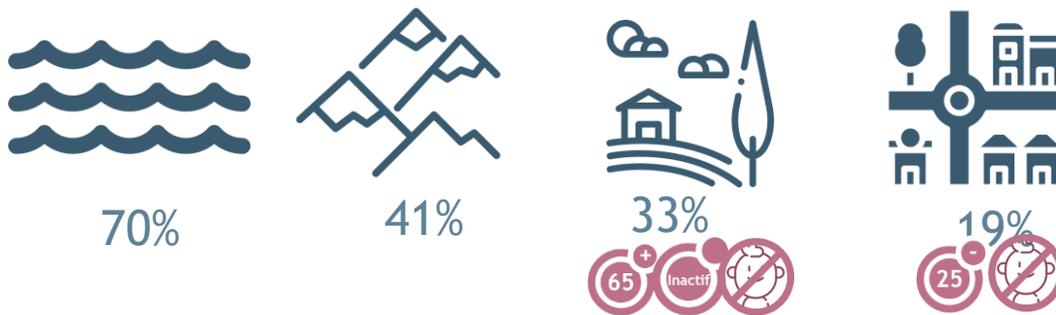
Les vacances idéales dans les prochaines années

Pays



≡ Davantage de séjours à l'étranger qu'actuellement (23%)

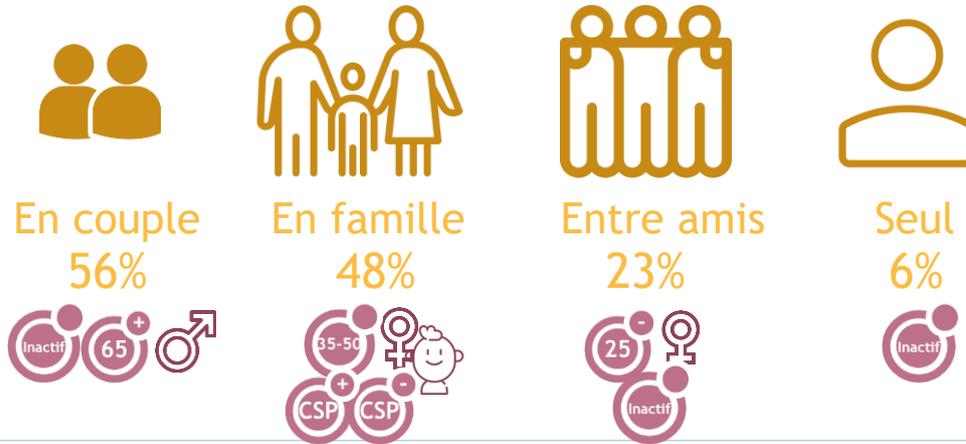
Environnement



≡ Beaucoup plus de mer et de montagne, un peu plus de campagne
≡ Un peu moins de ville

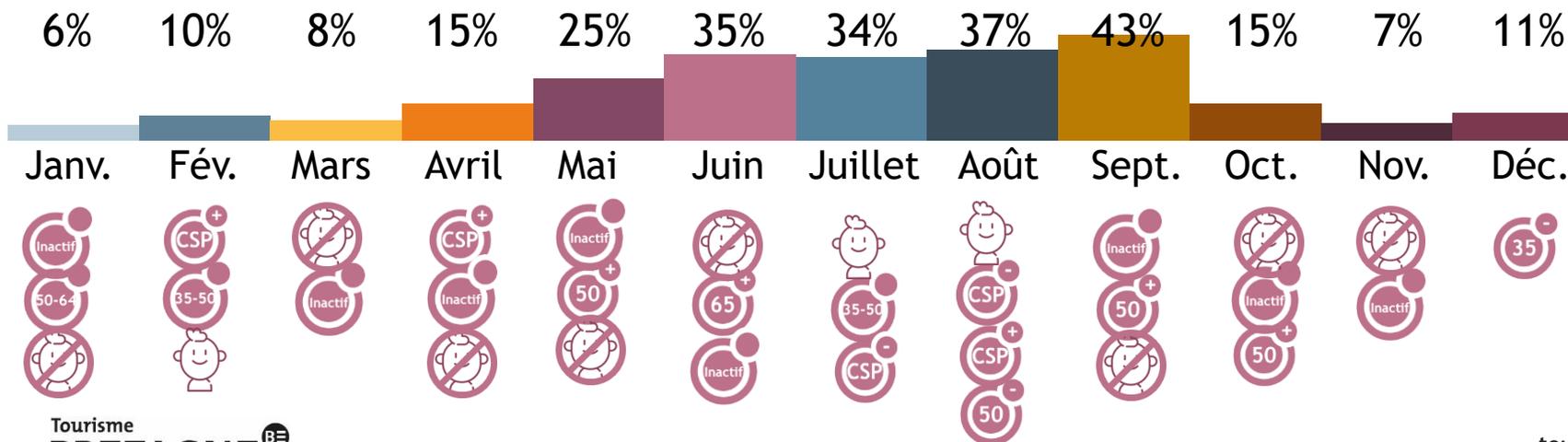
Les vacances idéales dans les prochaines années

Vacanciers



≡ Davantage de séjours entre amis

Périodes

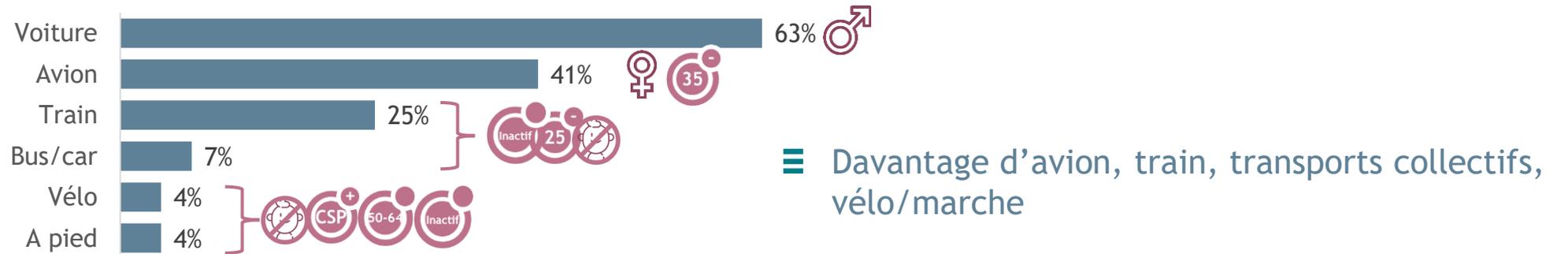


19 jours en moyenne

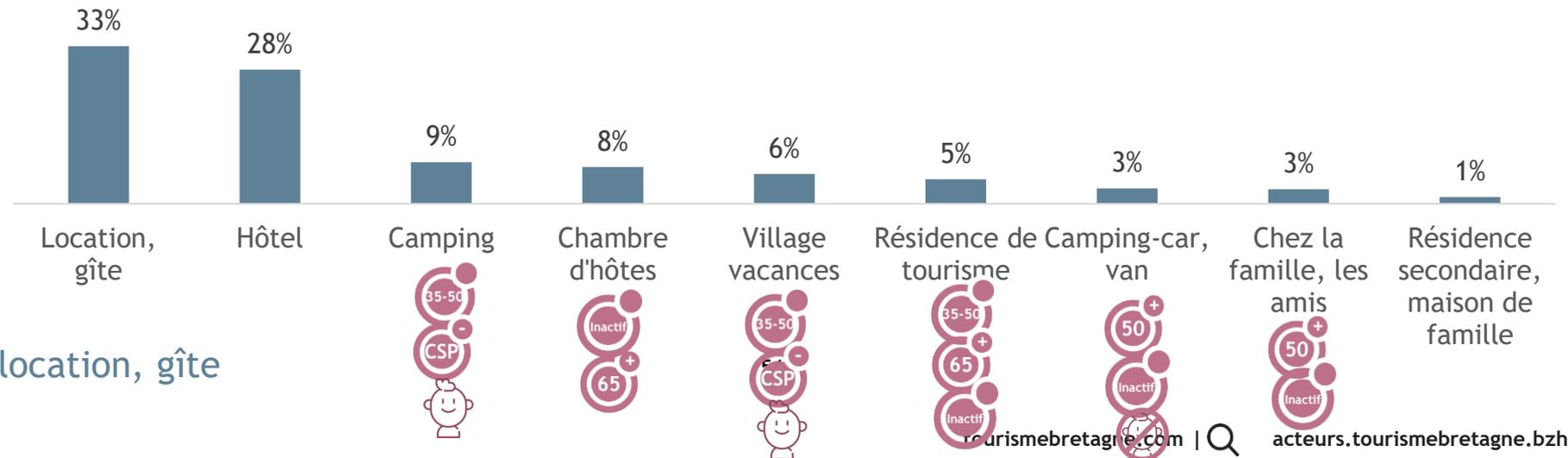
≡ Juin et septembre plébiscités
≡ Durées de séjours longues

Les vacances idéales dans les prochaines années

Mode de transport



Hébergement



≡ Moins d'hôtels mais plus de location, gîte

Les vacances idéales dans les prochaines années



☰ Davantage dépaysement, déconnexion, découverte, enrichissement, confort et bien-être

Éléments pour rendre vos vacances exceptionnelles



Des vacances **entourée de ma famille**
La **découverte d'une nouvelle destination**
Du **beau temps du bon temps et la santé**
J'aime surtout découvrir le **patrimoine bâti et naturel**
Juste le fait que ce soient des vacances
Le **plaisir d'être en vacances** de ne penser à rien d'autre que vivre
Avoir **suffisamment d'argent** pour ne pas avoir à compter et faire tout ce qui me plaît
Du **soleil et de la détente**
Profitez un maximum et **sans contrainte** pouvoir oublier tous nos soucis
Le **calme et la nature**
Du **beau temps tout le temps**
Découvrir des lieux d'une **beauté exceptionnelle, paradisiaques**
De beaux paysages et de belles personnes autour de moi
Un **endroit calme au bord de la mer**
Faire des activités qui sortent de l'ordinaire et décompresser
Dépaysement total
Profiter un maximum **lâcher prise** du quotidien
Partir à **l'étranger** prendre l'avion avec les enfants et partir à l'aventure
Découverte d'un nouveau pays et de ces coutumes
Moment **conviviaux** en famille et amis
Vacances familiales avec enfants et petits enfants
Vivre une **expérience marquante**
La découverte de **nouveaux horizons**
Je cherche la détente **pas le côté exceptionnel**

≡ Attentes qui restent simples et atteignables, à la portée de la destination France



Les principales conclusions à retenir



CONCLUSION#1 : Des vacanciers pluriels et **des envies de séjours mémorables même en France**

A l'issue de son séjour, l'envie de pouvoir raconter une expérience, un moment particulier

- ≡ Un principe souvent accordé aux **vacances à l'étranger**, évoquant **davantage le dépaysement** (1ère thématique pour des vacances idéales)
- ≡ la France a tous les atouts pour subvenir à leurs **attentes idéales** qui restent **simples et réalistes** : des vacances en famille, découverte d'une nouvelle destination, du patrimoine bâti et naturel, du beau temps, le plaisir des vacances...
- ≡ L'enjeu est simple (mais ambitieux !) : **faire des vacances en France, des vacances aussi mémorables et uniques qu'à l'étranger !**



CONCLUSION#2: la crise sanitaire a impacté les besoins en vacances, privilégiant **un retour à la nature, à la simplicité, à l'essentiel, au bien-être**

Les découvertes en lien avec les paysages, l'environnement, mais aussi les nouveaux endroits, le patrimoine...

Un besoin synonyme de **simplicité, d'authenticité**

- ≡ Prendre son temps
- ≡ Se reposer, se ressourcer
- ≡ Être au calme
- ≡ Séjourner dans un endroit reposant



CONCLUSION#3: 5 tendances repérées qui montrent l'envie de **donner de la valeur et du sens à son séjour.**

Les vacanciers ne semblent plus décorrélés leurs choix de séjours de leur être et/ou ne sont plus totalement épicuriens (la crise et sa gravité/ le réchauffement climatique et autres sujets anxigènes) , ils inscrivent leur séjour dans leur histoire de vie.

- ≡ Le plaisir du temps long, prendre son temps
- ≡ Donner du sens à ses vacances
- ≡ L'accent sur la convivialité, le partage
- ≡ Quête d'expérience
- ≡ Le tourisme responsable



Conclusion #4 : sur le TR et le TSS, **mettre en avant les sources de plaisir...** plus que la contrainte

A date, les contours et l'offre associés au tourisme responsable est plutôt comprise mais celle autour du tourisme social & solidaire reste assez floue et confuse pour la plupart

Pourtant, les nouvelles aspirations des vacanciers semblent correspondre aux valeurs du TR et TSS : le retour à la nature, l'authenticité, la rencontre, bien-être, l'enrichissement, la simplicité

Il est important de mieux valoriser les offres en mettant l'accent sur le confort, l'enrichissement et le plaisir... sans oublier de proposer différents niveaux de prix et de prestations pour satisfaire et embarquer tous les profils



Merci de votre attention...

Contact

Chargée d'études

Solène Harel

S-harel@tourismebretagne.com

Tourisme
BRETAGNE ^{BE}

*Comité Régional
du Tourisme de Bretagne*

1 rue Raoul Ponchon
CS 46938
35069 Rennes cedex, France
Tél. +33 (0)2 99 28 44 30

tourismebretagne.com
acteurs.tourismebretagne.bzh | 

