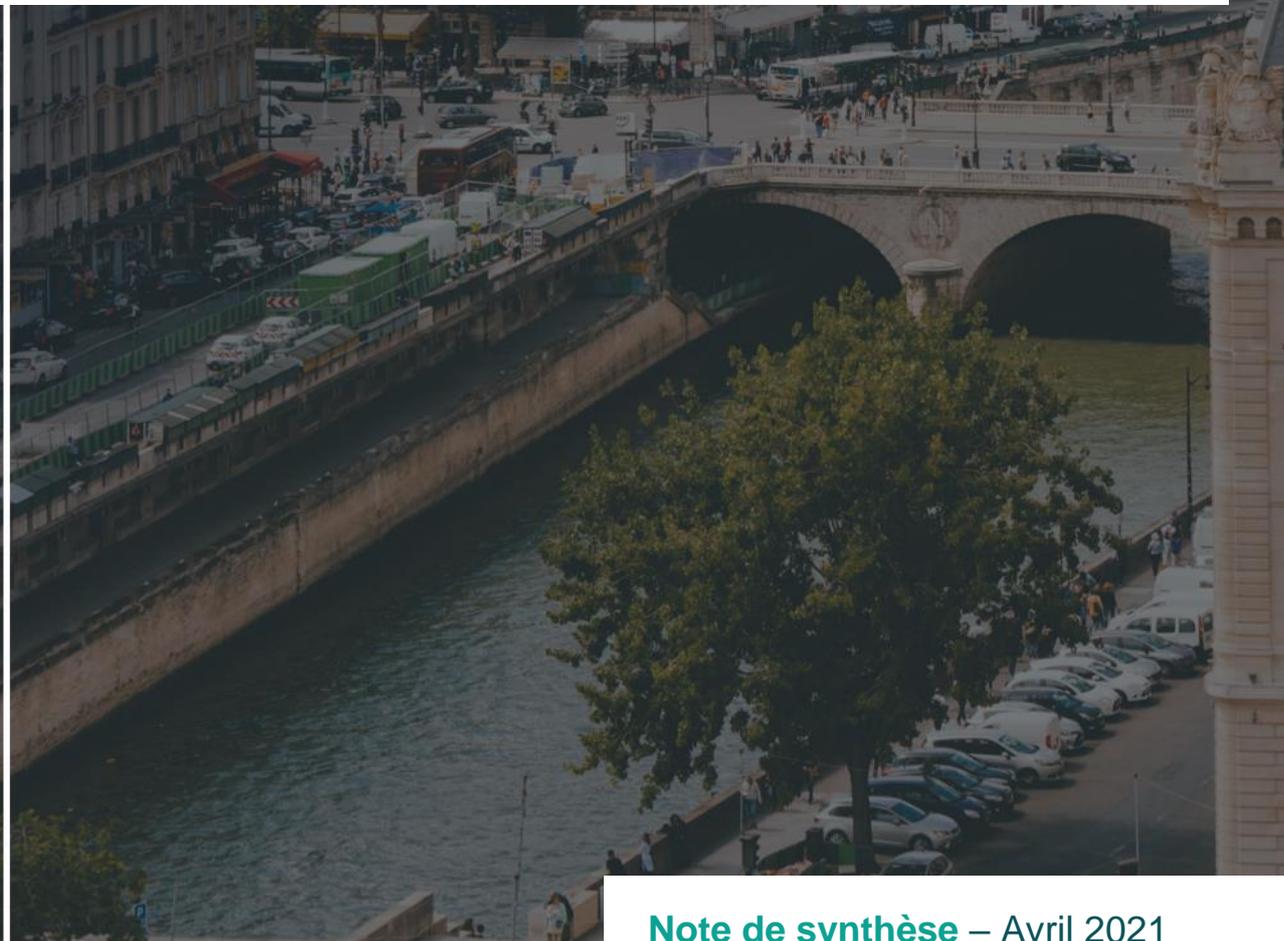


Thème 2 : Voyager, s'évader... Après un an de pandémie, un tourisme nouvelle définition ?

Enquête 1/3 : Une nouvelle idée du tourisme ?



Note de synthèse – Avril 2021

Introduction

Choc pour le monde entier au premier trimestre 2020, la pandémie fait aujourd'hui partie de nos vies, adaptées, réaménagées sous les contraintes sanitaires. Si la résilience face à la situation est le mot d'ordre pour les Français, comment perçoivent-ils la perspective d'une nouvelle période estivale sous restrictions (de destinations, d'activités, de possibilités, etc.) ? Si l'été 2020, après un premier confinement strict, avait permis aux Français de profiter d'une accalmie – qu'ils envisageaient à l'époque même comme la fin de la crise – qu'en est-il pour cette nouvelle année où les différents variants du virus et l'avancée lente de la vaccination peuvent encore faire vaciller les certitudes ? Les **zOOMs** de l'**Observatoire Cetelem** souhaitent s'intéresser pour ce second semestre 2021 aux significations du tourisme pour les Français, réinventées par les enjeux climatiques, sociaux et sanitaires, réinventées de manière subie ou volontaire, réinventées pour un an ou définitivement. Dans ce premier volet d'enquête, nous avons exploré les (nouvelles) définitions que les Français font du voyage. Avec la pandémie, ont-ils changé leur manière de voir les voyages et leurs envies de mobilité ? Prennent-ils davantage en compte les enjeux environnementaux liés au tourisme ? Quelle appétence pour les nouveaux modèles de voyage comme les voyages éco-touristiques ?

L'enquête a été menée les 13 et 14 avril 2021, auprès d'un échantillon de 1 004 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Que retenir de cette enquête ?

- S'ils constituent un essentiel pour 46% des Français, pour les 54% restants, les voyages sont une option à laquelle ils peuvent renoncer si besoin.
- Spontanément, l'évocation du voyage inspire aux Français le plus souvent des paysages de plages ensoleillées et des climats tropicaux, un cadre qui leur garantit le dépaysement et le repos qu'ils recherchent pour une majorité d'entre eux.
- Entre des voyages d'une durée plus longue ou des voyages courts mais plus fréquents, 61% privilégient la durée (contre 39% la fréquence). En revanche, entre une destination plus proche mais accessible plus souvent ou une destination plus lointaine, leur cœur balance (55% contre 45%). Bon compromis entre le dépaysement et l'accessibilité, un voyage en France dans sa région ou dans une autre région constitue une option qui séduit plus de la moitié des Français (55%).
- Lorsqu'ils choisissent un lieu de vacances, nombreux sont les Français qui manifestent une préoccupation pour les valeurs du système politique de la destination (77%), ainsi que pour l'aspect écologique de leur voyage (67%). Au regard de ses enjeux, de plus en plus pris en compte au cours des dernières années, les Français confient un intérêt pour des pratiques touristiques encore peu répandues comme les concepts de voyages éco-touristiques (53%).
- À l'approche des vacances d'été 2021, les Français se montrent ambivalents, pris entre l'impatience et une inquiétude liée aux incertitudes qui pèsent encore sur les esprits. Plus généralement, les Français indiquent pour plus de la moitié d'entre eux (55%) que leur rapport aux voyages a changé au cours des dernières années, du fait de la crise, mais également du fait de la prise en compte plus importante de nouveaux enjeux, sociaux et sociétaux, comme l'environnement.

Un voyage idéal entre découverte et détente

- Comment les Français imaginent-ils un voyage idéal ? Spontanément, ils dépeignent le plus souvent des paysages **de plages ensoleillées et des climats tropicaux**. La découverte de destinations lointaines est un leitmotiv bien présent à l'esprit des Français, mais en arrière-plan point également l'idée de pouvoir vivre enfin libérés des contraintes sanitaires : sans covid, sans masque, sans distanciation...
- Ces images, presque caricaturales, du voyage idéal des Français se retrouvent néanmoins assez concrètement lorsqu'ils décrivent leurs envies d'ailleurs. Lors d'un voyage, une majorité de Français sont à la recherche **de dépaysement (61%) et de repos (51%)**. Le contact avec la nature ou la découverte de nouvelles cultures semblent également importants pour plus de 3 Français sur 10.
- Si tous s'accordent sur ces grandes lignes (dépaysement et détente), le portrait des vacances idéales varie sensiblement selon l'âge : **les générations actives favorisent par exemple le repos** (58% chez les 25-34 ans contre 46% chez les plus de 50 ans) **et les activités plus sociales** (faire la fête, voir des amis, notamment chez les plus jeunes), quand leurs aînés mettent davantage l'accent sur le dépaysement (64% chez les 50 ans et plus contre 51% chez les moins de 35 ans) et le contact avec la nature (47% des plus de 50 ans contre 31% chez les moins de 35 ans). Jeunes comme plus âgés, **les Français se rejoignent sur l'importance de passer du temps en famille** (31% chez les moins de 35 ans et 28% chez les 50 ans et plus).
- En définitive, s'ils doivent arbitrer, **le plus important dans les vacances aux yeux des Français est tout de même de s'évader et se dépayser** (57%), un enjeu qui devance celui de passer du bon temps avec leurs proches (31%). Cet enjeu est néanmoins légèrement plus présent chez familles (38%) que chez les personnes qui vivent seules (24%), qui ne semblent pas particulièrement chercher, pendant leurs vacances, le contact des autres. Le confort de l'hébergement paraît moins souvent prioritaire (12% seulement).

Des préférences de voyage qui allient évasion et pragmatisme

- Concrètement, comment les Français organisent-ils leurs voyages ? S'ils doivent arbitrer entre partir sur des durées courtes (week-end, week-end prolongé) mais plus souvent, et partir un peu moins souvent mais sur une durée plus longue (une semaine ou plus), **les Français choisissent le plus souvent de privilégier la durée, en faisant de leurs vacances un vrai break, quitte à pouvoir en faire un peu moins souvent (61% contre 39%)**.
- Ils sont plus divisés en ce qui concerne l'arbitrage en termes de destination : **55% préfèrent des destinations plus proches pour pouvoir y voyager plus souvent, tandis que 45% préfèrent des destinations plus lointaines mais accessibles moins fréquemment**. Les Français sont ainsi

pragmatiques dans leurs choix de vacances : ils privilégient une durée longue à une fréquence régulière, mais préféreront partir moins loin si cela leur permet tout de même de partir plus souvent.

- En conséquence, nombreux sont ceux, parmi les Français, **qui choisissent généralement de privilégier des vacances sur le territoire national (55%)**, le plus souvent dans une autre région que la leur (46%). Ceux qui préfèrent les destinations étrangères (45%) sont le plus souvent des Français plus jeunes, issus des catégories aisées et qui, avant la crise, avaient l'habitude de voyager régulièrement (une fois par an ou plus).
- Improvisation ou planification ? Plus souvent improvisateurs pour les escapades courtes et les week-ends (54%), les Français préfèrent largement **planifier leur programme à l'avance lorsqu'ils font des voyages plus longs (89%)**. Cependant, les jeunes se laissent plus souvent séduire par l'improvisation lors d'un voyage long (16%).

Destination, moyens de transport... quelles modalités pour le tourisme aujourd'hui ?

- Lorsqu'ils se projettent dans un futur voyage à l'étranger, **les Français souhaitent d'abord s'assurer de la sécurité de la destination, un impératif pour 94% d'entre eux**. Un critère primordial, mais loin d'être unique : nombre d'entre eux déclarent **prêter attention aux valeurs de la société (71%) et du système politique (77%) du pays dans lequel ils envisagent de se rendre** - un enjeu particulièrement sensible chez les catégories aisées (81%). Une large part de Français manifeste aussi des **préoccupations écologiques : l'impact environnemental du voyage constitue un enjeu important pour plus de 6 Français sur 10 (67%)**. Le fait de prendre l'avion apparaît également comme un sujet de réflexion pour une majorité de Français (62%), et particulièrement chez les parents (67%), peut-être cette fois pour des raisons plus pratiques qu'environnementales.
- La majorité des Français ont une appétence certaine pour les **modèles de voyage les plus classiques** : résider en **maison de vacances pour explorer les environs (86%)**, faire **un voyage itinérant où l'on séjourne quelques jours à chaque étape (73%)**, ou encore s'offrir **un séjour tout compris dans un club de vacances (60%)**. Cependant, plus de la moitié montrent aussi **un intérêt pour le modèle du voyage éco-touristique (53%)**. Un modèle relativement récent, mais qui séduit davantage que le voyage sportif de type trekking, en randonnée ou en vélo (44%). Généralement plus intéressés par l'ensemble des types de voyages, les Français plus jeunes sont particulièrement attirés par le modèle du voyage éco-touristique (61% chez moins de 35 ans contre 45% chez les plus de 50 ans) ainsi que le voyage type trekking (65% contre 30%), tout en montrant aussi un intérêt marqué pour les vacances « all inclusive » (69% contre 50% des 50 ans et plus).
- Visible dans l'intérêt pour les voyages éco-touristiques, la préoccupation des Français pour l'environnement se manifeste également dans leurs **intentions en termes de mode de transport**. En effet, plus de 8 Français sur 10 (87%) se déclarent prêts à choisir un moyen de transport plus vertueux

pour l'environnement, dans leur vie de tous les jours ou pour leurs voyages. **Néanmoins, cette aspiration se focalise nettement plus souvent sur les escapades ou les week-ends, c'est-à-dire des trajets à plus courte distance (71%) que sur les longs voyages (58%).** Ce sont surtout pour leurs trajets quotidiens, plus fréquents donc plus néfastes pour la planète, que les Français manifestent l'envie de choisir une mobilité plus respectueuse de l'environnement.

- Plus vertueux pour l'environnement, le trajet peut se faire plus long. Mais les Français semblent prêts à l'accepter : pour 61% d'entre eux, il fait partie intégrante du voyage et constitue déjà une aventure en soi.

Le budget voyage, des essentiels au superflu

- Comment les voyages s'intègrent-ils dans le budget des Français ? **S'ils constituent un essentiel pour 46% d'entre eux, pour les 54% restants, les voyages sont une option à laquelle ils peuvent renoncer si besoin.** Les profils masculins, jeunes, franciliens et aisés sont plus susceptibles de considérer leur budget voyage comme une chose à laquelle ils ne peuvent pas renoncer.
- Comment les Français dépensent-ils ce budget alloué aux voyages ? Impératifs, l'hébergement et l'alimentation apparaissent comme des postes de dépense incontournables aux yeux des Français (91% et 84% respectivement). Le transport fait partie également des dépenses pratiques, mais fait un peu moins souvent l'objet d'un budget dédié aux yeux des Français (73%), peut-être parce qu'il s'agit du budget le plus contraint. **Outre les dépenses pratiques indispensables, réserver un budget aux loisirs paraît important aux yeux de plus de 3 Français sur 4 (76%).** Les dépenses liées à l'hébergement et à l'alimentation, perçues comme les plus nécessaires, font l'objet d'une attention égale quelle que soit la tranche d'âge, tandis que les loisirs, la restauration et le shopping font l'objet d'une attention particulière chez les moins de 35 ans (88%, 77% et 48% respectivement, contre 69%, 57% et 31% chez les 50 ans et plus).
- Et pour l'été qui arrive ? **Difficile de prévoir les dépenses liées aux vacances de l'été 2021 vu les circonstances sanitaires actuelles.** La moitié des Français (49%) ne pensent pas augmenter ni diminuer leurs dépenses par rapport à l'année dernière, année déjà chamboulée par la crise. L'autre moitié anticipe un changement de budget : plus d'1/4 (28%) pensent dépenser plus cette année, quand 23% pensent au contraire diminuer leur budget. Ceux qui pensent dépenser plus se trouvent plus souvent parmi les hommes (32% chez les hommes), les jeunes (38%), les catégories aisées (35%), ainsi que ceux qui avaient l'habitude de voyager avant l'arrivée de la crise sanitaire (32%).

Après la crise sanitaire, de nouvelles perspectives pour le tourisme ?

- En ce début de printemps 2021 marqué par une crise sanitaire prolongée, comment les Français abordent-ils l'été qui arrive ? **Ambivalents, ils évoquent des émotions à la fois positives et négatives à ce sujet.** Au global, **64% d'entre eux montrent de l'optimisme**, un sentiment qui se manifeste souvent par de l'impatience (43%), mais aussi de la joie (34%) et de l'excitation (19%). Néanmoins, pour pas moins de la moitié (53%), des **sentiments négatifs se mêlent à cet élan** : 35% se déclarent par exemple inquiets des perspectives actuelles pour leurs vacances (incertitudes à planifier, risques sanitaires, etc.). Des sentiments négatifs plus présents chez les personnes qui se considèrent à risque face au virus (63%).
- Plus généralement, **les Français indiquent pour plus de la moitié d'entre eux (55%) que leur rapport aux voyages a changé au cours des dernières années.** Un chiffre global qui cache une disparité importante selon l'âge : pas moins de 70% des moins de 35 ans indiquent avoir changé de rapport aux voyages, contre 45% chez les 50 ans et plus. Dans ce constat, **la crise n'est évidemment pas étrangère**, puisque 86% de ceux qui estiment que leur rapport aux voyages a changé invoquent la situation sanitaire comme une des raisons de ce changement. **Mais la crise n'explique pas tout.** La plupart des Français pour qui le voyage recouvre aujourd'hui d'autres réalités que par le passé indiquent faire **plus attention qu'auparavant à de nombreux enjeux liés aux valeurs** (politiques, sociales) des pays qu'ils peuvent visiter, et 72% indiquent **prendre aujourd'hui davantage en compte l'impact environnemental** qu'ils auront au cours de leurs vacances. 73% d'entre eux déclarent tout simplement ne plus avoir les mêmes envies de voyages que par le passé.



**harris
interactive**

a toluna company

Contacts



Magalie Gérard

Directrice adjointe du département Politique & Opinion
01 44 87 61 09 – mgerard@harrisinteractive.fr



Morgane Hauser

Chef de groupe au département Politique & Opinion
01 44 87 60 78 – mhauser@harrisinteractive.fr

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que la méthode d'enquête, les dates de réalisation, la taille de l'échantillon, le nom de l'institut – Harris Interactive – et le commanditaire.

À propos d'Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint le groupe Toluna, permettant ainsi à cette structure internationale d'étendre sa présence dans la filière études.