

Communiqué de presse
06 juillet 2022

Comment VVF a traversé 2 années de crise sanitaire : bilan et perspectives : retour sur l'AG du 4 juillet 2022

L'assemblée Générale de VVF s'est tenue ce lundi 4 juillet à Obernai. Jean Baptiste Lemoyne – ancien ministre délégué aux PME, en charge du Tourisme et sénateur – et Stéphane le Bihan – DG VVF – sont revenus sur l'impact de deux années de crise sanitaire, sur les changements des modes de consommation et sur les perspectives du tourisme. Stéphane Le Bihan a présenté la façon dont VVF a traversé cette crise et sur la stratégie mise en œuvre pour les années à venir.

Pour traverser la crise, VVF a travaillé sur 3 axes :

- Le maintien de l'accueil des vacanciers dès que les sites avaient l'autorisation d'ouvrir
- Une politique d'emploi et de formation pour fidéliser ses effectifs et attirer de nouveaux talents
- Un renforcement des relations avec ses partenaires pour construire de nouvelles politiques de départ en vacances

Grâce à cette stratégie, l'équilibre économique a pu être maintenu durant les 2 années de crise.

Un enjeu majeur : maintenir l'accessibilité aux vacances dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat.

Pour les acteurs du tourisme, la difficulté est, et sera, d'amortir la hausse du coût de la vie. Le secteur a dû augmenter ses tarifs de 7 à 8% en moyenne cette année et prévoit une nouvelle hausse de 12,5% cet hiver. **VVF a pu contenir cette hausse à 2,5%** et s'efforcera à ne pas dépasser les 4,5% cet hiver. Plus que jamais, VVF a pour vocation d'assurer l'accessibilité aux vacances pour tous malgré la baisse du pouvoir d'achat.

Cette baisse du pouvoir d'achat s'est traduite par **une augmentation, chez VVF, des réservations avec aides aux vacances (+ 10% vs 2019) et par une augmentation des demandes des familles monoparentales et des familles nombreuses** qui se sont tournées vers VVF pour bénéficier des tarifs très abordables **(+ 50% vs 2019)**.

Une modification profonde des modes de consommation : partir moins loin, changer d'hébergement et favoriser la famille

Entre restrictions de déplacements et peur de la COVID, les Français ont privilégié des destinations plus proches de leur domicile. La clientèle du Bassin parisien a investi la Bretagne et le littoral du Sud-ouest durant ces deux dernières années. Avec la baisse du pouvoir d'achat, l'augmentation du carburant – qui incite à voyager moins loin – et la canicule précoce, les Français ont continué de plébisciter la Bretagne et le Sud-Ouest cet été. **En règle générale, les Français ont réduit de 1 à 2 h leurs temps de trajet moyen.**

Ces restrictions de déplacements ont également donné envie aux Français de varier leurs vacances en changeant plus facilement de lieu pendant leurs congés. Mais les difficultés financières les ont également conduits à changer de type d'hébergement en favorisant les campings, les locations et les

villages vacances, ce qui a pour conséquences d'accroître la concurrence entre modèle d'hébergement.

Un autre effet majeur de la pandémie a été le besoin de retrouver un lien social. On assiste notamment à un recentrage sur la famille avec des vacances qui permettent à plusieurs générations de se retrouver ensemble.

« Notre assemblée générale a validé son **nouveau projet associatif plus adapté aux nouvelles attentes clients à l'issue de la pandémie puis l'inflation : soit un tourisme plus responsable et ancré sur les territoires**. C'est l'ambition de notre feuille de route 2022-2027 qui concilie une expérience client toujours plus riche et novatrice et une offre accessible au plus grand nombre. La modification des modalités du travail a amené de nouveaux types de clients aux attentes hétérogènes : télétravailleurs, entreprises, groupe d'amis ou encore groupe sportif, à la recherche de nouveaux services disponibles tout au long de l'année. Pour y répondre **VVF va investir 130 millions d'euros sur les 5 prochaines années afin de procurer de nouveaux services et activités en phase avec ces évolutions sociétales**. Malgré l'inflation de l'énergie et de la masse salariale, la politique tarifaire reste maîtrisée. Par ailleurs, **VVF a initié un programme ambitieux d'efficacité énergétique et de réduction de l'impact carbone de ses activités**.

Rappelons que depuis 1958, VVF est resté associatif, accessible et engagé pour un tourisme régénérateur. Un credo entériné par cette assemblée générale. » Stéphane Le Bihan, DG VVF.

Contact Médias

Catherine Cervoni RP (06 26 27 67 07) ; presse@catherine-cervoni.com ; @CathCervoni



À propos de VVF

VVF depuis plus de 60 ans, est le premier opérateur touristique familial solidaire et durable en France. VVF agit concrètement depuis 2014 comme premier opérateur touristique engagé dans la RSE en France en suivant le référentiel ISO 26 000. VVF est un groupe associatif dont les missions contribuent au développement économique et social des territoires en proposant des séjours, des vacances et des loisirs accessibles à tous.

VVF propose plus de 100 destinations sport culture et nature, en montagne, moyenne montagne, campagne et littoral dans plus de 60 départements. L'association accueille 450 000 personnes par an. Elle propose des activités pour les parents et les enfants dans des villages vacances, des gîtes, des campings et des résidences de tourisme.

Tous les VVF sont des propriétés de biens publics qui appartiennent aux collectivités territoriales ou aux comités d'entreprise. Ces dix dernières années, VVF a investi 130 millions d'euros pour leur rénovation. VVF c'est aussi 650 salariés permanents et 2 400 saisonniers chaque année.

