

Communiqué de presse
20 juin 2023

Enquête VVF : vacances d'été : projets et conséquences de l'inflation

Alors que près de deux Français sur trois ont modifié leur façon de prendre des vacances suite à l'inflation, ils comptent bien profiter de leur pause estivale et redoublent de créativité pour pouvoir partir. Budget, destinations... comment vont-ils s'organiser à l'aube de cet été ? Comment concilier contraintes financières ou climatiques avec leurs envies et attentes ? Constate-t-on des évolutions par rapport aux vacances de février ou à celles de l'été dernier ? Éléments de réponses avec la dernière enquête de VVF Ingénierie et de VVF auprès de près de 4 000 Français.

VVF Ingénierie est un cabinet-conseil, spécialiste d'études et de conduite de projet d'équipements touristiques durables, filiale de VVF).

Questionnaire administré en ligne du 7 au 21 mai 2023 auprès d'une population âgée de 18 ans et plus, 3 967 répondants, dont 20 % ayant déjà loué chez VVF au cours des 10 dernières années.



[télécharger l'étude complète](#)

Près d'un Français sur deux a prévu de partir cet été

45 % des répondants prévoient de partir en vacances, auxquels s'ajouteront certainement une part des **19 % qui n'ont encore pris aucune décision** ; décision qui dépendra en grande partie de l'état de leurs finances (68 %). Ils sont 36 % à déclarer qu'ils ne partiront pas.

L'actualité pèse sur les Français

Inflation et besoin de vacances pèsent plus fortement qu'en février dernier. Le nombre de Français qui estiment que pouvoir partir en vacances risque de devenir un luxe augmente de quatre points en quatre mois (**68 % vs 64 %**) et ceux qui déclarent que les vacances sont de plus en plus nécessaires face à une vie stressante de 2 points (**49 % vs 47 %**).

Néanmoins, pour plus d'un tiers des répondants, les vacances sont sacrées et ils préfèrent faire des économies tout au long de l'année sur d'autres postes afin de préserver leur budget vacances d'été (**38 %**).

Près de deux Français sur trois ont modifié leur façon de partir en vacances suite à l'inflation

Sans surprise, l'inflation a modifié la façon de partir en vacances pour 73 % des Français mais majoritairement « un peu » (**56 %**) contre 17 % « beaucoup ».

Ils sont tout de même plus d'un quart (27 %) à indiquer que l'inflation n'a entraîné aucune conséquence sur leur façon de partir.

Un budget vacances inversement proportionnel à l'inflation

Quand on interroge les Français sur la variation de leur budget d'un été à l'autre, plus de la moitié indiquent qu'il est identique (55 % vs 54 %). Si ce chiffre est quasi constant, en revanche, **ils sont beaucoup plus à accuser une diminution de leur budget (33 % vs 24 %)** et inversement, nettement moins nombreux à constater une augmentation (12 % vs 22 %).

Mais les vacanciers ne renoncent pas à se faire plaisir

Malgré les impacts de l'inflation, les Français comptent bien profiter de leurs vacances. Ils sont nettement moins nombreux qu'à l'été dernier, à affirmer qu'ils feront des économies sur d'autres postes comme les sorties et loisirs (42 % vs 64 %). Il en est de même pour la quasi-totalité des autres items.

Les deux seuls postes pour lesquels on note une plus forte proportion de vacanciers à indiquer qu'ils feront des économies sont également ceux qui pèsent le plus dans le budget vacances : **quasiment deux fois plus de Français déclarent qu'ils vont choisir un hébergement moins cher (38 % vs 19 % à l'été 2023) et 36 % une destination moins onéreuse (36 % vs 23 %).**

Les Français très créatifs pour réaliser des économies en vacances

En comparaison à l'été dernier, les Français adoptent plus largement des astuces afin de réaliser des économies lors de leurs vacances. Elles commencent dès le départ puisque 58 % d'entre eux préfèrent **sortir de l'autoroute pour faire le plein ou se restaurer** quand ils ne préparent pas un pique-nique, et près d'un quart évite ces autoroutes à cause des péages (23 %). Ils sont deux fois plus qu'à l'été 2022 (53 % vs 26 %) à privilégier les vacances hors saison quand ils le peuvent.

La hausse du coût de l'alimentaire conduit **45 % des répondants à emporter leurs courses** pour éviter de les payer trop cher sur leur lieu de vacances, **soit 13 points de plus par rapport à 2022 (32 %)**. Ils sont **également plus nombreux à vouloir mutualiser leurs frais d'hébergement en partageant une location avec leur famille / amis (16 % vs 9 %) quand ils ne descendent pas en gamme (14 % vs 7 %)**, en passant par exemple d'un appartement à un camping.

Le changement climatique incite deux Français sur trois à changer sa façon de choisir ses vacances

L'inflation n'est pas seule à modifier la façon de choisir les vacances, le changement climatique a également des impacts. Parmi ces 66 % de Français concernés, la première mesure prise est de **favoriser la proximité pour éviter les longs voyages (41 %)** puis des destinations / hébergements éco-responsables (15 %).

Portrait-robot du vacancier

Des vacances synonymes de déconnexion et changement

Avec les vacances, **les Français recherchent avant tout du changement, que ce soit en déconnectant du quotidien (40 %) ou en découvrant de nouveaux lieux et cultures (28 %)**. Passer du temps avec sa famille et ses amis arrive en troisième position (17 %).

La destination idéale rime avec authenticité et convivialité

En dehors du prix, le premier critère prioritaire pour choisir une destination est qu'elle soit « **nature et authentique, loin de la foule** » (31 %), puis conviviale/ familiale (29 %). Sur la troisième marche du podium, on retrouve la recherche de dépaysement (24 %).

Des vacances plus courtes par rapport à 2022

On constate un plus grand nombre de Français qui optent pour des vacances plus courtes par rapport à l'été dernier avec 38 % qui ne prendront qu'une semaine (vs 32 % soit 6 points de plus) et 43 % qui partiront deux semaines (vs 38 % soit 5 points de plus). En toute logique, ceux partant trois semaines sont en nette diminution (12 % vs 22 %). Le taux de vacanciers bénéficiant de moins d'une semaine reste stable (2 % vs 3 % à l'été 2022).

La mer, grande favorite des vacances

La mer se classe en tête des destinations des Français qui ont prévu de partir cet été (37 %). Campagne et montagne présentent des pourcentages similaires à respectivement 19 % et 17 %. Il est intéressant de constater que 10 % des répondants vont panacher plusieurs destinations et que 11 % ne savent pas encore où ils vont partir, restant à l'affût des promotions.

Parmi les régions les plus citées par les répondants, on trouve **l'Auvergne Rhône Alpes (23 %), la Bretagne (21 %), la Nouvelle Aquitaine (20 %) et ex-aequo, PACA et l'Occitanie (16 %)**.

Plus de départs en août

Le mois d'août reste le mois le plus réservé avec 39 % des intentions de départ, auxquels s'ajoutent 17 % qui partiront à cheval sur août et juillet contre 30 % uniquement en juillet. Le hors saison concerne 14 % des Français.

Deux vacanciers sur trois ont déjà effectué leur réservation

Face à la difficulté de trouver la destination et la période voulues en fonction des impératifs professionnels et familiaux, les Français s'organisent. À fin mai, 65 % d'entre eux avaient déjà réservé leurs vacances et 22 % déclaraient qu'ils le feront un mois avant.

Près d'un quart des vacanciers feront moins de 300 km pour se rendre sur leur lieu de congés

Si 22 % vont parcourir moins de 300 km, la plupart des vacanciers (39 %) ont prévu d'effectuer un trajet compris entre 301 et 600 km et 26 % un trajet entre 601 et 900 km. Au-delà, ils ne sont plus que 13 %. Les distances parcourues sont similaires à l'été dernier.

« Les tendances se confirment et s'accroissent au fil des mois. Les vacances restent indispensables et près d'un vacancier sur quatre considère qu'elles sont sacrées et préfèrent faire des économies tout au long de l'année pour pouvoir partir cet été. Mais pour autant les problématiques budgétaires demeurent : 68% des répondants estiment que les vacances risquent de devenir un luxe (+4 points en 4 mois). Pour concilier impératif de vacances et budget, les Français arbitrent, mais ils comptent bien profiter de cette escapade estivale et ils sont moins nombreux que l'an dernier à envisager de faire des économies sur les sorties et loisirs (42 % vs 64 %). Ils préfèrent réduire un poste qui pèse beaucoup dans leur budget : le logement. Et début juin, près d'un sur cinq, n'avait toujours pas tranché s'il partirait ou pas cet été. » Grégoire Mallet, Directeur Marketing Stratégique - Client

Contact Médias

Catherine Cervoni RP (06 26 27 67 07) ; presse@catherine-cervoni.com ; [@CathCervoni](https://www.instagram.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.

À propos de VVF Ingénierie

VVF Ingénierie est un cabinet de conseil spécialiste d'études et de conduite de projets d'équipements touristiques, filiale de VVF, qui inscrit son action dans une vision novatrice du tourisme durable et responsable : le tourisme régénérateur.

Les concepts développés préservent les écosystèmes existants, revitalisent les tissus économiques locaux, respectent l'identité des territoires, favorisent le renouvellement générationnel et la mixité sociale. L'objectif est de faire du tourisme un catalyseur d'équilibre entre préservation territoriale et développement économique.

VVF Ingénierie est un activateur de potentiels touristiques qui fournit une aide à la décision et accompagne collectivités et acteurs économiques dans leurs volontés de positionnement stratégique ainsi que dans leurs projets d'investissements en équipements touristiques.

Le cabinet dispose de son propre Observatoire. VVF Ingénierie réalise études, sondages et enquêtes d'opinion afin de détecter les nouvelles tendances, mesurer l'attractivité des territoires et des concepts, et préserver les pratiques qui continuent de séduire les voyageurs.