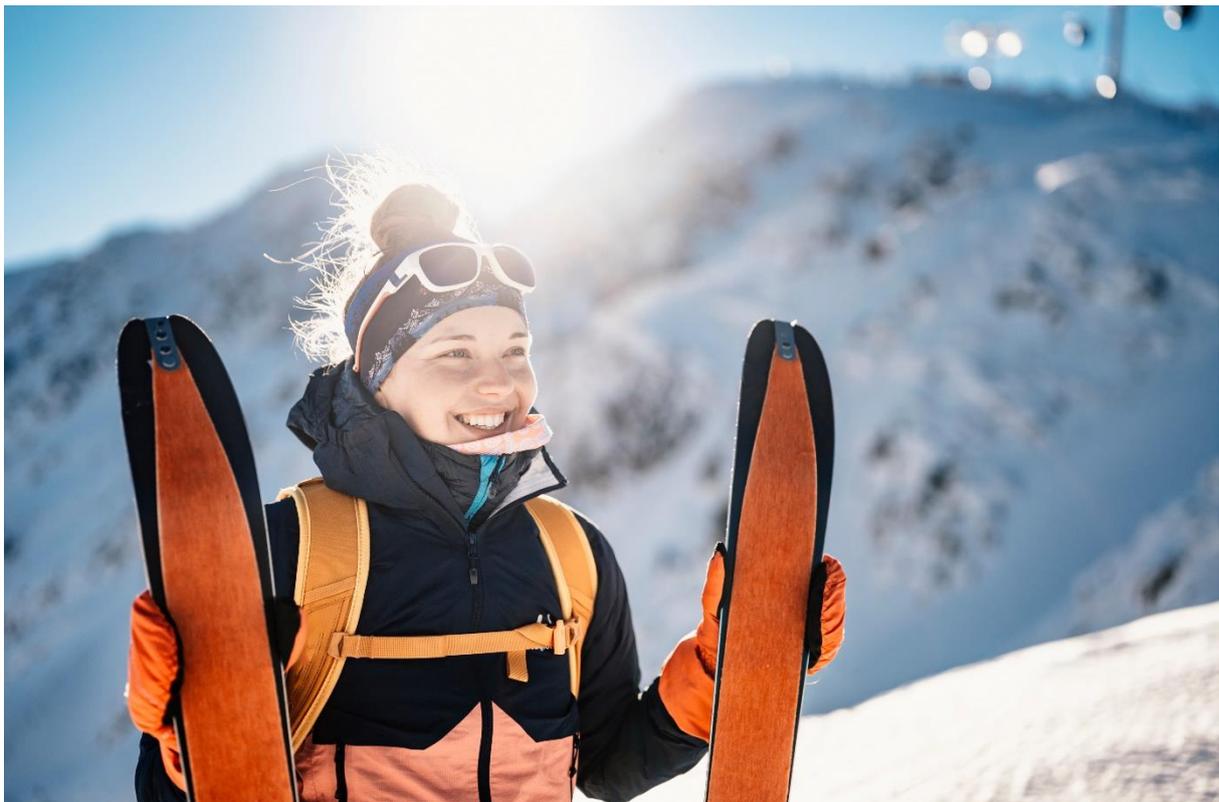


Enquête du 11/12/2023

Face à l'inflation, les vacances restent sacrées, mais imposent des arbitrages conséquents

3^{ème} baromètre VVF Ingénierie pour VVF sur les vacances de Noël /
Nouvel An des Français



Questionnaire administré en ligne du 6 au 13 novembre 2023 auprès d'une population âgée de 18 ans et plus, 3 860 répondants, dont 19 % ayant déjà loué chez VVF au cours des 10 dernières années. VVF Ingénierie est le cabinet de conseil et d'études en ingénierie touristique du Groupe VVF, spécialiste d'études et de conduite de projets d'équipements touristiques.

Pour la troisième année consécutive, VVF et VVF Ingénierie ont interrogé les Français pour connaître leurs projets pour ces vacances de Noël / Nouvel An. Destination, budget, astuces pour partir : comment concilier envie d'évasion et inflation ? Comment se sont-ils adaptés pour préserver leur budget ? Quelles sont les évolutions notables de leur comportement ?

Sommaire

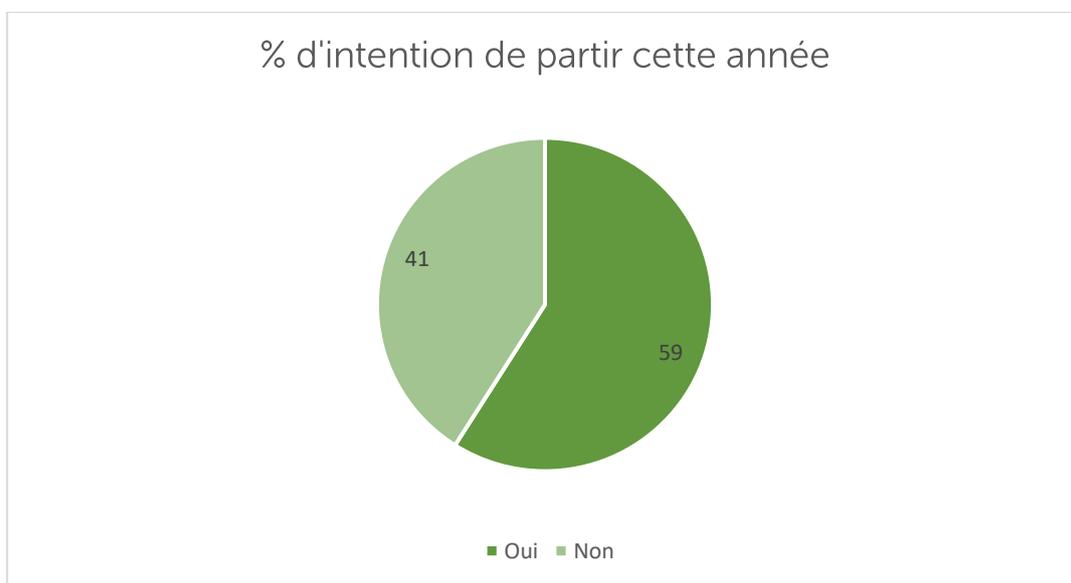
Face à l'inflation, les vacances restent sacrées, mais imposent des arbitrages conséquents.....	1
3 ^{ème} baromètre VVF Ingénierie pour VVF sur les vacances de Noël / Nouvel An des Français.....	1
Intentions de départs et réservations.....	3
Plus de la moitié des Français ont l'intention de partir mais 30 % ne savent pas encore où.....	3
Partira, partira pas ... le budget comme arbitre.....	5
22 % des vacanciers ne renonceraient pour rien au monde à partir.....	7
Attentisme dans les réservations et des dernières minutes pour bénéficier de promotions.....	8
Un changement de comportements chez les fans de ski et de montagne.....	10
Et si l'inflation contribuait à préserver les ressources de la planète ?.....	10
Une augmentation du besoin de sports d'hiver en forte hausse pour les fans de ski.....	11
La montagne : le ski mais pas que.....	12
Une poignée d'irréductibles change de station si la leur manque de neige.....	12
Durée et objectif des vacances d'hiver.....	13
À Noël, les Français n'hésitent pas à se déplacer ... mais en voiture.....	13
Les vacances de Noël /Nouvel An : fêtes familiales par excellence.....	15
Une durée de vacances majoritairement identique à l'an dernier malgré la conjoncture.....	15
Les vacances pour rompre avec le quotidien et se mettre au vert.....	17
Les vacances riment avec plaisir.....	18
Une inflation qui pèse lourd mais un budget vacances préservé.....	19
Un poids de plus en plus important de la hausse des prix sur le budget vacances de cet hiver.....	19
En 2022 on a économisé sur le superflu, en 2023 sur l'essentiel.....	21
Les Français de plus en plus adeptes d'astuces pour réaliser des économies.....	22
Un budget identique à l'an dernier pour une grande majorité de Français.....	23
Entre sérénité et inquiétude.....	24

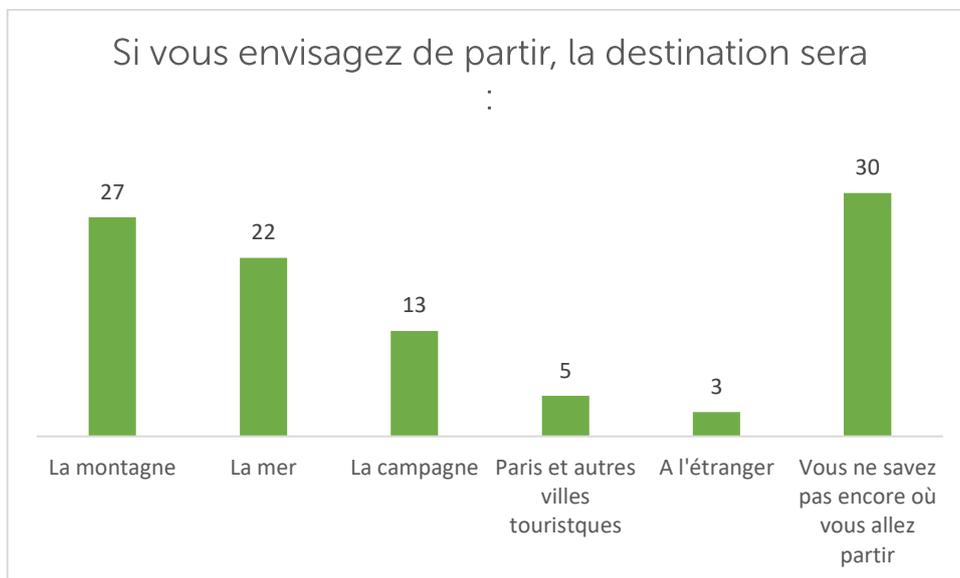
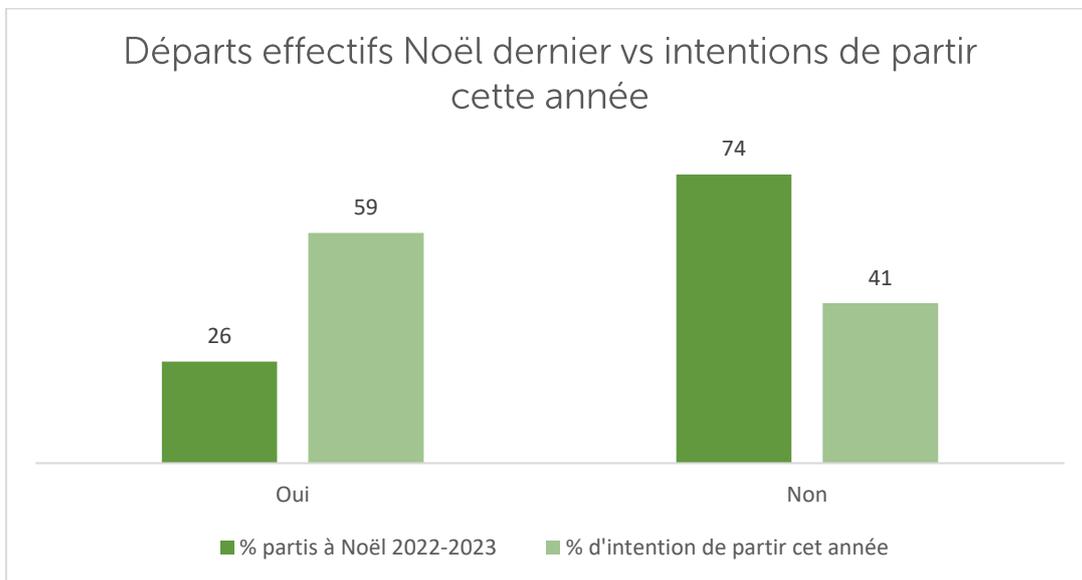
Intentions de départs et réservations

Plus de la moitié des Français ont l'intention de partir mais 30 % ne savent pas encore où

Plus de la moitié des répondants ont l'intention de partir lors des vacances de Noël / jour de l'An (59 %). Mais il s'agit d'intentions et l'année dernière, un quart (26 %) étaient effectivement partis.

A près de deux mois des vacances, 30 % de ceux qui ont l'intention de partir n'ont pas encore décidé de leur destination alors qu'ils n'étaient que 20 % à la même époque l'an dernier, preuve d'un climat d'incertitude qui monte. Pour les autres, la montagne reste la grande favorite, même si elle perd un peu de terrain par rapport à l'an dernier (27 % vs 31 %), sûrement, comme le montrera la suite de l'étude, à cause de la baisse du pouvoir d'achat. Elle est suivie par la mer (22 % vs 26 % en novembre 2022) et la campagne (13 % vs 11 %). La capitale et autres villes touristiques recueillent 5 % des voix et l'étranger 3 %. Les vacances de fin d'année restent des fêtes consacrées aux visites de la famille.







Partira, partira pas... le budget comme arbitre

Le budget reste la boussole des vacances. Pour plus de la moitié de ceux qui ne savent pas encore s'ils vont partir, la décision dépendra de leur budget (54 % vs 53 % en novembre 2022). La situation professionnelle ou familiale est évoquée par 16 % d'entre eux et la météo sera décisive pour 13 %.

Mais si le budget prime, il faut noter que les craintes étaient plus fortes fin mai dernier : pour ceux qui n'avaient pas encore fait de projet pour les grandes vacances, le budget était déterminant pour 68 % de ces indécis – soit 14 points de plus qu'en mai 2023. Il faut noter que ceux qui peuvent partir en hiver appartiennent généralement à des CSP élevés et sont donc moins sensibles au prix du séjour.

À cause de la notion de neige sur les pistes, on note également une plus forte dépendance à la météo qui semble moins peser en été (9 % vs 13 % à Noël / jour de l'An).

Pour ceux qui ne savent pas encore s'ils vont partir, leur décision dépendra principalement de :

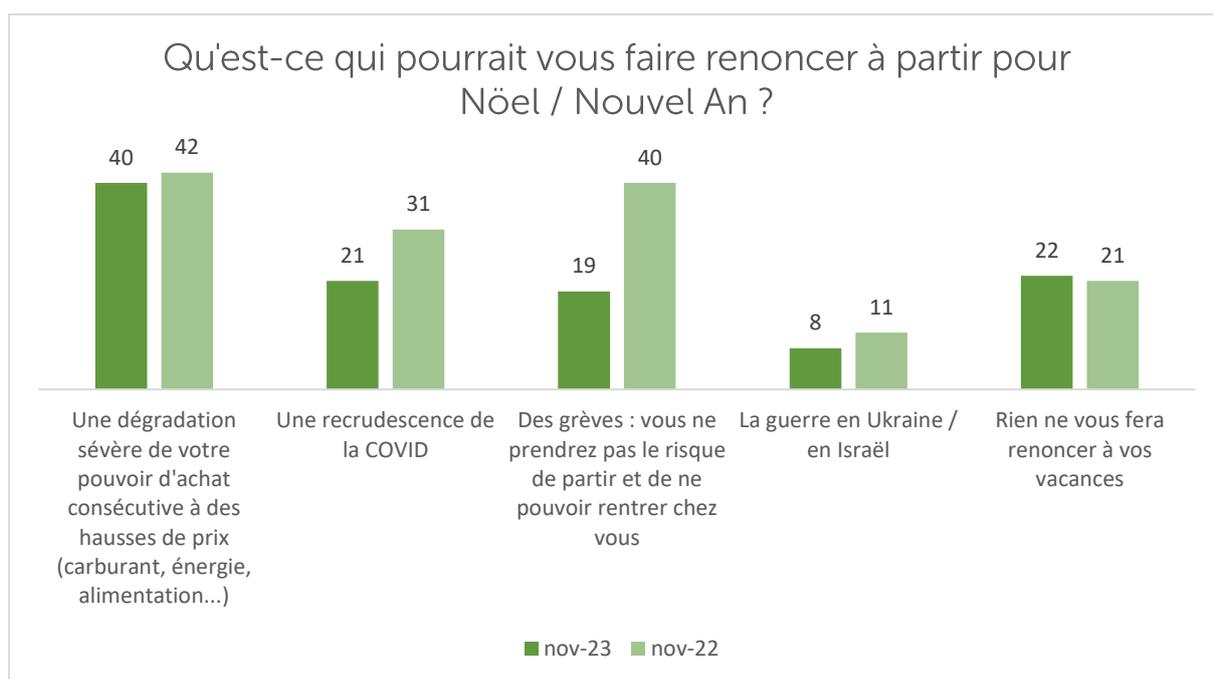


Vacances de Noël vs vacances d'été 2022



22 % des vacanciers ne renonceraient pour rien au monde à partir

Le besoin de partir en vacances se confirme. Même si le chiffre de ceux qui déclarent que rien ne les ferait renoncer à leurs vacances reste quasi stable par rapport à l’an dernier (22 % vs 21 %), toutes les autres craintes affichent des pourcentages en diminution. Le premier facteur qui ferait que les vacanciers se privent de partir est sans surprise une dégradation sévère de leur pouvoir d’achat, en légère baisse par rapport à novembre 2022 (40 % vs 42 %). Vient ensuite la recrudescence de la COVID, qui n’a pas encore disparu des esprits même si ceux qui en ont peur sont nettement moins nombreux que l’an dernier (21 % vs 31 %). Bien que les déplacements soient moins perturbés par les grèves, 19 % les redoutent encore, ce qui est peu au regard des 40 % de novembre 2022. La guerre en Ukraine ou en Palestine comme facteur d’abandon de départ chute à 9 % (vs 11 %).



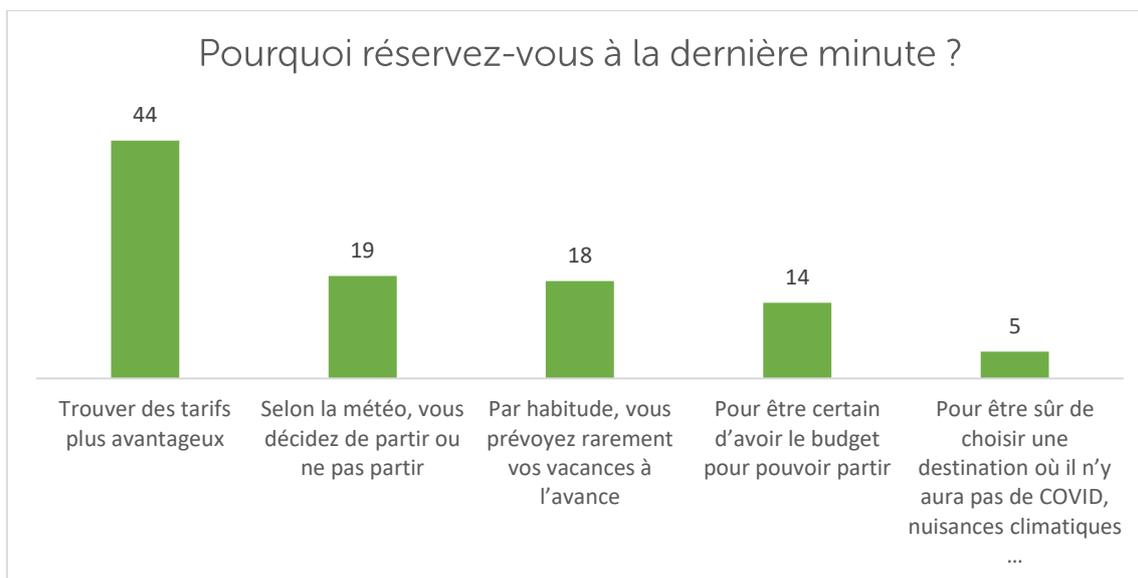
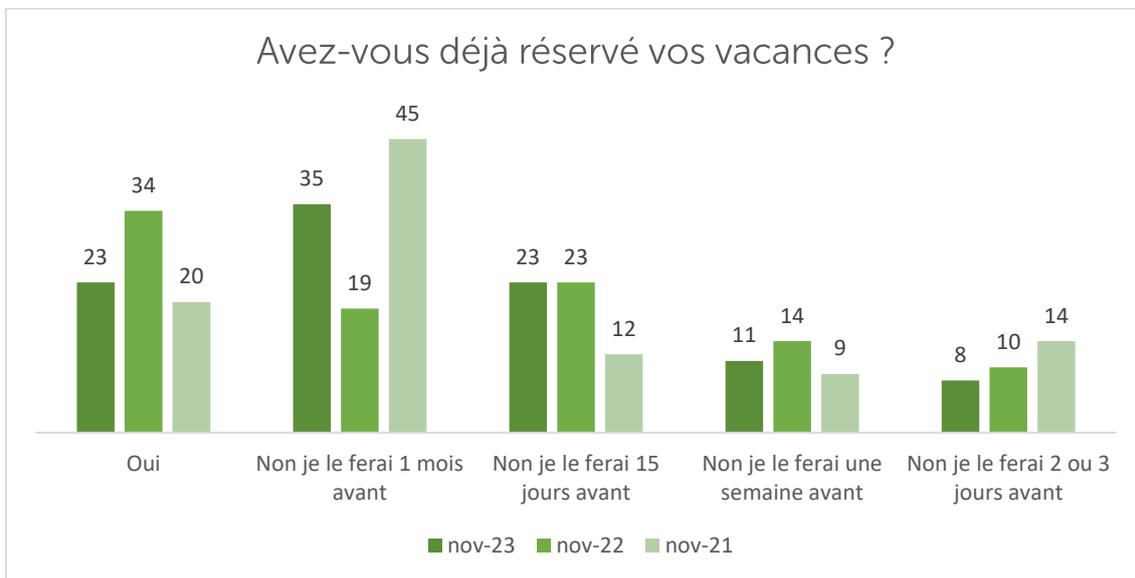
Attentisme dans les réservations et des dernières minutes pour bénéficier de promotions

On a vu que 30 % de ceux qui envisagent de partir ne savent pas encore où aller contre 20 % en novembre 2022. Cet attentisme et cette indécision se retrouvent dans l'état des réservations. En effet, début novembre, près d'un quart des Français avaient réservé leurs vacances (23 %) ce qui est nettement inférieur aux 34 % constatés à la même époque l'an dernier. En revanche, ils sont nettement plus nombreux à déclarer vouloir effectuer leur réservation un mois avant (35 % vs 19 %). Si les réservations à 15 jours du départ restent stables à 23 %, celles de dernière minute diminuent chutant à 11% à une semaine (vs 14 %) et celles de 2 ou 3 jours avant diminuent à 8 % (vs 10 % en novembre 2022).

Ceux qui réservent à la dernière minute espèrent avant tout trouver des tarifs avantageux (44 %) et ils sont 14 % à attendre afin d'être sûrs d'avoir le budget pour partir. Le budget est plus que jamais la boussole des vacances.

Parmi les autres raisons d'attendre, 19 % évoquent la météo et ils sont quand même 5 % à vouloir, avant de choisir une destination, être sûrs qu'il n'y aura pas de COVID ou de nuisances climatiques.

Les 18 % qui restent réservent à la dernière minute par habitude, car il n'est pas dans leurs habitudes de prévoir leurs vacances.

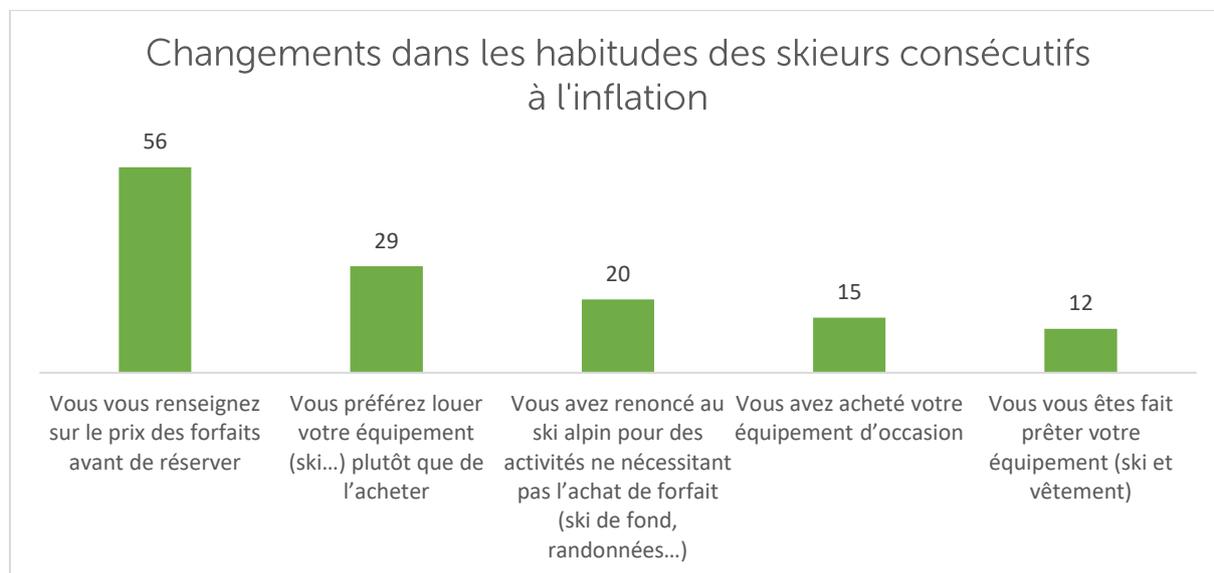


Un changement de comportements chez les amateurs de ski et de montagne

Et si l'inflation contribuait à préserver les ressources de la planète ?

Pour essayer de limiter les effets de l'inflation, les comportements évoluent. En premier lieu, plus de la moitié des skieurs se renseignent sur le prix des forfaits qui a désormais une incidence directe sur le choix de la station (56 %). L'inflation a également comme conséquence de contribuer à préserver les ressources de la planète avec 29 % des skieurs qui louent au lieu d'acheter leur équipement, 15 % qui l'ont acheté mais d'occasion au lieu de neuf et même 12 % qui se le sont fait prêter soit un total de 56 %.

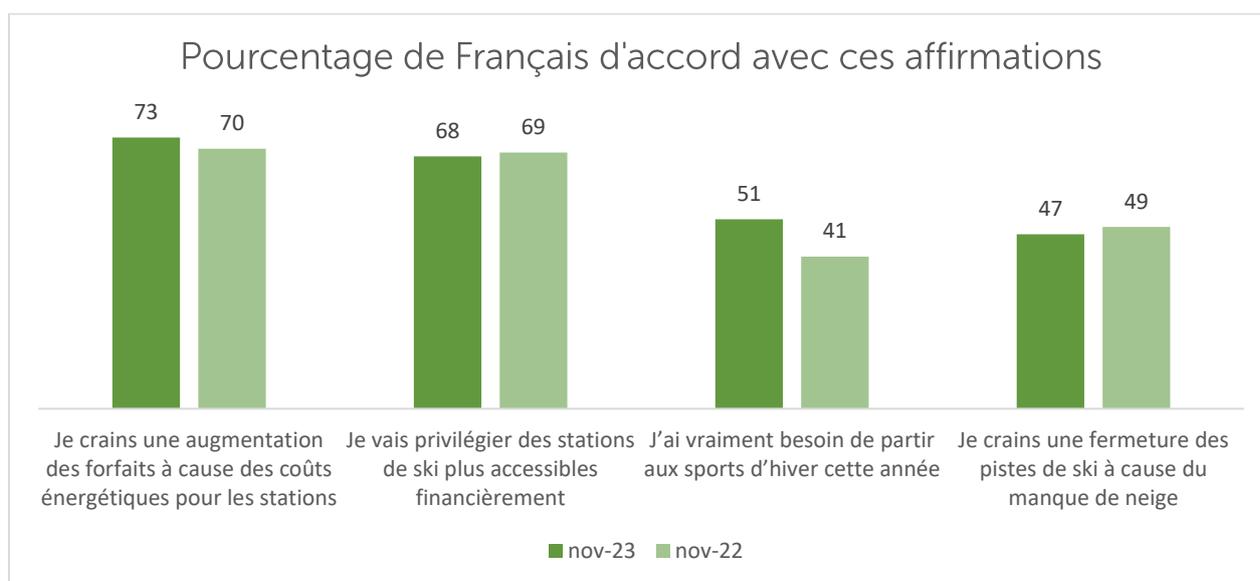
Malheureusement, 20 % ont dû renoncer à pratiquer le ski alpin pour se tourner vers des activités ne nécessitant pas l'achat de forfait comme le ski de fond, les randonnées, etc.



Une augmentation du besoin de sports d'hiver en forte hausse pour les amateurs de ski

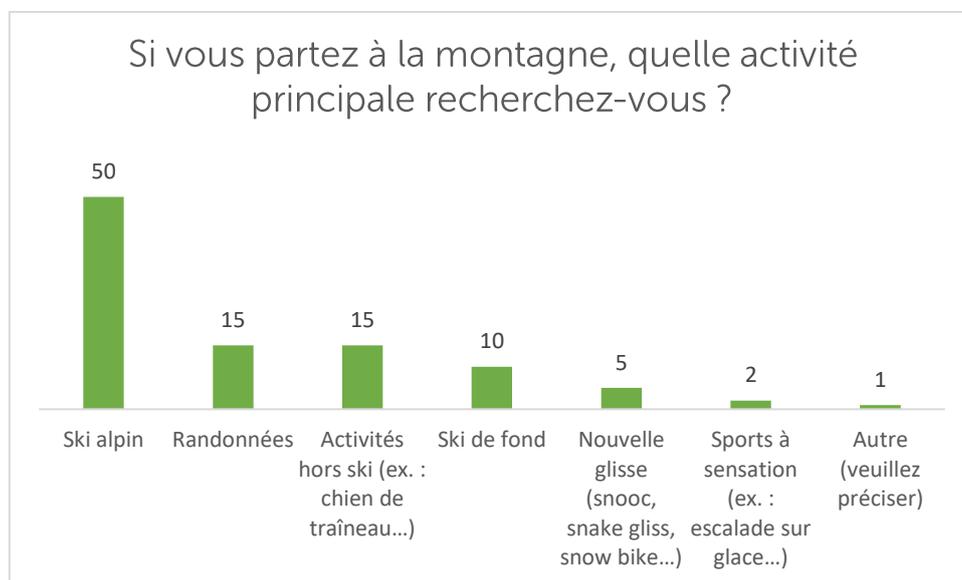
Si les préoccupations des amateurs de ski concernant les hausses des coûts sont sensiblement identiques à l'an dernier, le pourcentage de ceux qui affirment avoir vraiment besoin de partir aux sports d'hiver cette année, augmente de 10 points passant à 51 % (vs 41 % en novembre 2022).

La première crainte reste une augmentation du tarif des forfaits, en légère hausse par rapport à novembre 2022 (73 % vs 70 %). Pour pallier cela, 68 % des répondants vont privilégier des stations plus accessibles financièrement (68 % vs 69 % en 2023). L'appréhension du manque de neige ayant pour résultat une fermeture des pistes est en légère baisse (47 % vs 49 %).



La montagne : le ski mais pas seulement

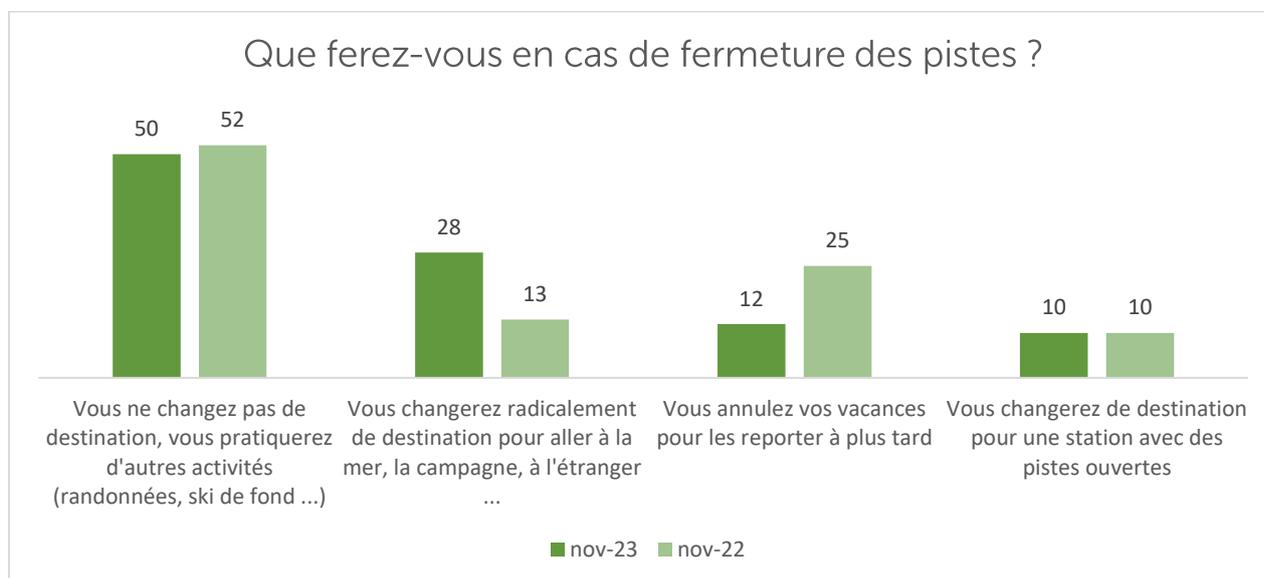
La montagne en hiver est synonyme de ski pour la majorité des vacanciers, notamment le ski alpin (50 %) suivi du ski de fond (10 %) et des nouvelles glisses (5 %). Il est néanmoins intéressant de constater que la montagne en hiver a su se diversifier et attire 35 % de Français qui recherchent autre chose comme les randonnées (15 %), d'autres activités hors ski – par exemple les promenades en chien de traîneau - (15 %), les sports à sensations -escalade sur glace...- (5 %).



Une poignée d'irréductibles change de station si la leur manque de neige

En cas de fermetures des pistes, la moitié des skieurs maintiennent leur réservation et pratiqueront d'autres activités (50 % vs 52 % en novembre 2023) alors que 10 % l'annulent pour aller vers une station avec des pistes ouvertes.

Le pourcentage de ceux qui changent radicalement de destination pour aller à la mer ou à l'étranger est en forte hausse à 28 % (vs 13 % l'an dernier). En revanche, le besoin de vacances étant très fort, le pourcentage de ceux qui annulent leurs vacances pour les reporter diminue de moitié (12 % vs 25 %).



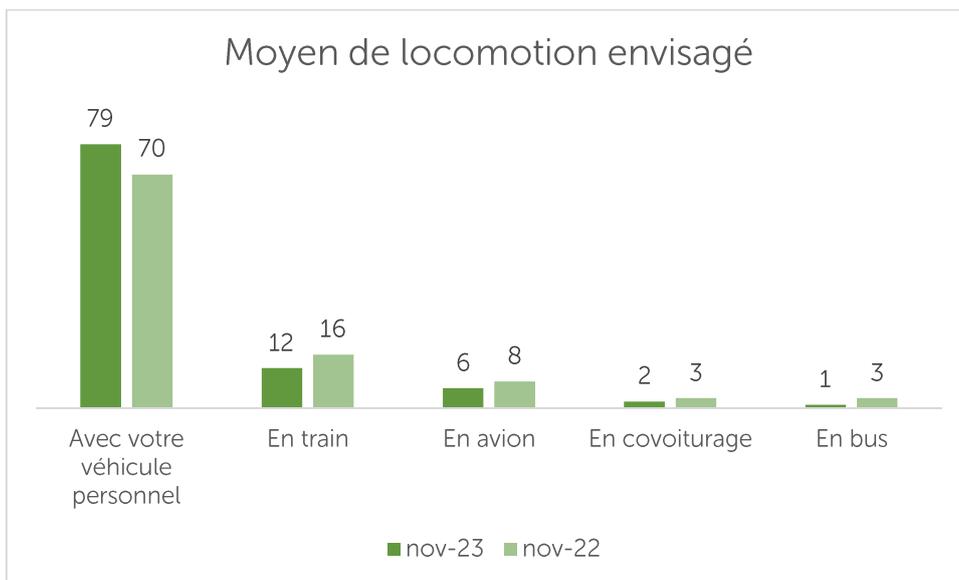
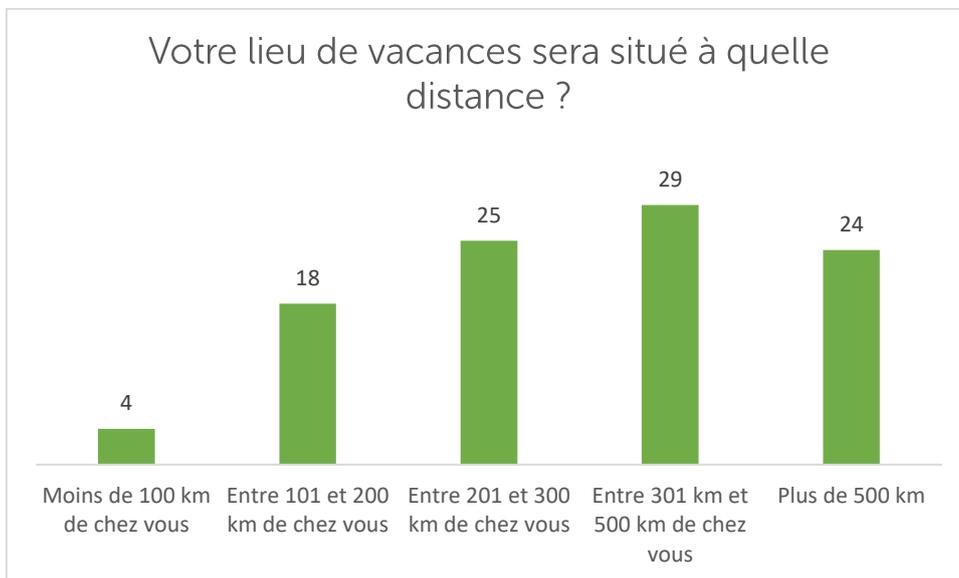
Durée et objectif des vacances d'hiver

À Noël, les Français n'hésitent pas à se déplacer ... mais en voiture

Que ce soit pour aller voir sa famille ou rejoindre les stations de ski ou autres lieux de villégiature, les Français vont se déplacer. Plus de la moitié d'entre eux (53 %) vont effectuer des trajets supérieurs à 300 km : 29 % vont parcourir entre 301 et 500 km et 24 % plus de 500 km.

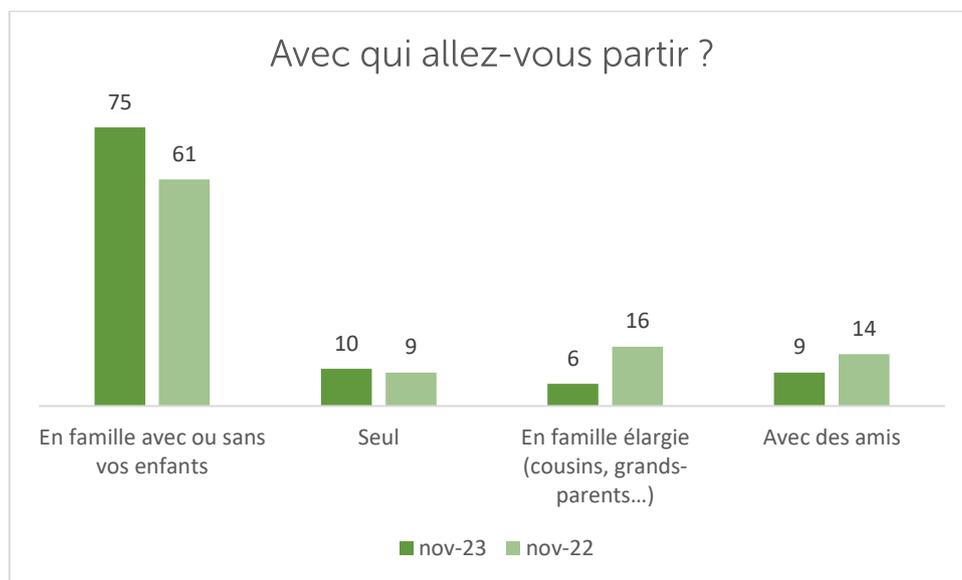
Un quart se rendra à une distance comprise entre 201 et 300 km du domicile et 18 % iront dans une destination éloignée de 101 à 200 km. Seulement 4 % voyageront à moins de 100 km de chez eux.

Quant aux déplacements, ils se feront majoritairement en voiture et le pourcentage de son utilisation augmente à 79 % vs 70 % en novembre dernier. Cela peut paraître normal entre la crainte des grèves et le coût du train pouvant être conséquent pour une famille avec enfants. Ce dernier perd d'ailleurs quatre points à 12 % (vs 16% en novembre 2022) et l'avion deux points à 6 % (vs 8 %). Le co-voiturage représente 2 % des trajets (vs 3 %) et le bus 1 % (vs 3 %).



Les vacances de Noël /Nouvel An : fêtes familiales par excellence

Noël / jour de l'An reste plus que jamais une occasion de resserrer les liens familiaux et on assiste à un recentrage sur la famille proche. Cette année 81 % des Français partiront en famille contre 76 % l'an dernier. Parmi ces 81 %, on compte 75 % qui seront en couple avec ou sans enfants (vs 61 % en novembre 2022) et 6 % en famille élargie (cousins, grands-parents...), en diminution par rapport à l'an dernier (16 %). Cette augmentation des départs en famille se fait au détriment de ceux entre amis qui chute à 9 % vs 14 % en novembre 2022. Les départs solo restent stables (9 % vs 10 %).



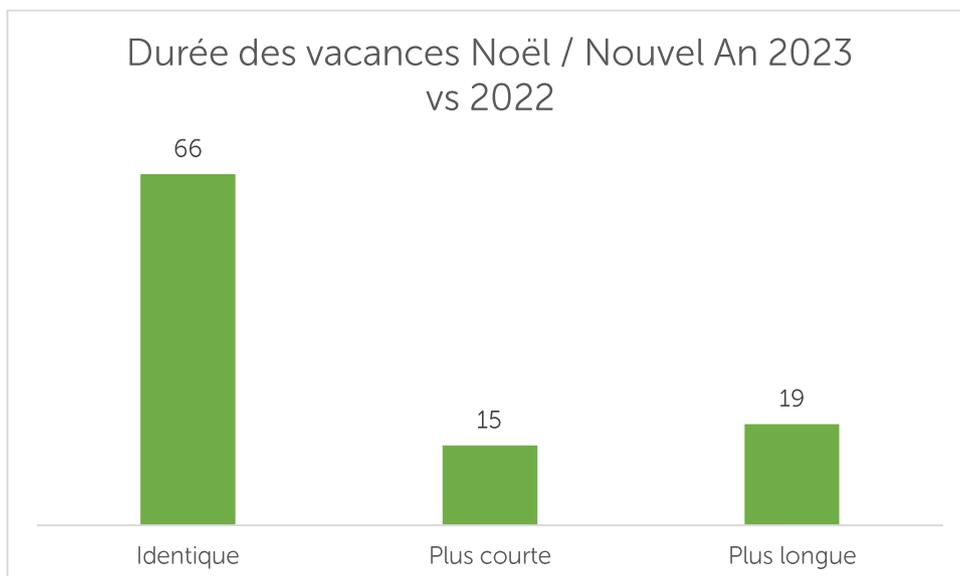
Une durée de vacances majoritairement identique à l'an dernier malgré la conjoncture

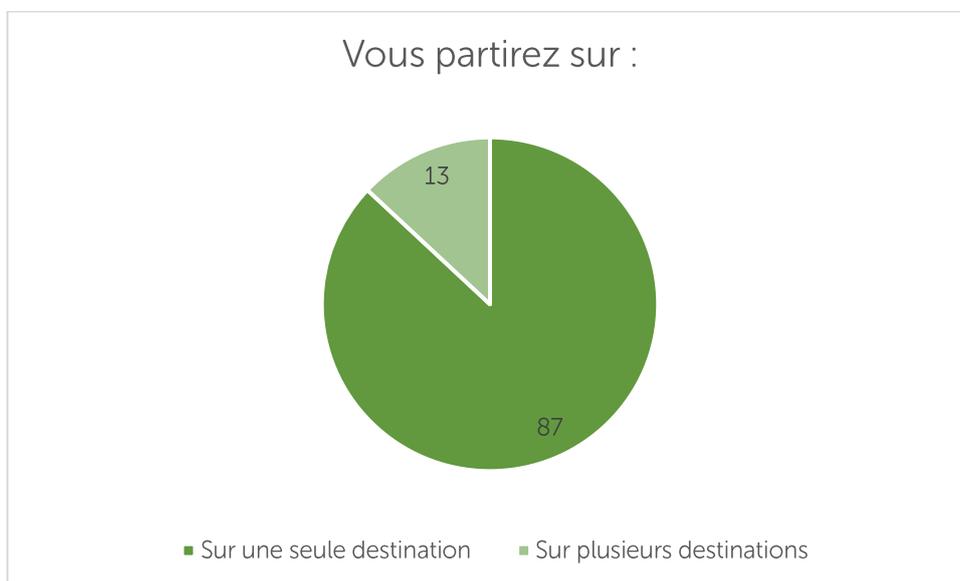
La majorité des vacanciers partiront 4 à 7 jours (70 %). Un peu plus d'un quart d'entre eux feront une escapade de 2 à 3 jours (17 %) et 11 % bénéficieront de 8 à 12 jours. Au-delà, le pourcentage tombe à 2 %.

Malgré le contexte économique pour une grande majorité de Français, la durée des vacances reste identique à l'an dernier (66 %). On compte même 19 % qui partiront plus longtemps contre 15 % qui seront contraint de les réduire.

Les vacances d’hiver se prêtent peu à l’itinérance : 87 % des répondants partiront sur une seule destination contre 13 % qui les panacheront.

C’est néanmoins un peu plus élevé qu’en été ou seulement 10 % s’étaient rendus sur plusieurs destinations.





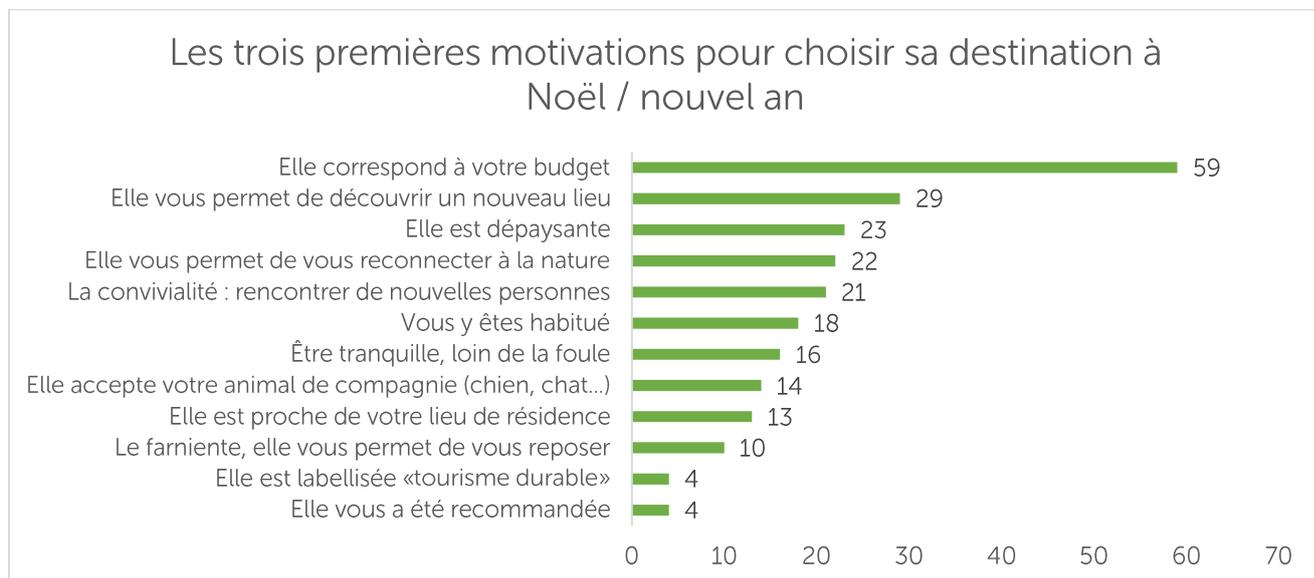
Les vacances pour rompre avec le quotidien et se mettre au vert

On a demandé aux répondants d'indiquer quelles sont leurs trois premières motivations pour choisir une destination à Noël / Nouvel An.

En dehors du budget, qui reste la première motivation pour choisir sa destination à Noël / Nouvel an, les vacanciers recherchent à sortir de leur quotidien et des villes. En effet, 29 % sont guidés par la volonté de découvrir un nouveau lieu, 23 % recherchent le dépaysement et 22 % à se reconnecter à la nature. Rencontrer de nouvelles personnes / la convivialité arrive juste derrière à 21 %.

Certains répondants sont motivés par l'habitude de se rendre dans un lieu qu'ils apprécient (18 %) et 16 % par le fait d'être tranquille loin de la foule ou encore parce que leurs animaux de compagnie sont acceptés (14 %).

Pour 13 % des Français, leur destination doit être proche de leur lieu de résidence et pour 10 % elle doit leur permettre de s'adonner au farniente. Le label durable ne motive que 4 % des vacanciers, tout comme le fait qu'elle leur soit recommandée.



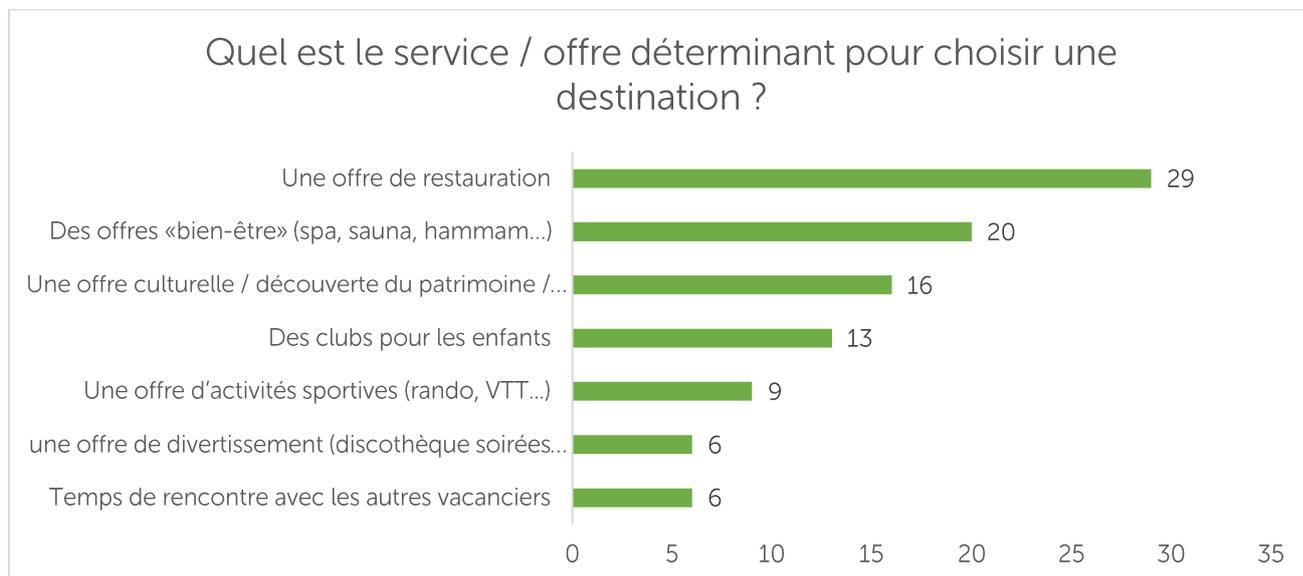
Les vacances riment avec plaisir

Les répondants devaient choisir une offre / service qui s'avère déterminant pour choisir sa destination pour ces vacances d'hiver. L'offre de restauration arrive en tête (29 %). Après les plaisirs de la table, place au bien être pour 20 % d'entre eux (spa, sauna, hammam...) et à la découverte du territoire avec des offres culturelles / découverte du patrimoine / gastronomie à 16 %.

Les clubs pour enfants sont décisifs dans 13 % des cas.

Si on a vu que 15 % choisissaient la montagne en hiver pour faire des randonnées, l'offre d'activités sportive est déterminante pour seulement 9 % des Français (randonnées, VTT ...).

Le côté familial des vacances de Noël ne fait pas oublier les divertissements nocturnes (soirées, discothèque) mais qui sont déterminants seulement pour 6 % des vacanciers, tout comme les temps de rencontre avec les autres vacanciers.



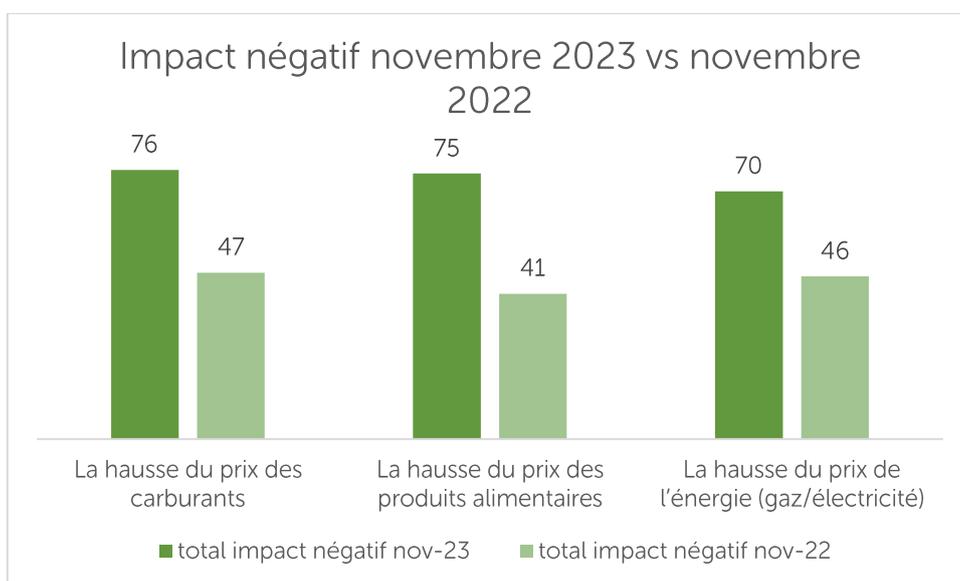
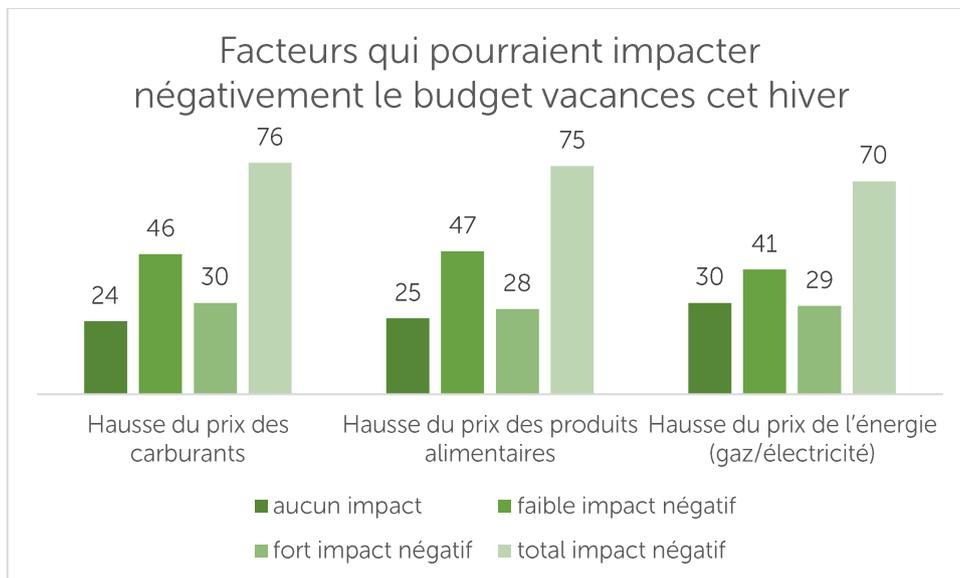
Une inflation qui pèse lourd mais un budget vacances préservé

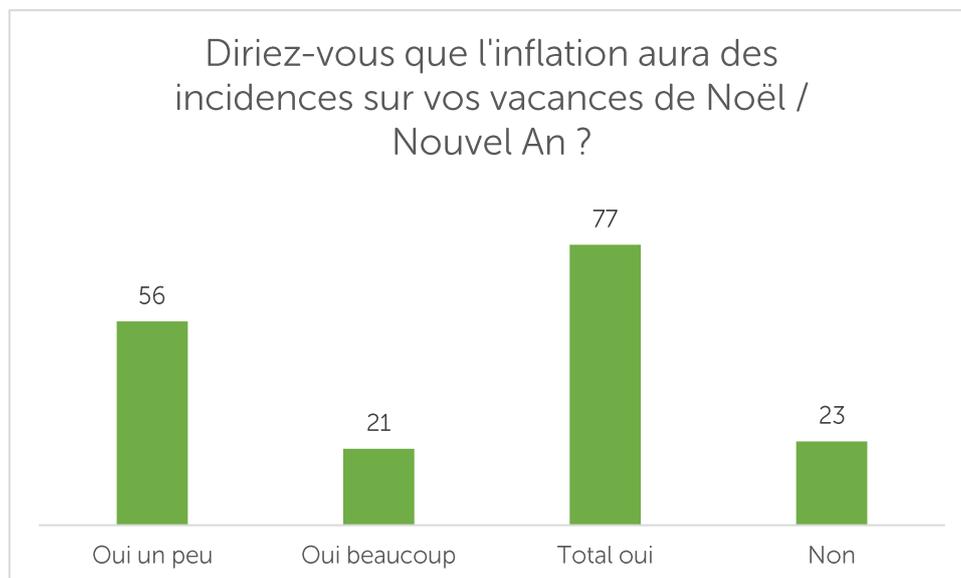
Un poids de plus en plus important de la hausse des prix sur le budget vacances de cet hiver

Après plus d'une année de crise économique, plus de trois quarts des répondants pensent que l'inflation aura des incidences sur leurs vacances (77 %). Néanmoins, parmi ces 77 %, la grande majorité (56 %) les craignent « un peu » contre 21 % « beaucoup ».

Parmi des sources d'inflation - par rapport à novembre 2022- on note une forte augmentation des Français qui déclarent que la hausse des carburants aura un impact négatif sur leur budget vacances. On passe de 47 % à 76 % dont 30 % qui jugent que cet impact sera fort.

Il en est de même pour les conséquences de l'augmentation des prix alimentaires qui est citée par 75 % des répondants (vs 47 % en novembre 2023) dont 28 % des vacanciers les qualifient de fortes.





En 2022 on a économisé sur le superflu, en 2023 sur l'essentiel

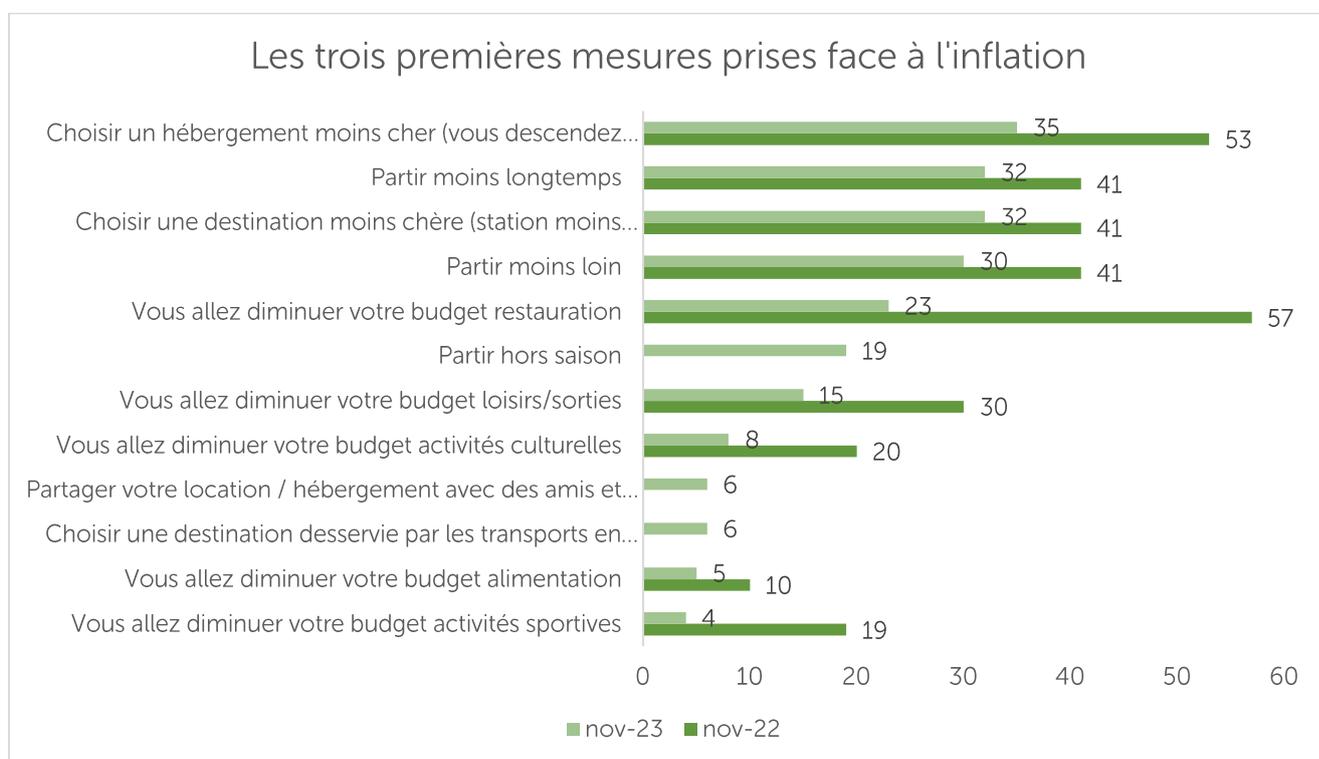
Par rapport à l'an dernier, le pourcentage de réduction des dépenses sur les différents postes des vacances est plus faible, mais on peut penser qu'à force de faire des coupes dans le budget, il est difficile d'en faire plus.

Les postes impactés et leur classement sont également différents. Le choix d'un hébergement moins onéreux (descendre en gamme) passe en première position (35 %). Partir moins longtemps remonte en seconde position (32 %). On trouve ensuite, comme en 2023, le choix d'une station moins connue donc plus abordable et partir moins loin.

La diminution du budget restauration chute de la première place en 2022 à la cinquième en 2023 (23 %).

En 2022, les Français ont commencé à réduire le superflu (la restauration). Cette année, ils réduisent l'essentiel qui est également le poste de dépenses le plus important : l'hébergement. À noter, que lors du baromètre réalisé en janvier 2023, l'hébergement venait de passer en première position.

Novembre 2023	Novembre 2022
Choisir un hébergement moins cher (descente en gamme) – 35 %	Diminuer le budget restauration 57 %
Partir moins longtemps – 32 %	Choisir un hébergement moins cher (descente en gamme) – 53 %
Choisir une destination moins chère (station moins connue...) – 32 %	Choisir une destination moins chère (station moins connue...) – 41 %
Partir moins loin – 41 %	Partir moins loin – 41 %
Diminuer le budget restauration – 23 %	Partir moins longtemps – 41 %



Les Français de plus en plus adeptes d'astuces pour réaliser des économies

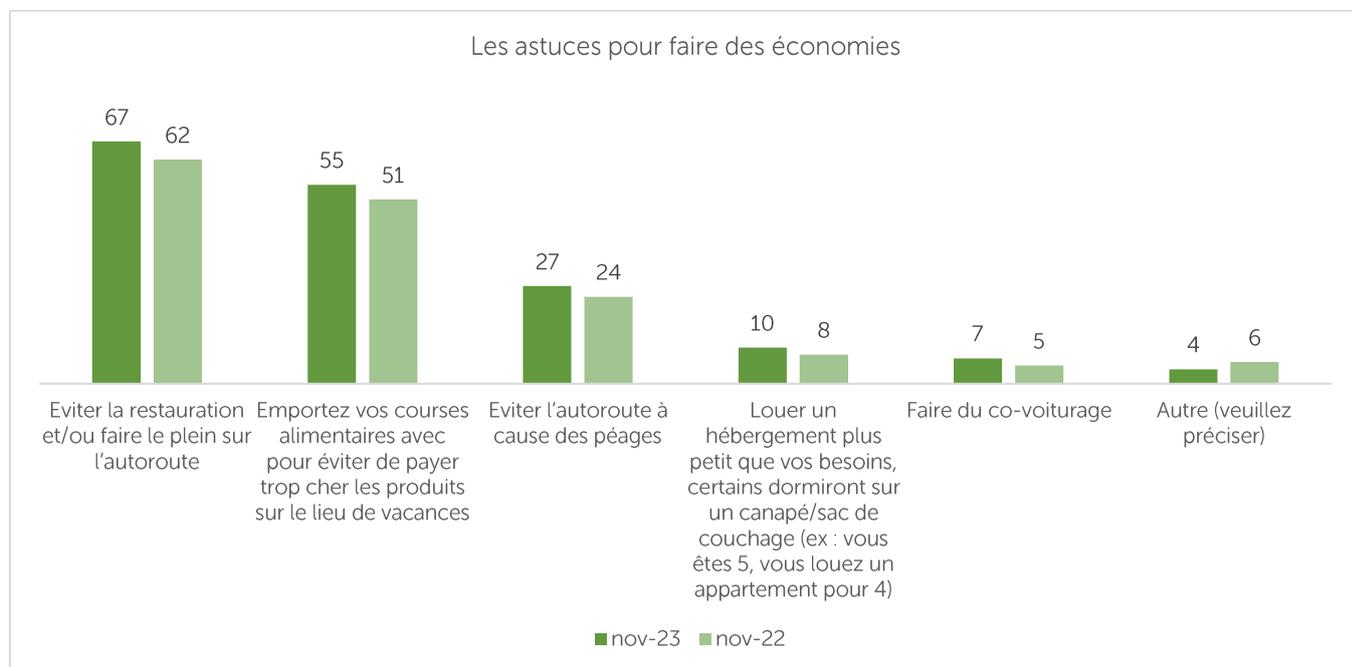
Par rapport à l'an dernier, le pourcentage des Français qui ont adopté des astuces pour réaliser des économies a augmenté.

La première astuce est d'éviter de faire le plein ou de se restaurer sur l'autoroute (67 % vs 62 % en novembre 2022). Autoroutes pesant sur le budget puisque qu'en troisième position, 27 % déclarent même l'éviter (27 % vs 24 %).

La deuxième astuce est d'emporter ses courses alimentaires pour éviter les mauvaises surprises sur le lieu de vacances.

En quatrième position on trouve la location d'un hébergement plus petit que les besoins réels – certains dormiront sur un canapé / sac de couchage – (10 % vs 8 % l'an dernier). Quant au co-voiturage, il recueille 7 % des suffrages (vs 5 %).

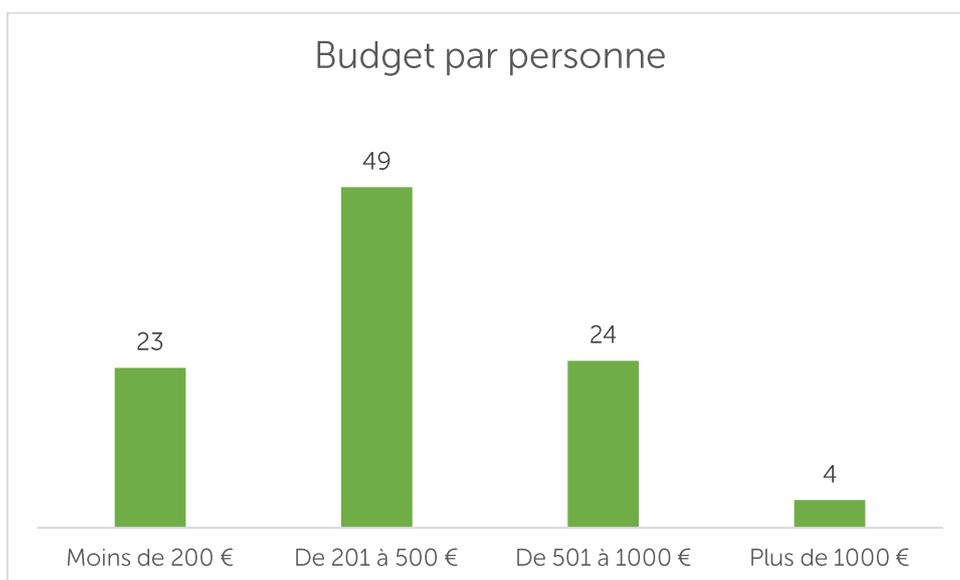
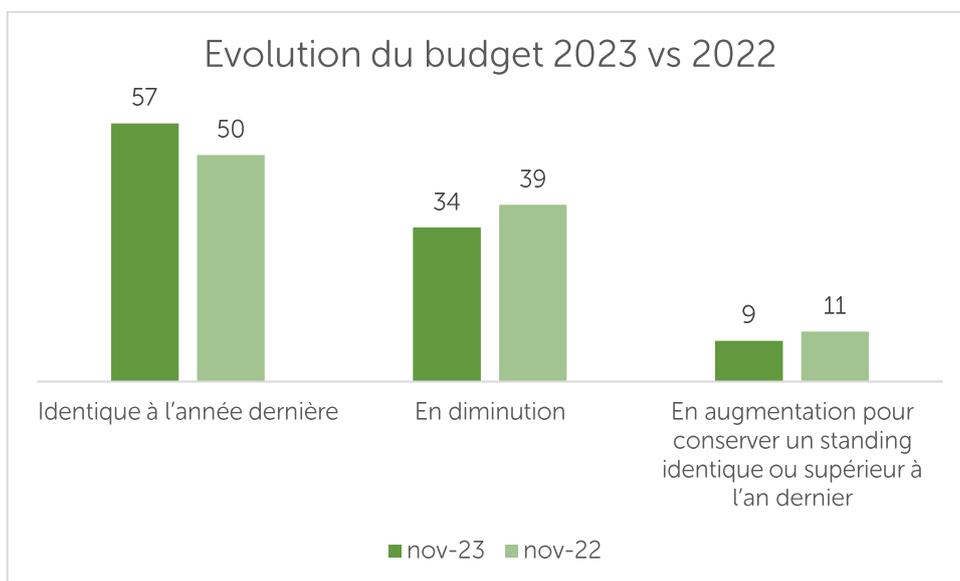
Parmi ceux qui ont répondu « autres » on peut noter la réduction de vitesse sur l'autoroute, opter pour des formules « tout compris » afin de maîtriser le budget et même réduire les repas au minimum.



Un budget identique à l'an dernier pour une grande majorité de Français

Malgré la conjoncture et des Français très attentifs à leurs dépenses, ces derniers préservent leur budget vacances d'hiver qui sera identique à l'année précédente pour 57 % d'entre eux (vs 50 % en novembre 2022). Ils seront même moins nombreux que l'an dernier à devoir le diminuer (34 % vs 39 %). Ils seront également moins nombreux à l'augmenter (9 % vs 11 %).

Près de la moitié des vacanciers investiront entre 201 et 500 euros pour partir à Noël / Nouvel An par personne (49 %). Près d'un quart dépenseront moins de 200 euros (23 %) et de 501 à 1 000 euros (24 %). Ils sont seulement 4 % à prévoir plus de 1 000 euros par personne.



Entre sérénité et inquiétude

L'état d'esprit des Français oscille entre sérénité (45 %) et l'incertitude (40 %) mais ils ne sont que 15 % à être inquiets. Il y a eu peu d'évolution par rapport à janvier 2023.



VVF INGÉNIERIE

Retrouvez-nous sur vvingenierie.fr, [LinkedIn](#) et [Twitter](#)

Consultez l'ensemble des études, enquêtes et sondages de l'Observatoire du tourisme durable sur l'[Espace documentaire VVF Ingénierie](#)

[Contact presse](#)