

Communiqué de presse
Décembre 2023

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

3^{ème} baromètre VVF sur les vacances d'hiver des Français

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 ?

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 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.



[télécharger l'étude](#)

Incertitude / attentisme mais un besoin réel de partir

Plus de la moitié des répondants ont l'intention de partir lors des vacances de Noël / Nouvel An (59 %). Mais à 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.

Cet attentisme et cette indécision se retrouvent dans l'état des réservations. En effet, **début novembre, près d'un quart des Français avaient réservé (23 %) leurs vacances ce qui est nettement inférieur aux 34 % constatés en novembre 2022.**

Malgré le contexte économique **une grande majorité de Français prendront le même nombre de jours que l'an dernier (66 %)**. On compte même 19 % qui partiront plus longtemps contre 15 % qui seront contraint de les réduire.

Si les préoccupations des fans 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).**

Le besoin de partir en vacances se confirme. Parmi ceux qui ont décidé de partir, 22 % déclarent que rien ne les ferait renoncer à leurs vacances (vs 21 % en novembre 2022). Pour les autres, sans surprise,

le premier facteur qui leur ferait annuler leurs vacances est une dégradation sévère de leur pouvoir d'achat, en légère baisse par rapport à novembre 2022 (40 % vs 42 %).

Budget serré mais on trouve des astuces pour partir

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 %.

Pour l'ensemble des vacanciers, l'inflation est de plus en plus pesante. 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 ».

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 fortement pénalisantes.

Malgré la conjoncture, les Français 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 %).

Le pourcentage de réduction des dépenses sur les différents postes des vacances est plus faible que l'an dernier, 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, pour pouvoir partir, 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 %

En revanche, par rapport à novembre 2022, le pourcentage des Français qui ont adopté des astuces pour réaliser des économies a augmenté.

Astuces pour faire des économies	Novembre 2023	Novembre 2022
Éviter de faire le plein ou de se restaurer sur l'autoroute	67 %	62 %
Emporter ses courses alimentaires	55 %	51 %
Éviter l'autoroute à cause des péages	27 %	24 %
Louer un hébergement plus petit que les besoins réels – certains dormiront sur un canapé / sac de couchage	10 %	8 %
Faire du co-voiturage	7 %	5 %

La montagne a su se diversifier même si le ski est plébiscité

La montagne reste la grande favorite des destinations, même si elle perd un peu de terrain par rapport à l'an dernier (27 % vs 31 %) probablement à cause de la baisse du pouvoir d'achat.

Elle est, en hiver, synonyme de ski pour la majorité des vacanciers, notamment de 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 %) ou autres activités hors ski – comme les promenades en chien de traîneau - (15 %), les sports à sensations -escalade sur glace...- (5 %).**

D'ailleurs, 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.

[Télécharger l'étude](#)

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.