

Enquête du 05/02/2024

## Le futur des vacances et des loisirs en période d'inflation



Questionnaire administré en ligne du 18 janvier au 28 janvier 2024 auprès d'une population âgée de 18 ans et plus, 3 720 répondants, dont 17 % 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.

Avec une inflation qui reste le sujet de préoccupation principal des Français, ces derniers continuent à faire évoluer leur consommation de vacances et de loisirs. Néanmoins, les vacances restent un moment privilégié dont les Français ne comptent pas se passer. Dans ce contexte, comment envisagent-ils le futur de leurs vacances et de leurs loisirs ?

## Sommaire

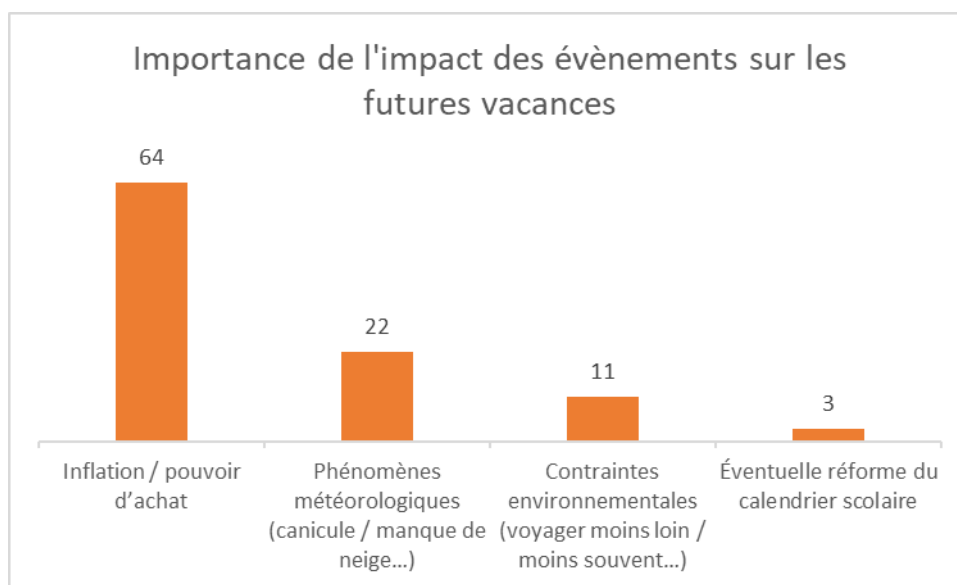
<b>Inflation et futur des vacances</b> .....	<b>3</b>
L'inflation, 1 <sup>ère</sup> crainte des futurs vacanciers .....	3
Pour près de 90 % de Français, l'inflation va modifier leur façon de partir en vacances	
Les Français pessimistes sur l'évolution de leur budget vacances .....	4
Choisir un hébergement moins onéreux : première mesure prise .....	5
Malgré les contraintes budgétaires, les Français aiment voyager pour rompre avec leur quotidien.....	6
Une grande majorité ne renoncera à aucune de ses vacances habituelles.....	7
<b>Inflation et futur des loisirs</b> .....	<b>8</b>
L'impact de l'inflation encore plus redouté pour le futur des loisirs.....	8
Le budget « restaurant », première victime du pouvoir d'achat, celui des activités sportives régulières préservé .....	9
Malgré des arbitrages de budget, les français aiment se divertir en vacances.....	10

## Inflation et futur des vacances

### L'inflation, 1<sup>ère</sup> crainte des futurs vacanciers

Pour 64 % des Français, l'inflation / baisse de leur pouvoir d'achat est le premier évènement qui pourrait impacter leurs futures vacances. En second, près d'un quart d'entre eux citent les phénomènes météorologiques (24 %) alors que les contraintes environnementales qui les contraindraient à voyager par exemple moins loin et / ou moins souvent ne recueillent que 11 % des suffrages. Quant à une éventuelle réforme du calendrier scolaire, elle pourrait avoir un impact pour seulement 3 % des répondants.

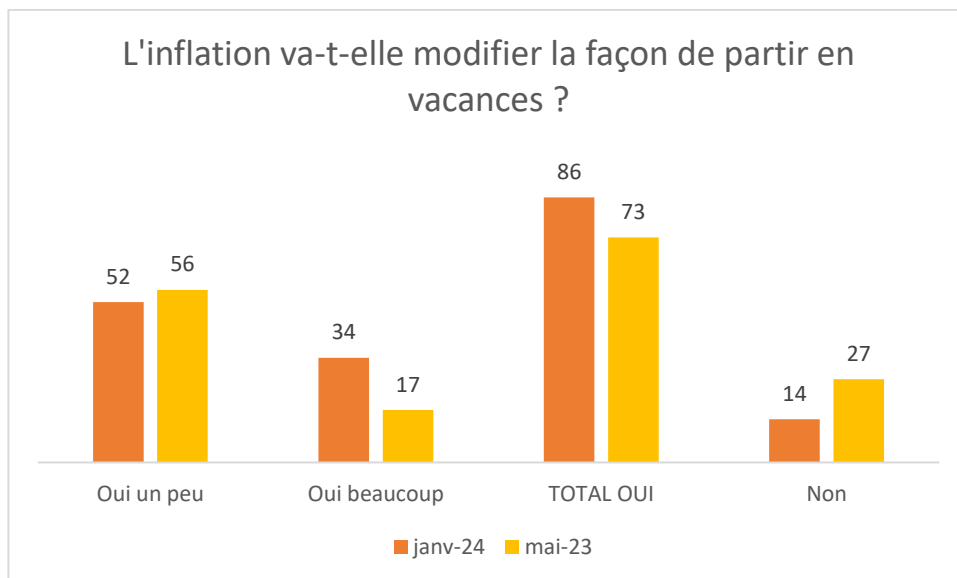
Il faut noter que le nombre de répondants qui affirment que pouvoir partir en vacances risque de devenir de plus en plus compliqué augmente de deux points par rapport à février 2023 (66 % vs 64 %).



### Pour près de 90 % de Français, l'inflation va modifier leur façon de partir en vacances

L'augmentation des personnes craignant pour leur pouvoir d'achat va de pair avec l'augmentation de celles qui affirment que l'inflation a modifié ou va modifier leur façon de partir, passant de 73 % en mai 2023 à 86 % en janvier 2024. Le ressenti est également plus vif puisque les Français qui estiment que l'impact est fort a doublé (34 % vs 17 %) au détriment de

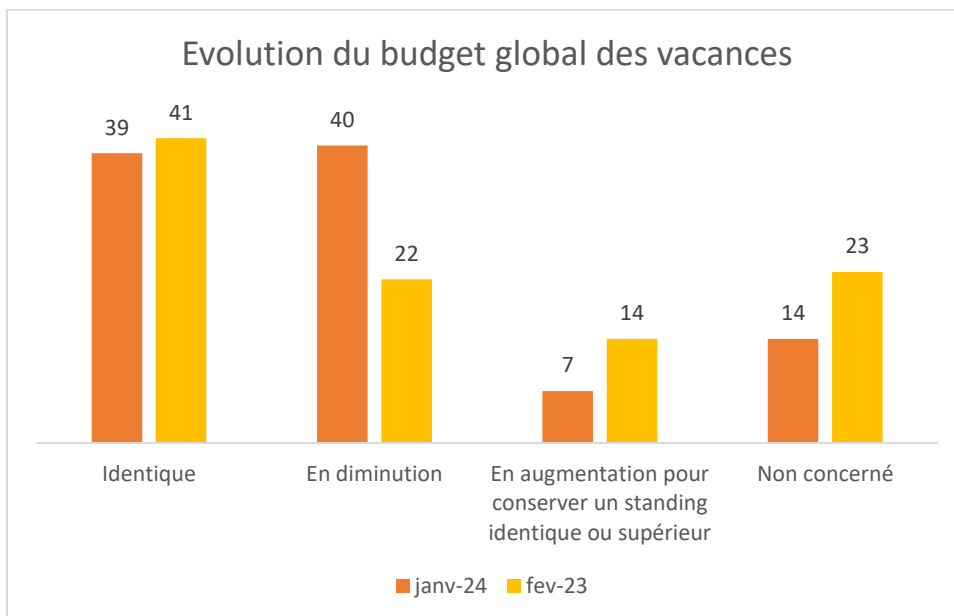
ceux qui estiment qu'il est faible (52 % vs 56 % en mai 2023) mais surtout de ceux qui ne constatent aucun impact (14 % vs 27 %).



### Les Français pessimistes sur l'évolution de leur budget vacances

Les conséquences de l'inflation se font durement sentir. Près de deux fois plus de Français s'attendent à une diminution de leur budget vacances depuis février 2023 (40 % vs 22 %) et deux fois moins à une augmentation pour conserver un standing identique ou supérieur (7 % vs 14 % en février 2023).

Ceux qui estiment qu'il sera identique par rapport à l'an dernier est en légère diminution (39 % vs 41 %). Le nombre de ceux qui se disent non concernés par le sujet est quasiment divisé par deux (14 % vs 23 %).



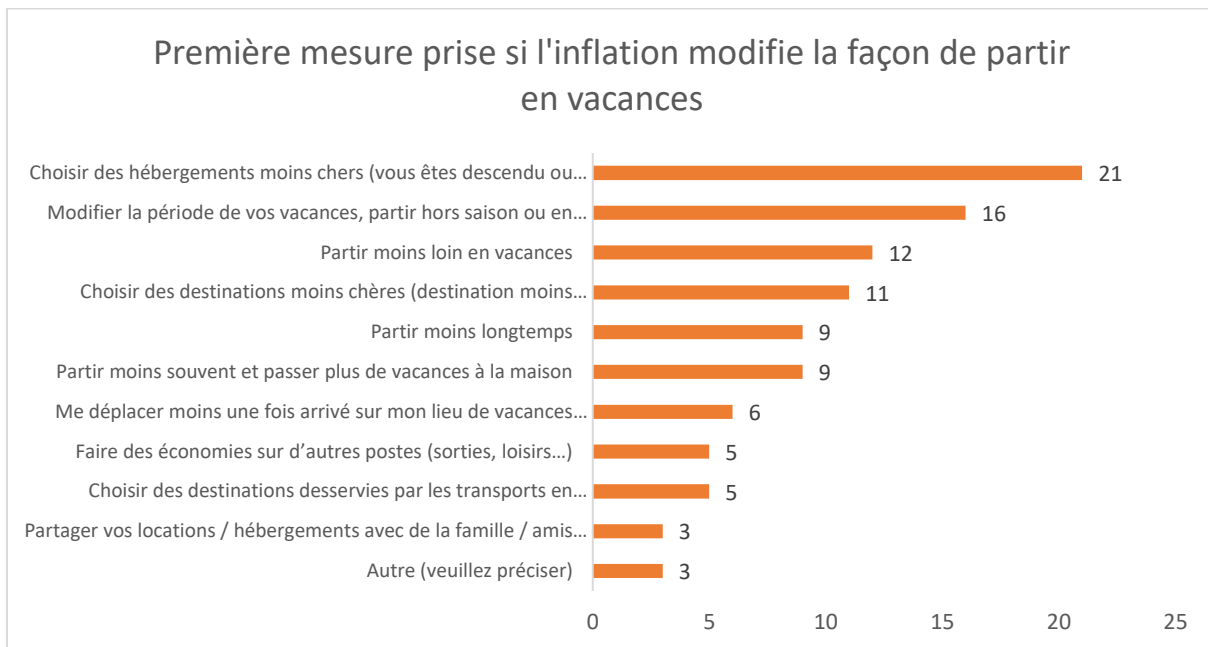
## Choisir un hébergement moins onéreux : première mesure prise

On a demandé à ceux qui ont modifié ou qui s'apprêtent à modifier leur façon de partir de choisir quelle est la principale mesure prise (une seule réponse possible). Le choix d'un hébergement moins onéreux s'impose pour 21 % des répondants. Mis à part ceux qui peuvent se permettre de partir hors saison (16 %), le fait de partir moins loin pour économiser sur les frais de transport recueille 16 % des suffrages. 11 % optent pour une destination moins chère (station moins connue...).

Partir moins longtemps et partir moins souvent récoltent chacun 9 % et moins se déplacer une fois arrivé sur le lieu de vacances 6 %. En fin de classement on retrouve le fait de diminuer certains postes comme les sorties et loisirs ex aequo avec des destinations desservies par des transports en commun (5 %) et partager une location avec des amis / la famille (3 %).

Pour ceux qui ont coché « autre », on note une volonté de comparer davantage les prix, partir dans la famille.

À travers ces choix on constate le poids du prix des carburants (partir moins loin, moins se déplacer en vacances et choisir des destinations avec des transports en commun) et de celui de l'hébergement (choisir des hébergements moins chers, partir moins longtemps, moins souvent, partager des locations avec famille / amis).

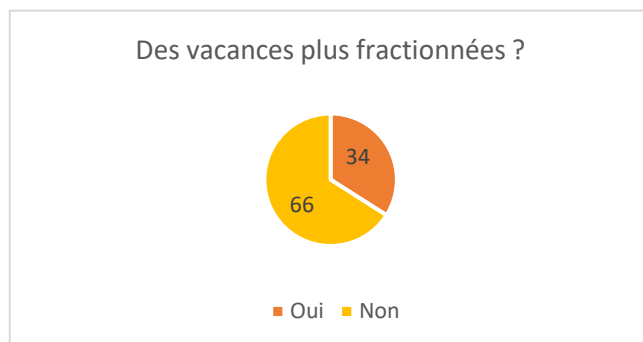


## Malgré les contraintes budgétaires, les Français aiment voyager pour rompre avec leur quotidien

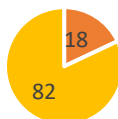
L'envie de s'évader du quotidien est plutôt forte pour plus d'un tiers des Français (34 %) qui réduiront la durée de leurs séjours pour partir plus souvent.

Envie confirmée par les 82 % de ceux qui préfèrent répartir leurs vacances entre l'été et les autres périodes de l'année avec des séjours plus courts contre 18 % qui sont adeptes de concentrer leurs vacances en période estivale.

D'ailleurs, qu'ils soient adeptes de l'une ou l'autre façon de consommer leurs vacances d'été, 47 % choisissent de partir plusieurs fois en été sur des périodes moins longues. Les Français aiment voyager et rompre leur quotidien.

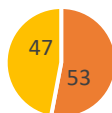


### Quand partir ?



- Concentrer toutes vos vacances l'été et partir moins souvent dans l'année
- Répartir vos vacances entre l'été et les autres périodes de l'année avec des séjours plus courts

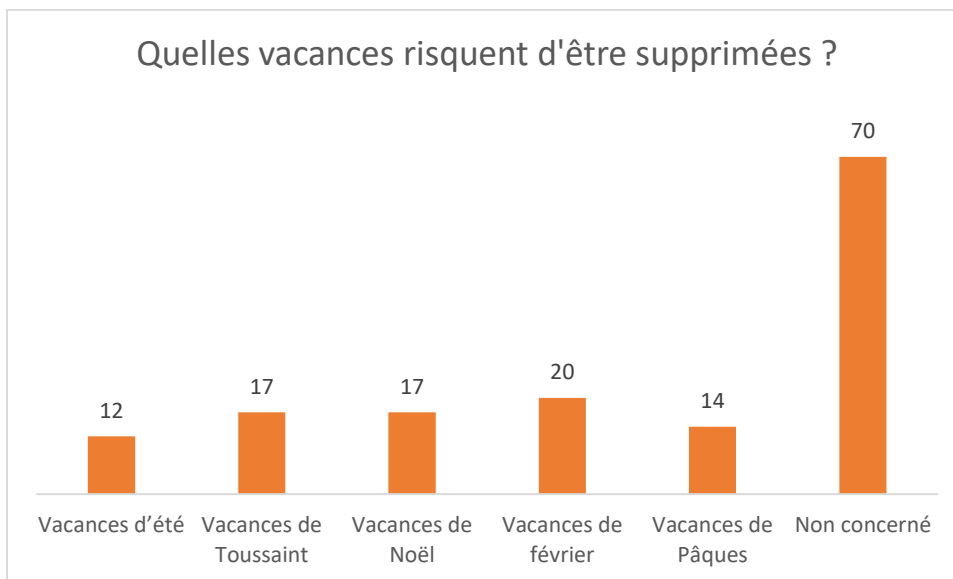
### Un été fragmenté ?



- En une seule fois
- Vous partez plusieurs fois en été mais moins longtemps

## Une grande majorité ne renoncera à aucune de ses vacances habituelles

Séjours plus courts, choix d'hébergements ou de destinations moins chers ... permettent à 70 % de Français de maintenir l'ensemble des vacances qu'ils ont l'habitude de prendre. Néanmoins, pour ceux qui renoncent à partir sur une ou plusieurs périodes, les premières vacances concernées sont celles de février (20 %), suivies par celles de Toussaint et de Noël (ex-aequo à 17 %), de Pâques (14 %) et enfin d'été (12 %). Le pourcentage supérieur à 100 % indique que certains renoncent à plusieurs vacances.



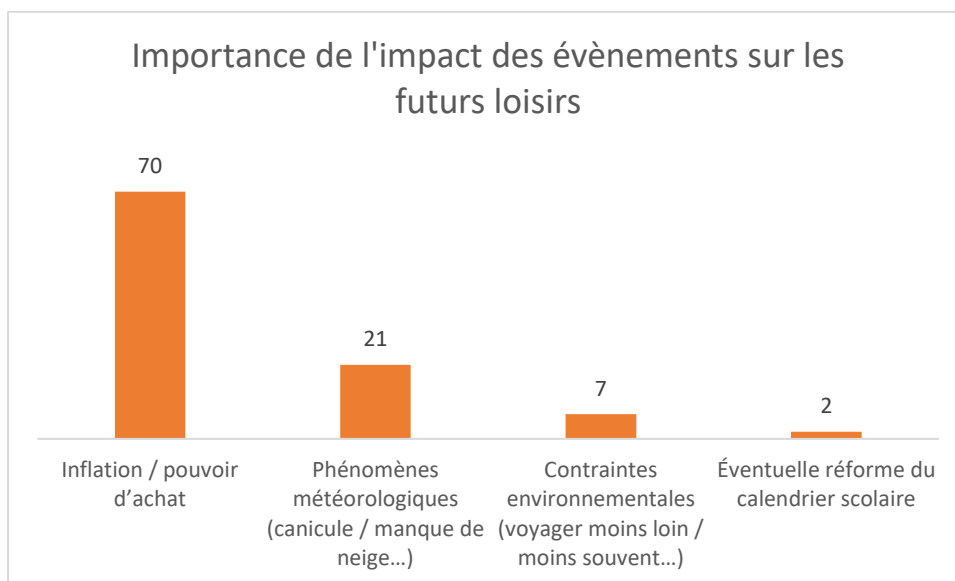
## Inflation et futur des loisirs

### L'impact de l'inflation encore plus redouté pour le futur des loisirs

L'inflation / la baisse du pouvoir d'achat sont ressenties encore plus vivement comme pouvant impacter les futurs loisirs (70 % vs 64 % pour les vacances). On a vu lors des précédentes études l'attachement des Français pour leurs vacances mais à l'heure des choix, ce sont les loisirs qui en font les frais.

Suivent les phénomènes météorologiques (canicule /manque de neige ...) avec 21 % des Français estimant que cela pourrait faire évoluer leurs loisirs. Les contraintes environnementales risquent d'avoir une incidence pour seulement 7 % des Français et l'éventuelle réforme du calendrier scolaire pour 2 %.



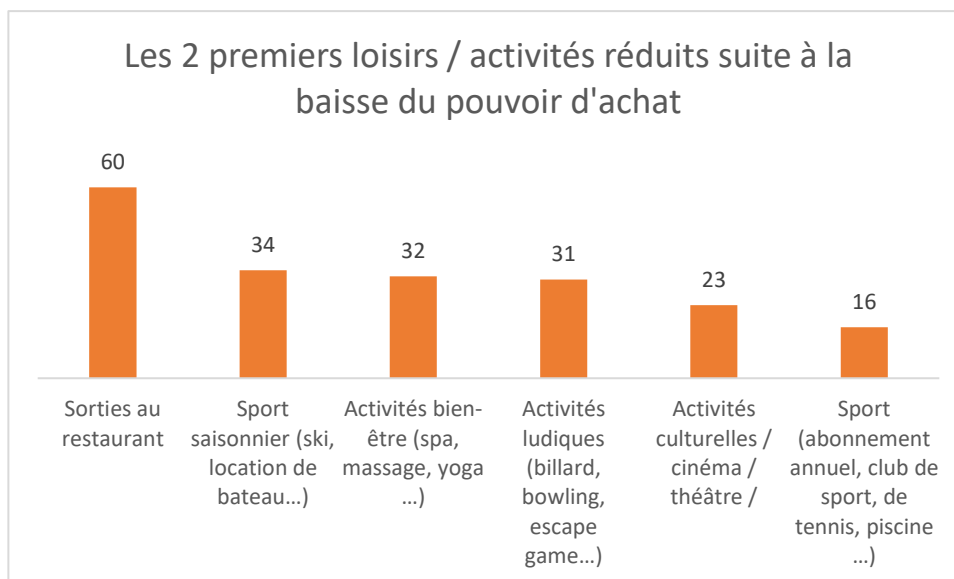


### Le budget « restaurant », première victime du pouvoir d'achat, celui des activités sportives régulières préservé

On a demandé quelles sont les deux premières mesures prises par ceux pour qui l'inflation / la baisse du pouvoir d'achat a entraîné ou va entraîner des conséquences sur les loisirs et activités. Les deux premiers budgets qui sont ou seront réduits sont les sorties au restaurant (60 %) et le sport saisonnier comme le ski, la location de bateaux... (34 %). A l'inverse, celui du sport au quotidien est préservé comme l'abonnement à un club, à la piscine, au tennis... même si 16 % des Français le voient à la baisse.

Le troisième poste concerné est l'activité « bien-être » (spa, massage...) pour 32 % des Français suivi de près (31%) par celui des activités ludiques (billard, bowling) et celui des activités culturelles (23 %).

Ayant subi la hausse des matières premières, de l'énergie, des revalorisations de salaires, la restauration apparaît comme la grande perdante des coupes budgétaires



## Malgré des arbitrages de budget, les Français aiment se divertir en vacances

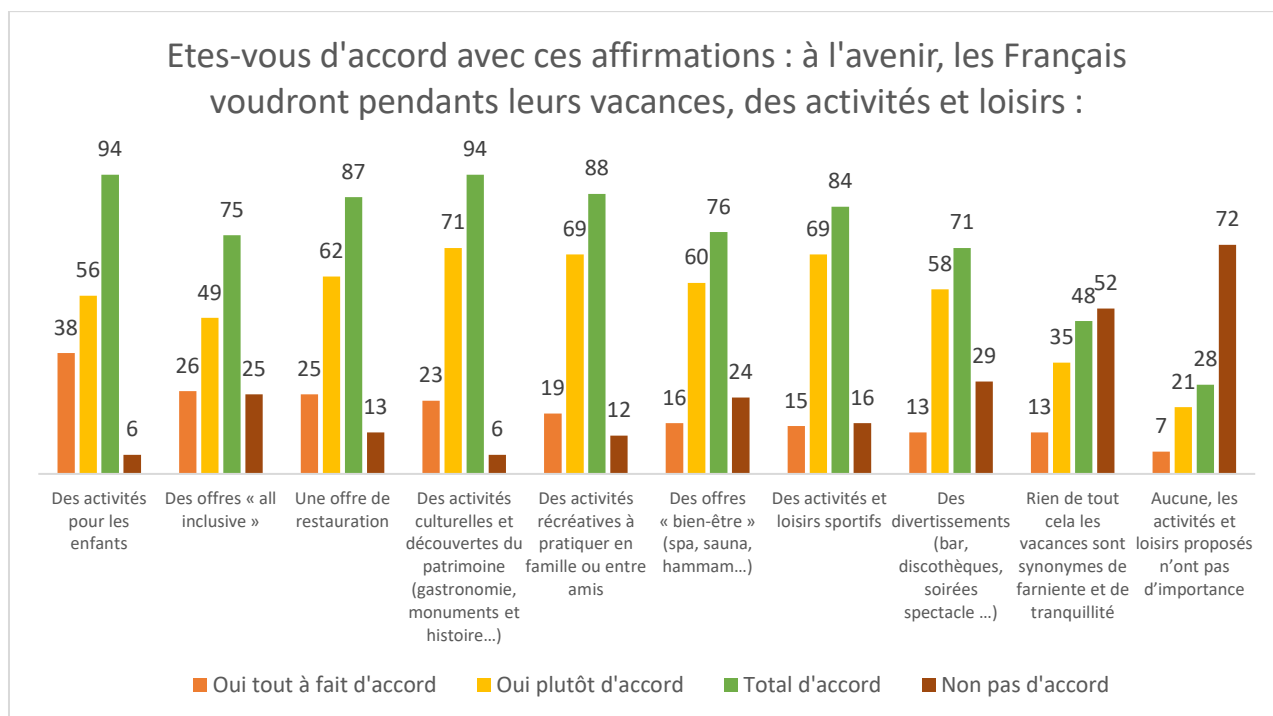
Les Français sont peu nombreux à être tout à fait d'accord avec l'affirmation que les loisirs et activités en vacances n'auront à l'avenir aucune importance (7 %) et 13 % les voient de plus en plus sous le signe du farniente. Néanmoins et malgré les arbitrages dus à l'inflation elles restent importantes et ne sont pas nécessairement synonymes d'activités payantes. Les répondants pensent qu'à l'avenir, les vacanciers voudront des activités pour enfants (38 %), des activités « all inclusive » (26 %) -sans doute pour maîtriser leur budget- et une offre de restauration (25 %). Malgré le fait qu'elle soit la première visée par les restrictions budgétaires, elle reste dans le top 3 des attentes mais en vacances il s'agit souvent de « petite restauration ».

Viennent ensuite des activités culturelles et découverte du patrimoine (gastronomie, monuments et histoire ...) à 23 %, des activités récréatives à pratiquer en famille ou entre amis (19 %), des offres « bien-être » (spa, sauna, hammam...) à 16 %, des activités et loisirs sportifs (15 %) dont on vient de voir c'était un des deux premiers budgets victime du pouvoir d'achat.

En fin de classement, on trouve les divertissements (bar, discothèques, soirées spectacle ...) 13 %.

Si on fait le total « tout à fait d'accord » et « plutôt d'accord », les activités pour enfants restent en première position ex-aequo avec des activités culturelles et découvertes du patrimoine (gastronomie, monuments et histoire...) à 94 %. Elles sont talonnées par des activités récréatives à pratiquer en famille ou entre amis (88 %), une offre de restauration (87 %) et des activités et loisirs sportifs (84 %).

En fin de classement on retrouve des offres «bien-être» (spa, sauna, hammam...) à 76 %, des offres «all inclusive» (75 %) et des divertissements (bar, discothèques, soirées spectacle ...) à 71 %.



## L'inquiétude monte

Quand on a demandé aux répondants d'indiquer leur état d'esprit on note, par rapport à janvier 2023, une forte montée de l'inquiétude (22 % vs 15 %) au détriment notamment de la sérénité qui chute à 36 % (vs 41 %). Mais la majorité se dit incertain (42 % vs 44 % en janvier 2023).

Retrouvez-nous sur [vvingenierie.fr](http://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](#)