

Synthèse étude VVF X IFOP — avril 2026

Le futur des vacances chez les 18-40 ans : entre aspirations, modèles d'hébergement et contraintes économiques

Méthodologie

L'étude globale « Le futur des vacances chez les 18-40 ans » repose sur l'articulation de deux volets d'enquête complémentaires menés au printemps 2026 :

- **Le volet quantitatif national (IFOP pour VVF) :** Réalisé auprès d'un échantillon de 1 000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 à 40 ans. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas appliquée selon les critères du sexe, de l'âge, de la profession de la personne interrogée et du niveau de diplôme, après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été menées par questionnaire auto-administré en ligne du 17 au 21 avril 2026.
- **Le volet interne (Sondage direct VVF) :** Réalisé du 7 avril au 4 mai 2026 (sur une période de 28 jours) auprès de 462 personnes âgées de 18 à 40 ans habitant en France. Le questionnaire a été diffusé via la newsletter de la base VVF, les réseaux sociaux (Instagram et Facebook via une campagne sponsorisée) ainsi qu'un relais prévu via la base IFOP. L'échantillon se répartit en trois grandes classes d'âge : 18-24 ans (15%), 25-35 ans (25%) et 36-40 ans (60%). Le profil montre une population majoritairement salariée (70%) avec une forte représentation des familles (plus d'un répondant sur deux vit en couple avec enfant(s)).

1. Les vacances : une priorité majeure entre héritage et émancipation

Un ancrage profond dans les modes de vie actuels

Les vacances occupent une place centrale dans la vie des jeunes générations françaises : 95% des répondants déclarent partir au moins une fois par an en vacances. Parmi eux, 57% partent plusieurs fois par an, installant le modèle du « multi-départ » comme une nouvelle norme de flexibilité. À l'inverse, 38% conservent un unique départ annuel, souvent ancré durant la période estivale.

L'étude montre des différences générationnelles marquées. Les plus jeunes restent plus contraints : 51,1% des 18-24 ans ne partent qu'une fois par an, soit une proportion nettement supérieure aux 36-40 ans. Cependant, cette jeune génération

n'abandonne pas les vacances, puisque 44% d'entre eux déclarent partir plusieurs fois par an, même si cette pratique reste moins développée que chez leurs aînés.

Le poids déterminant de la transmission et de l'enfance

La culture du voyage à l'âge adulte s'enracine fortement dans les habitudes reçues durant la jeunesse : 84% des répondants partaient en vacances avec leur famille lorsqu'ils étaient enfants, et 78% reconnaissent aujourd'hui une influence familiale sur leur manière actuelle de voyager. Pour 40% des répondants, cette influence est même jugée « très forte ». Les destinations récurrentes, les rituels familiaux, les périodes de départ, les types d'hébergement et les valeurs associées se transmettent ainsi largement d'une génération à l'autre.

Une dynamique d'émancipation et de choix identitaire

Malgré cet héritage, les nouvelles générations cherchent à s'émanciper du modèle parental. Une écrasante majorité (92%) déclare percevoir au moins un changement dans sa manière de voyager par rapport à ses parents, la destination constituant le principal marqueur de rupture générationnelle. De plus, une majorité refuse l'idée d'une tradition familiale imposée : 50% ne souhaitent pas perpétuer une tradition de vacances, tandis que seuls 30% souhaitent conserver ces habitudes. Les vacances deviennent ainsi un espace de choix identitaire plus qu'un simple héritage.

2. La fragmentation du modèle des vacances

Le modèle traditionnel des longues vacances estivales monolithiques semble progressivement remis en question au profit d'un rythme plus fractionné.

La semaine comme format de référence

Si l'été demeure largement dominant, 43% des répondants partent principalement durant cette période, les départs plus courts se développent tout au long de l'année. Les vacances de printemps (16%) et les week-ends prolongés liés aux ponts (11%) prennent une place croissante dans les habitudes touristiques. Dans le même temps, les séjours longs deviennent minoritaires : 51% des répondants déclarent que leurs vacances principales durent une semaine, 32% partent deux semaines, et seuls 11% prennent trois semaines ou davantage.

L'essor des vacances plus courtes et plus fréquentes

L'étude IFOP confirme cette mutation : 45% des répondants imaginent des vacances mais plus fréquentes dans les années à venir. Cette tendance vers un fractionnement des séjours est particulièrement prononcée chez :

- Les familles avec enfants (51%) ;
- Les habitants de l'agglomération parisienne (51%) ;
- Les jeunes de 18-24 ans (50%).

Ce modèle de vacances fractionnées semble répondre aux nouvelles organisations

du travail, au télétravail, aux contraintes budgétaires, mais aussi à une recherche de respiration et de pause plus régulière tout au long de l'année. Pour autant, cette évolution ne signifie pas un recentrage local du tourisme : les répondants restent majoritairement attachés à l'idée du départ et du dépaysement.

3. Le grand paradoxe : conscience écologique face au désir de lointain

L'un des enseignements les plus marquants de l'étude réside dans la coexistence de deux aspirations apparemment contradictoires au sein de la population des 18-40 ans.

- **Aspirations Écologiques et Nature** : 62% projettent des séjours axés nature. 53% prévoient des vacances plus responsables. Les motivations clés reposent sur une quête de déconnexion, de repos et de bien-être.
- **Désir d'Évasion Internationale** : 51% envisagent des séjours plus lointains. Ce chiffre culmine à 58% chez les 18-24 ans et les Franciliens. Seuls 40% imaginent des vacances plus proches.

Le plébiscite de la nature et de la responsabilité

Lorsqu'ils imaginent leurs vacances dans vingt ans, les 18-40 ans placent très largement la nature au centre de leurs attentes : 62% pensent que leurs séjours seront davantage tournés vers des activités naturelles. Il s'agit de la projection la plus consensuelle de l'enquête. Cette aspiration est particulièrement forte chez les cadres (72%), les habitants des communes rurales (70%) ainsi que chez les sympathisants écologistes (77%).

Cette évolution traduit une recherche croissante de déconnexion, d'activités de plein air, de séjours plus authentiques et d'expériences perçues comme plus simples et plus humaines. Le trio de tête des motivations des 18-40 ans repose sur la découverte de nouveaux lieux et cultures (23%), le repos (21%) et le temps passé avec les proches (16%), faisant des vacances un outil d'équilibre personnel plutôt qu'un simple moment de consommation.

Parallèlement, la préoccupation environnementale s'installe : 53% des 18-40 ans pensent que leurs futures vacances seront plus responsables d'un point de vue écologique. Cette tendance est très marquée chez les cadres (66%), les diplômés du supérieur (61%) et les sympathisants écologistes (84%).

L'irréductible attractivité des destinations lointaines

Malgré la montée des préoccupations environnementales, 51% des 18-40 ans pensent que leurs vacances seront plus lointaines dans vingt ans. Cette projection est particulièrement forte chez les 18-24 ans (58%) et chez les Franciliens (58%) ainsi que dans les grandes agglomérations urbaines. À l'inverse, seulement 40% des répondants imaginent des vacances plus proches de chez eux. Le désir d'évasion internationale demeure extrêmement puissant, révélant une tension durable entre la

conscience écologique, le besoin de mobilité, la recherche d'expériences et la valorisation sociale du voyage.

4. Le budget comme facteur majeur de contrainte et de polarisation

L'hébergement au cœur des arbitrages financiers

Malgré l'importance des vacances, elles restent fortement conditionnées par les moyens financiers. 86% des répondants déclarent accorder au moins une priorité moyenne aux vacances dans leur budget annuel (48% parlent d'une priorité « moyenne », 32% d'une priorité « élevée » et seulement 6% d'une priorité « très élevée »).

Le budget s'impose comme le principal facteur structurant et le premier frein au départ : 57% des répondants l'identifient comme tel, loin devant les contraintes professionnelles ou les études (22%). Pour le futur, 55% considèrent que le budget et le coût de la vie seront les principaux facteurs influençant leurs séjours, devant le plaisir de partir (23%), les crises géopolitiques (10%) ou l'environnement (6%).

L'hébergement concentre désormais l'essentiel des dépenses : 66% des répondants le considèrent comme leur principal poste de coût. Chez les plus jeunes, le rapport diffère : les 18-24 ans consacrent davantage aux activités et aux expériences, et les 25-29 ans sont la seule tranche d'âge où les activités passent devant l'hébergement dans les arbitrages. À partir de 30 ans, l'hébergement redevient le cœur du budget, traduisant une recherche accrue de confort et de stabilité.

Une forte polarisation sociale et territoriale

L'étude met en lumière une fracture profonde quant à la capacité future à partir en vacances. Les 18-40 ans sont divisés à parts égales : 39% pensent qu'ils partiront plus souvent en vacances que leurs parents, tandis que 39% estiment qu'ils partiront moins (seuls 22% imaginent conserver une fréquence équivalente). Derrière cette égalité se cachent de fortes inégalités :

- **Les catégories favorisées sont optimistes** : 58% des cadres et professions intellectuelles supérieures pensent qu'ils partiront davantage (contre 18% qui pensent partir moins). Un Francilien sur deux pense également partir plus.
- **Les populations précaires et rurales expriment un pessimisme massif** : 53% des catégories les plus modestes pensent qu'elles partiront moins ; cette proportion grimpe à 50% chez les personnes sans diplôme, à 45% chez les habitants des communes rurales et culmine à 68% chez les travailleurs indépendants.

Cette polarisation se retrouve dans l'écologie touristique : seuls 45% des répondants issus des catégories populaires envisagent des vacances plus écologiques, montrant que la transition environnementale reste fortement corrélée au niveau de diplôme et au capital économique.

5. Le village vacances, modèle central des vacances familiales

Face à ces mutations, l'étude met en évidence un attachement très fort au modèle du village vacances : 40% des répondants déclarent choisir principalement ce type d'hébergement, loin devant l'hôtel (9%). Le village vacances arrive au même niveau cumulé que la location et le camping réunis. Ce succès repose sur plusieurs attentes fortes : la simplicité d'organisation, le confort, la convivialité et l'adaptation aux séjours en famille. L'étude fait ainsi apparaître deux grands modèles de vacances :

- **Un modèle expérientiel et autonome** : porté par la location et le camping ;
- **Un modèle plus structuré, rassurant et familial** : incarné par le village vacances.

Conclusion générale

L'étude VVF x IFOP dessine les contours d'un tourisme en pleine mutation chez les 18-40 ans. Le futur des vacances est principalement pensé dans une logique de continuité et d'adaptation progressive plutôt que de révolution complète. Les vacances restent essentielles, mais elles deviennent plus fragmentées, plus arbitrées et plus personnalisées, vécues comme un besoin essentiel de respiration dans des vies de plus en plus contraintes. Le grand défi du secteur sera de répondre au paradoxe d'une génération désireuse de nature et de responsabilité, tout en prévenant le risque d'une polarisation sociale où le départ en vacances s'impose comme un marqueur d'inégalités de plus en plus lourd.