



LES FRANÇAIS ET LES VACANCES

Évolution des projets après les premières annonces

Des Français plus optimistes mais toujours dans l'incertitude

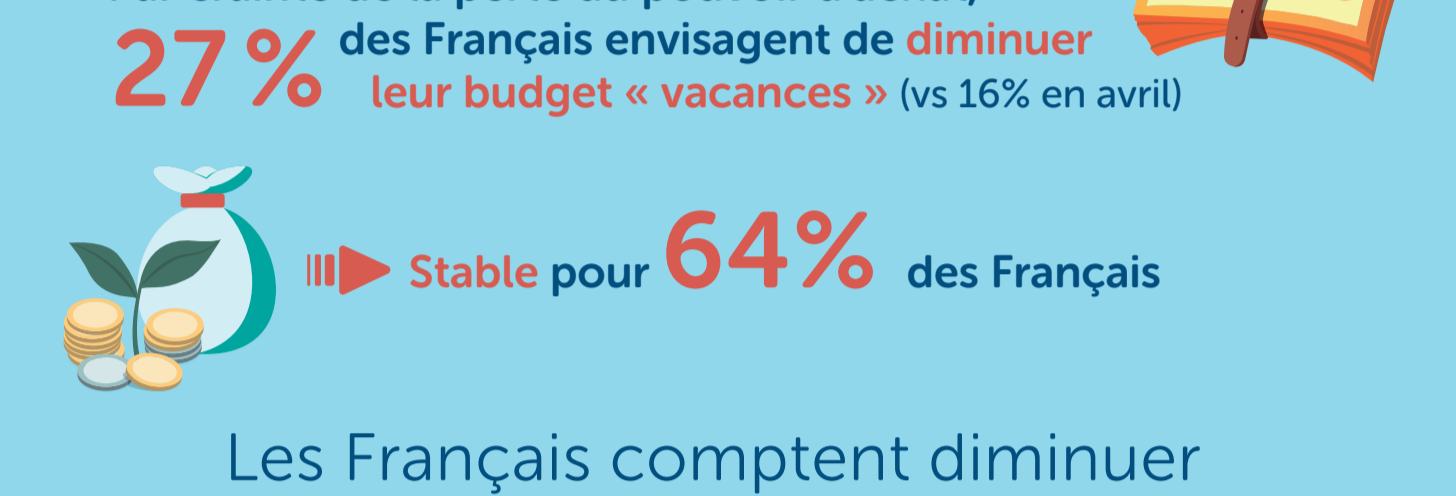


Des annonces qui rassurent mais la perte du pouvoir d'achat s'accroît et la peur de la contamination demeure

Près d'**1/4** des Français constatent la baisse de leur pouvoir d'achat

54% (stable) craignent une contamination due à des lieux trop fréquentés et **23%** une baisse de leur pouvoir d'achat (vs 19% en avril)

Tous les autres freins sont en baisse par rapport à avril



Budget vacances à la baisse, la restauration : premier poste impacté

Par crainte de la perte du pouvoir d'achat, **27%** des Français envisagent de **diminuer** leur budget « vacances » (vs 16% en avril)

Stable pour **64%** des Français



Une envie de partir très forte et un budget moyen de 500 à 1 000 € pour 76% des Français

74% sont prêts à partir même sans aide

10% estiment avoir besoin des aides sociales pour partir en vacances



Des réservations en hausse mais l'attentisme prévaut

Pour **59%**, les mesures sanitaires sont bien accueillies mais la prudence est de mise

Pour **41%** elles restent insuffisantes pour les inciter à partir

Mode de garde des enfants



71%, des Français rassurés par les garanties de remboursement ► le taux de réservation passe à **43%**



La France reste la destination privilégiée même si toutes les restrictions sont levées

La levée des restrictions a peu d'impact : **93%** des Français choisissent toujours la France

La France toujours à l'honneur

93% des Français ont toujours prévu de rester en France même si **56,5%** opérait pour une destination en dehors de la limitation des 100 km. L'Europe séduit toujours **2%** des Français et on voit apparaître **3%** qui s'envoleraient pour une destination plus éloignée.

Les attentes sur les lieux de vacances : les mesures sanitaires sont déterminantes

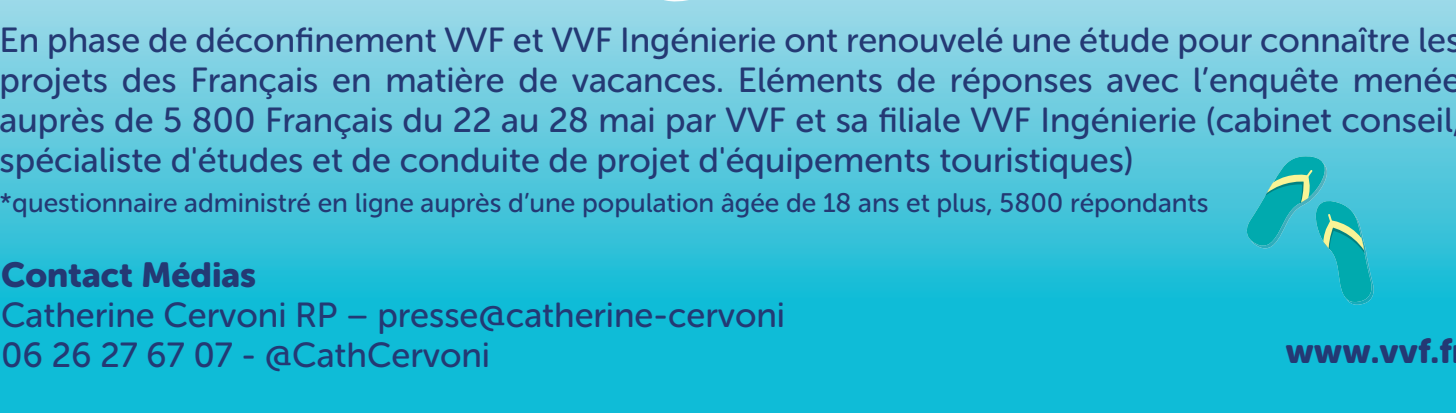
La crainte de la contamination est une préoccupation majeure chez les Français qui attendent :



Priorité à la découverte des régions

Une fois rassurés sur les mesures d'hygiène, le premier service attendu est d'avoir des idées pour visiter la région à **60%**, des offres de restauration à **32%**, des activités de randonnées à **30%** et des animations en soirée à **26%**.

Leurs envies les portent à privilégier :



La mer toujours plébiscitée

C'est la destination préférée des Français à **39%** (vs 41% en avril) mais la moyenne montagne gagne 9 points à **28%** (vs 29% en avril) et suivi par la montagne **15%** (vs 15% en avril).

Il faut noter que **15%** ne savent pas encore quelle ils vont privilégier.

Camping et villages vacances restent favoris

Effet de la baisse du pouvoir d'achat ? Les camping et villages vacances gagnent 8 points par rapport à avril avec **48%** des Français qui s'orientent vers ce type d'hébergement (vs 40% en avril).

Les gîtes et hébergements particuliers (location, famille, amis) progressent également de 2 points à **23%** (vs 40% en avril).

En revanche AirBnB perd 6 points à **8%** (vs 14% en avril) et les hôtels 3 points à **5%** (vs 8% en avril).

En phase de déconfinement VVF et VVF Ingénierie ont renouvelé une étude pour connaître les projets des Français en matière de vacances. Éléments de réponses avec l'enquête menée auprès de 5 800 Français du 22 au 28 mai par VVF et sa filiale VVF Ingénierie (cabinet conseil, spécialiste d'études et de conduite de projet d'équipements touristiques)

*questionnaire administré en ligne auprès d'une population âgée de 18 ans et plus, 5800 répondants