

Communiqué de presse  
Le 9 mars 2021

## Étude : les Français et les vacances 2021, un changement profond de comportement.

### Vacances de février et de Pâques : bilan, prévision et changements des modes de consommation

Entre peur du confinement et besoin de s'évader, la fermeture des remontées mécaniques et des loisirs saisonniers, les vacances de février ont été atypiques pour les Français. Moins nombreux à partir, ils ont su s'adapter à la situation et se sont montrés résilients face aux contraintes imposées par la situation sanitaire.

VVF Ingénierie\*, filiale de VVF, a interrogé près de 4 200 vacanciers pour savoir comment ils se sont accommodés à la situation, mais également comment ils envisagent leurs vacances de Pâques, et de quelle façon a évolué leur consommation des vacances avec la crise.

Enquête réalisée du 22 février au 3 mars 2021 sur un échantillon représentatif de la population française de plus de 18 ans – questionnaire administré en ligne

4 196 répondants dont 21 % ayant déjà loué chez VVF au cours des 10 dernières années

\*VVF Ingénierie est un cabinet-conseil, spécialiste d'études et de conduite de projet d'équipements touristiques durables filiale de VVF)

[Télécharger l'intégralité de l'étude et l'infographie](#)

### Les Français et les vacances de février

21 % des Français sont partis en vacances en février 2021 contre 36 % en février 2020.

## La France et la montagne ont été les grandes favorites.

Avec les restrictions et impossibilités de déplacement, 98 % des vacanciers ont préféré rester en France et 59 % ont choisi d'aller à la montagne. Si cette dernière est restée attractive, des reports se sont fait sur la mer qui a attiré 32 % des Français.

**61 % des vacanciers ont changé leur projet de destination suite à la fermeture des remontées mécaniques.** Les autres causes de ce changement de destination sont la peur d'un reconfinement (19 %) suivi de raisons financières (9 %).

**57 % ont réservé une semaine ou moins avant leur départ (dont 6 %, seulement 24 h avant). Ils ont opté pour des résidences et villages vacances (50 %) et des locations via un particulier/AirBnB (24 %).** Les dispositifs de remboursement sans frais et report mis en place par les professionnels ainsi que les protocoles sanitaires ont donc rassuré les Français. 23 % sont allés chez leurs familles, amis ou résidences secondaires. **Les hôtels restés ouverts ont souffert de l'absence de restauration obligeant à dîner dans sa chambre (3 % des réservations).**

**Le besoin de s'aérer/déconnecter a été la première motivation des vacanciers (63 %) suivie par celle de retrouver sa famille et/ou leurs amis (17 %).**

Parmi les contraintes, la privation des activités/loisirs saisonniers a été le plus mal vécu par les vacanciers (42 %), suivie par la fermeture des restaurants (29 %) et enfin le respect du couvre-feu à 18 h (24 %). Malgré tout ils sont 96 % à déclarer qu'ils ont passé de bonnes vacances.

## 23 % des Français qui avaient prévu de partir en vacances les ont annulés

La fermeture des restaurants et animations (31 %) suivie de celles des remontées mécaniques (22 %) sont les deux premières causes principales d'annulation. Ceci tend à démontrer que les Français ont besoin de retrouver une « vie » dans leurs stations et que c'est plus son absence que la crainte de la COVID-19 qui les a incités à annuler. En effet, la crainte d'un reconfinement arrive ensuite (19 %) suivie du couvre-feu à 18 h jugé précoce (9 %). Seulement 5 % d'entre eux ont annulé car ils n'avaient pas le moral, 3 % l'ont fait pour des raisons financières et 2 % pour des considérations professionnelles.

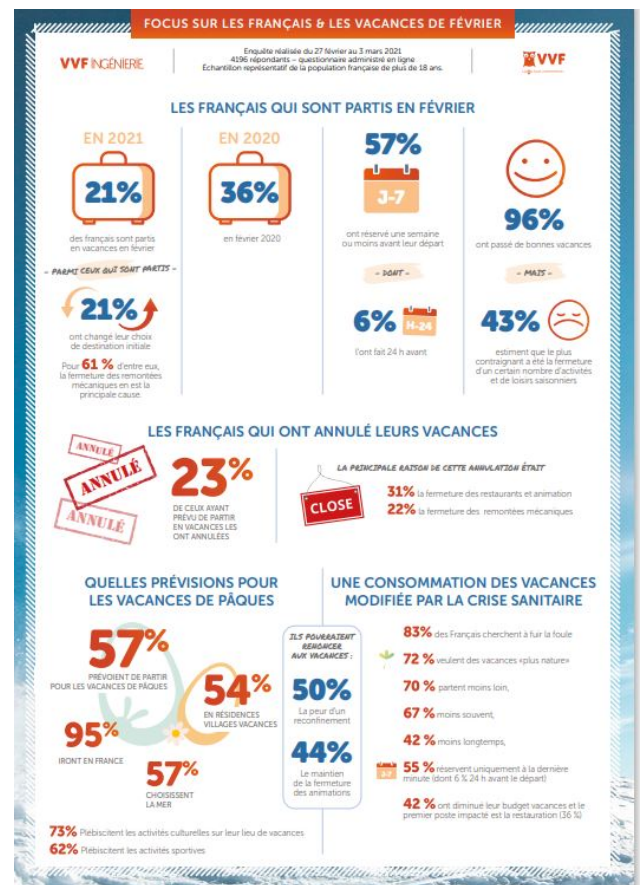
## Les prévisions de départ pour les vacances de Pâques : c'est oui pour 57 % des Français

Les Français prudents quant à la possibilité de se déplacer déclarent vouloir partir en France à 95 % et à la mer à 57 %. Ils sont 15 % à ambitionner d'aller à la montagne. Ce chiffre est quand même à modérer car 4 % d'entre eux le feront uniquement si les remontées mécaniques sont ouvertes.

La capitale et autres villes historiques continuent à pâtir d'une désaffection et ne séduisent que 4 % des voyageurs.

Les types d'hébergement dans lesquels les Français dans confiance pour effectuer leur réservation sont à 54 % les résidences/villages vacances, puis les logements loués via un particulier/AirBnB (22 %). Comme pour les vacances de février, ils font confiance aux professionnels. Ces derniers ont en effet annoncé et garanti des dispositifs pour des reports et annulations sans frais ce qui n'est pas forcément le cas pour les réservations entre particuliers. Les Français prévoient d'aller dans la famille/amis/résidence secondaire Mobil Home à 20 %. les hôtels souffrent toujours de l'incertitude de voir la restauration ouverte et remportent seulement 4 % des intentions.

Pour les vacanciers il est important à primordial de retrouver sur leur lieu de vacances : des activités culturelles (75 %), sportives (62 %) et de restauration (57 %). Ce qui est logique vu les précédents



chiffres de l'étude : 63 % des Français partent en vacances pour s'aérer/déconnecter et 42 % ont estimé que la plus forte contrainte était la privation des activités/loisirs saisonniers suivie par la fermeture des restaurants (29 %).

**La première raison qui empêcherait les Français de partir est la peur d'un reconfinement (50 %) suivi par la fermeture des animations saisonnières et de la restauration (44 %).** Le couvre-feu à 18 h, jugé trop précoce, est rédhibitoire pour 31 % d'entre eux. Un quart craignent toujours suffisamment une contamination sur leur lieu de villégiature pour renoncer à elles. Enfin, les questions budgétaires seraient un obstacle pour 21 % des Français et celles liées au travail pour 12 %.

## Une consommation des vacances modifiée par la crise sanitaire

**Le premier changement est la volonté de fuir la foule (83 %) et de vivre des vacances « plus nature » (72 %).** Le besoin de s'évader est donc bien présent même si 26 % déclarent ne plus vouloir partir.

**Les changements suivants portent sur la destination et la durée du séjour :**

- 70 % partent moins loin
- 67 % partent moins souvent
- 55 % réservent uniquement à la dernière minute
- 42 % partent moins longtemps
- 40 % les fractionnent plus (courts séjours, week-end)
- 

Partir moins loin, moins souvent, à la dernière minute. Un comportement sans doute lié à **la crainte d'être reconfiné** et son cortège de soucis posés pour retourner chez soi, annuler le et/ou reporter son séjour. La **conséquence aussi d'une crise économique : 42 % déclarent avoir diminué leur budget vacances.**

**La restauration est le premier poste sur lequel ils feront des économies (36 %)** même si leur fermeture a été vécue comme une contrainte par 29 % des Français qui sont partis en vacances en février. On peut donc penser qu'ils s'orienteront vers des établissements moins chers ou les fréquenteront moins souvent.

Seront ensuite réduites, les activités culturelles (cinémas, musée, parc d'attractions...) à 23 % et les activités sportives à 20 %. **Même le budget logement est concerné par les restrictions budgétaires pour 19 % des Français.** Seule l'alimentation y échappe étant citée par seulement 2 % des répondants.

### Internet et catalogue : premières sources d'inspiration pour choisir ses vacances

Avec des réservations qui se font de plus en plus à la dernière minute il apparaît logique que les **Français consultent internet pour avoir des idées de destinations à 73 %.** Mais les vacances étant « un produit visuel », le catalogue se classe en 2<sup>ème</sup> position avec 48 % des suffrages. En troisième lieu, ils font confiance au « bouche à oreille » (29 %). On retrouve ensuite les agences de voyages ex-aequo avec l'emailing (6 %), les réseaux sociaux (5 %) et enfin la presse : magazine (3,2 %), TV (2,6 %), radio (0,7 %)

**Pour Stéphane Le Bihan, DG VVF :** « Avec 41% de départ en moins comparativement à l'an passé, la réticence des français à prendre des vacances en février s'explique par les contraintes sanitaires et les appréhensions liés à un possible reconfinement, mais surtout par la fermeture des remontées mécaniques en montagne et l'absence de restauration. Cette réticence explique aussi un taux de réservation de dernière minute très élevé à plus de 50%.

*Malgré ces restrictions, la montagne et moyenne montagne a quand même suscité un fort engouement des vacanciers, preuve de son attractivité, mais aussi de la capacité de réinvention des opérateurs. Dans ce cadre VVF a su proposer des solutions qui amorcent un tourisme durable plus respectueux de la nature, plus vert. La montagne peut être un lieu de tourisme indépendamment du seul ski alpin. Avec un taux de satisfaction de 96% des vacanciers pour leur séjour, ce chiffre démontre que la diversification des loisirs au-delà du seul ski alpin, et d'une nouvelle organisation des modalités logistiques peuvent séduire les vacanciers. Cela devrait inciter tous les opérateurs à amorcer une réflexion sur le tourisme post-covid et esquisser de nouvelles pistes pour un tourisme plus durable et diversifié dans son offre d'activités et de loisirs. »*

Depuis le début de la pandémie, VVF Ingénierie, filiale de VVF, a mis en œuvre un baromètre pour étudier les évolutions du comportement et de la consommation des Français en termes de vacances. Vous pouvez retrouver ces études :

Le 4 mai 2020 - [Les Français et les vacances : les premiers impacts du confinement](#)

Le 2 juin 2020 - [Evolution des vacances des Français après les premières annonces](#)

Le 27 juillet 2020 - [Impact de la recrudescence du COVID sur les vacances](#)

Le 15 septembre 2020 - [Vacances d'été 2020 : quelles sont les nouvelles tendances et sont-elles durables ?](#)

Le 23 novembre 2020 – [Des vacances à tous prix ? quels sont les impacts du 2ème confinement ?](#)

**Contacts Médias**

Catherine Cervoni RP – [presse@catherine-cervoni.com](mailto:presse@catherine-cervoni.com) – 06 26 27 67 07 - [@CathCervoni](#)

## À propos de VVF

VVF depuis plus de 60 ans, est le premier opérateur touristique familial solidaire et durable en France. VVF est un groupe associatif à mission qui contribue au développement économique et social des territoires et propose des séjours et des vacances et les loisirs accessibles pour tous.

VVF propose plus de 100 destinations sport culture et nature, en montagne, moyenne montagne, campagne et littoral partout en France. L'association accueille 450 000 Vacanciers en proposant des activités pour les parents et les enfants dans des villages vacances, des gîtes, des campings et des résidences de tourisme.

Premier opérateur engagé dans le tourisme durable depuis 2014 sur la norme RSE ISO 26 000, VVF est la première organisation touristique reconnue depuis 2014 d'utilité sociale (agrément ESUS), c'est un acteur majeur de l'économie sociale et solidaire des territoires.

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.