

**UNE ÉTUDE NATIONALE POUR
DÉCRYPTER LES NOUVELLES ASPIRATIONS DES FRANÇAIS
EN MATIÈRE DE VACANCES**
Communiqué de presse – 25 janvier 2022

Recherche d'expériences de proximité et de voyages porteurs de sens, succès du « consommer local » et des destinations « nature »... depuis maintenant deux ans, la crise sanitaire a vu émerger des tendances touristiques largement commentées. Emergentes, embryonnaires ou prénantes, qu'en est-il vraiment ? Comment la crise a-t-elle rebattu les cartes ? Afin de suivre et mesurer les tendances des aspirations des Français en matière de vacances, une étude nationale, pilotée par Tourisme Bretagne en partenariat avec ADN tourisme, UNAT nationale et 10 Unions régionales ainsi que 11 Comités régionaux du tourisme, dévoile ses résultats.

Des tendances prénantes et qui persisteront à l'avenir

- **de la détente et de la relaxation privilégiées en priorité par les Français** : ils souhaitent prendre leur temps pendant leurs vacances (62%) afin de se reposer et se ressourcer au calme (61%).
- **dépaysement, déconnexion, découverte et enrichissement** : 78% des Français souhaitent découvrir des paysages et 68% de nouveaux endroits. Une forte demande aussi pour les découvertes patrimoniale (69%) et gastronomique (54%). Ils confirment être en recherche de dépaysement pour trancher avec leur quotidien (63%). 54% des Français ressentent le besoin de s'affranchir des contraintes horaires.

Entre les séjours réalisés précédemment et ceux qu'ils souhaitent réaliser à l'avenir, **la recherche de confort et de bien-être ainsi que le retour à la nature vont s'intensifier**, respectivement +10 points et +4 points entre les séjours déjà réalisés et ceux à venir. Ils privilégieront des hébergements confortables et privatifs au cœur d'environnements reposants propices au ressourcement et aux retrouvailles avec leurs proches, loin de l'agitation des destinations bondées. La question du temps est cruciale : actuellement, les séjours en hébergement marchand durent en moyenne 1 semaine mais idéalement ils viseraient 2 à 3 semaines de vacances ! A cela, s'ajoute la volonté de pratiquer un tourisme plus « slow » propice à la contemplation des paysages et au respect de la nature.

Certaines tendances existent depuis plusieurs années, mais leur progression s'est accélérée en réponse directe à la crise :

- **pouvoir télétravailler sur son lieu de vacances** : 74% des Français pourraient adopter cette pratique s'ils en avaient la possibilité ;
- **éviter de prendre l'avion** (65%) ;
- **opter pour un hébergement mobile**, tels que le camping-car, van, fourgon (58%) ;
- **réserver à la dernière minute** (54%).

2

D'autres devraient rester sur le long terme et s'intensifier :

- **vivre une expérience particulière voir unique** (71%) ;
- **voyager de manière plus responsable** (70%) ;
- **vivre comme un local** (69%).

Ces tendances font écho à un intérêt grandissant pour un tourisme plus responsable. En effet, plus de 4 vacanciers sur 5 y prêtent une attention particulière en préservant les sites qu'ils fréquentent en consommant des produits locaux, en réalisant le tri sélectif, en ramassant leurs déchets ou encore en mettant en place des actions pour les réduire. Toutefois, le terme peut être une source d'appréhension puisque seulement la moitié des Français pensent adopter prochainement ce type de vacances. **De nombreux freins sont encore à lever pour déclencher un réel passage à l'acte** : les Français souhaitent être assurés de ne pas payer plus cher (46%), être certains que ce soit bénéfique pour les territoires (45%) et ne pas perdre en confort (35%)... La notion de plaisir doit aussi être davantage valorisée (40%) à l'instar de la facilité à réaliser ce type de vacances (33%). **Une bonne communication est l'une des clés pour aller vers un tourisme plus responsable.**

Le tourisme responsable rejoint et partage des valeurs communes avec **le tourisme social et solidaire, un concept moins connu du grand public** (18% ne connaissent pas ce concept) qui évoque pour un Français sur trois la rencontre avec les locaux, les aides aux populations ainsi que le recours aux produits locaux et aux circuits courts. Pourtant, ces modes de vacances sont déjà adoptés par les vacanciers français **puisque 74% d'entre eux ont au moins réalisé un séjour collectif dans le passé**, que ce soit en colonie de vacances, camp de scoutisme, mini-camp, séjour linguistique (43%), en village vacances (30%), via un comité d'entreprise (25%) ou en auberge de jeunesse (15%).

Des attentes qui varient en fonction de la typologie de vacanciers

Les vacanciers « farniente » (qui représentent 37% des vacanciers français) sont **souvent des familles actives avec enfants** avant tout en recherche de calme. Pour 70% d'entre eux, les vacances idéales devront se dérouler à la mer, pour se détendre et se relaxer (52%) en priorité. Plus que les autres, ils souhaitent à l'avenir être acteurs de leurs vacances (83%). Plus jeunes, les hyperactifs (10% des vacanciers français) ont moins de budget mais pratiquent de multiples activités au cours de leurs vacances (90%). Pour leurs vacances idéales, 74% d'entre eux sont plus enclins à partir à l'étranger mais aussi à l'aventure (70%).

Vacances idéales pour les Français : la France bien positionnée

Les attentes des Français en matière de vacances idéales restent simples et réalistes : des vacances conviviales (56% en couple, 48% en famille et 23% entre amis), permettant avant tout le dépaysement et la déconnexion (39%), la découverte et l'enrichissement (38%). **La recherche du beau temps** est aussi le premier élément essentiel à la réussite de leurs vacances (38% des citations)

L'enjeu est simple : **faire des vacances en France des vacances aussi mémorables et uniques qu'à l'étranger !**

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

Méthodologie

Etudes qualitative et quantitative réalisées de mai à octobre 2021 par Tourisme Bretagne, en partenariat avec ADN tourisme, UNAT Nationale et 10 Unions régionales (Bretagne, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Grand-Est, Ile-de-France, Pays de la Loire, Centre-Val-de-Loire, Hauts-de-France) ainsi que 11 Comités régionaux du tourisme (Grand-Est, Centre-Val-de-Loire, Bourgogne-Franche-Comté, Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Ile-de-France, Corse, Normandie, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Pays de la Loire).

Echantillon de 5 000 Français qui sont partis en vacances, courts séjours ou en week-ends ces dernières années ou qui ont l'intention de le faire prochainement.

Contact presse

ADN Tourisme : Benoît Artige - benoit.artige@adn-tourisme.fr - 01 44 11 10 35

UNAT : Pierre Jouquan - communication@unat.asso.fr - 01 47 83 51 62

Tourisme Bretagne : Linda Bellili - l-bellili@tourismebretagne.com - 06 20 32 48 91