

Les jeunes et le tourisme

Etude auprès des 18-34 ans

Etude Ipsos Digital pour Alliance France Tourisme

4 mai 2023



VOTRE ENJEU

COMPRENDRE LA FAÇON DONT LES 18-34 ANS ENVISAGENT LEURS VACANCES ET LEURS VOYAGES, LE LIEN ET L'INFLUENCE DES PRATIQUES PARENTALES, L'IMPACT DE L'INFLATION

Comment les jeunes choisissent de voyager ? Quelle place à l'écologie dans leurs arbitrages ? Suivent-ils le fonctionnement de leurs parents ? L'inflation va-t-elle aussi les impacter ?

Synthèse des résultats

1

Note d'analyse (1/13)



Depuis la fin des dernières restrictions liées à la pandémie de Covid-19, et dans le contexte d'une reprise de l'activité touristique plus forte et plus rapide que prévu, l'industrie du tourisme et des voyages est confrontée à une vague de remises en question sans précédent dans son histoire.

La crise sanitaire a non seulement accéléré les mutations transversales profondes qui traversent l'ensemble de la filière mais également exacerbé le rapport devenu complexe et ambivalent de nos sociétés modernes au fait touristique.

Les modes de consommation des jeunes âgés de 18 à 34 ans étant susceptibles de structurer significativement la demande touristique dans les prochaines années, l'Alliance France Tourisme a souhaité réaliser une étude afin d'analyser leurs comportements de voyages, dans un contexte marqué par l'inflation et une situation géopolitique complexe.

Note d'analyse (2/13)



Quelles sont les pratiques des jeunes Français âgés de 18 à 34 ans aujourd'hui ?

Le temps des voyages, du tourisme et des vacances d'une manière plus large est par définition un temps à part. À part dans le calendrier car il rompt avec le quotidien scolaire ou professionnel, à part car il est souvent l'occasion de dépaysements plus ou moins lointains, et enfin à part, dans les étapes de vie des individus mêmes.

Les voyages ont souvent une dimension initiatique et sont des moments où traditionnellement le jeune part en dehors de sa famille et de ses repères habituels. L'étude nous apprend que **L'âge du premier voyage sans parent** (hors colonies de vacances ou voyages scolaires) est pour **43% des jeunes Français situé entre 18 et 21 ans**, et pour 27% d'entre eux a eu lieu entre 14 et 17 ans.

Premier constat : La période de crise sanitaire qui s'achève n'a pas tari leur désir de voyages à but touristique, de loisirs ou de découvertes (5 jours minimum, à l'étranger ou non) :

Au cours des trois dernières années, **les jeunes ont en majorité voyagé, malgré les restrictions liées à l'épidémie de Covid et au confinement**, puisque 33% d'entre-deux sont partis une ou deux fois, 32% entre trois et cinq fois, et 15% au-delà de six fois.

Toutefois, 19% de jeunes ne sont pas partis en vacances du tout, soit un 1 sur 5.

Ils aspirent pour les trois années à venir d'augmenter le nombre de départs en vacances puisque 37% pensent partir entre une et deux fois et 35% entre trois et cinq fois. Seulement 11% ne pensent pas partir du tout.

On notera que si au global 89% des jeunes gens âgés de 18-34 ans comptent voyager et faire au moins 1 séjour ou voyage au cours des 3 prochaines années, ce taux est significativement supérieur auprès des Parisiens (94%) ainsi que des CSP+ (95%)

Note d'analyse (3/13)



La France et le voyage de proximité demeurent leur priorité pour les voyages à venir dans les trois prochaines années : 49% de jeunes souhaitent privilégier la France plus que d'habitude, 44% souhaitent voyager plus en Europe qu'habituellement, les destinations lointaines ne sont qu'à 29% prévus plus qu'habituellement.

Ici encore on peut noter que les Parisiens sont plus nombreux dans ce cas (37%) que les habitants de zones rurales et peuplées de moins de 2000 habitants (22%)

On note aussi que les plus jeunes (18-24 ans) déclarent qu'ils iront en Europe plus qu'habituellement (50%), de même que leurs aînés de 25-34 ans mais dans des proportions moindre (41%). Ces derniers iront plus que les autres en France (53% vs 49% sur l'ensemble de la population interrogées).

Nous notons à ce titre que **l'Europe semble bien être devenue l'échelon de proximité jeunes**, tandis que pour les générations précédentes les vacances de proximité représentent les vacances en France.

Quant à cet été, les 18-34 ans prévoient de rester en France à une large majorité de 49% et en Europe à 37%. Les destinations lointaines ne seront pas privilégiées cet été encore par ces jeunes (Asie 10%, Amérique du Nord 10%, Amérique du sud 9%, Amérique centrale 6%).

Note d'analyse (4/13)



Financements, transports, hébergements, types de vacances préférées : petite cartographie

Des voyages principalement financés par le travail et l'épargne - Tandis que la majorité des jeunes affirment travailler tout au long de l'année à 55% - dont 42% pour les 18 à 24 ans (22% des 18/24 ans disent effectuer des courtes missions pour financer leur vacances) et 64% pour les 25 à 34 ans - ou épargner (56%) pour pouvoir financer leurs vacances, ils sont seulement 15% à déclarer recevoir une aide financière de leurs parents pour prendre en charge leur séjour, dont 28% pour les 18/24 ans et 7% pour les 25/34 ans. Les chèques vacances sont présents dans le financement de ces vacances - 15% : dont 11% pour les 18/24 ans et 18% pour les 24/34 ans - ainsi le taux peu élevé interroge sur l'accessibilité de ces chèques à l'égard des jeunes qui pourrait utilement en bénéficier.

Transports : la voiture et l'avion privilégié sur le train - Parmi les moyens de transports utilisés pour se rendre sur leur lieu de vacances, les jeunes Français privilégient nettement la voiture (65%), suivie par l'avion (54%) et le train (35%). Il est à souligner que le covoiturage est pratiqué par seulement 10% d'entre eux.

La voiture est donc encore largement utilisée lors des déplacements pour les voyages et vacances. C'est particulièrement le cas auprès des 25-34 ans (69%, à titre de comparaison pour les 18/24 ans c'est 58%) et tout particulièrement auprès des 31-34 ans (75%), des CSP+ (69%) et des personnes habitant en zone rurale (82%). Ces taux importants illustrent à nouveau la prédominance de la voiture dans les déplacements face à des offres de transports alternatifs et plus durable, surement insuffisants en termes de maillage du territoire, de variété de prix ou de praticité d'accès.

Note d'analyse (5/13)



L'hôtellerie premier mode d'hébergement, des auberges de jeunesse délaissées - En ce qui concerne leur mode d'hébergement à destination, les jeunes générations déclarent préférer majoritairement l'hôtel, que ce soit pour un long (51%) ou pour un court séjour (53%). Viennent ensuite les locations touristiques via des plateformes, Airbnb a pris une grande importance pour eux (40% pour un court ou un long séjour, dont 36% pour les 18/24 ans et 43% pour les 25/34 ans), puis l'hébergement en famille ou chez des amis (23% pour un long séjour et 27% pour un court séjour). Le camping est privilégié pour seulement 24% des jeunes en long séjour et 20% pour un court séjour.

De ces chiffres, soulignons trois tendances qui, si elles semblent évidentes, sont clairement exposées par les jeunes gens interrogés : les locations de vacances sont significativement préférées pour un long que pour un court séjour (31% vs 21%) ainsi que les campings dans lesquels on préfère aller pour un long que pour un temps court (24% vs 20%). A contrario c'est au sein de la famille ou chez des connaissances qu'on préfère loger lors d'un court séjour (27% vs 23% pour un long séjour).

Enfin, malgré les efforts réalisés ces dernières années pour réinventer et mieux valoriser ce mode d'hébergement auprès de cette cible de clientèle, les auberges de jeunesse sont clairement délaissées par les jeunes générations, puisque 7% seulement souhaitent y résider pour un long séjour et 8% pour un court séjour (chiffre identique pour 18/24 ou pour les 25/34 ans).

Ces résultats peuvent amener à s'interroger sur l'adaptation des types d'hébergement professionnels adressés aux jeunes et leur adaptation.

Note d'analyse (6/13)



Priorité aux vacances à la mer, au calme et à la déconnexion - Les **vacances préférées des jeunes sont pour une grande majorité les vacances à la mer** (55%), et celles faisant le plein de **calme et de la déconnexion** (43% - dont 35% pour les 18/24 ans et 48% pour les 25/34 ans),

Il est intéressant de noter que se dessine ici une différence claire entre les plus jeunes, âgés de 18-24 ans et ceux dans un âge plus mature, les 25-34 ans. En effet, si tous s'accordent sur les priorités de mer et de calme déconnecté comme éléments essentiels pour leurs vacances préférées, les plus jeunes sont significativement moins nombreux que leurs aînés à le mettre en avant. Pour la mer ce sont 59% des 25-34 ans qui l'ont plébiscité mais « seulement » 49% des 18-24 ans. Pour le calme et la déconnexion les taux sont de 48% vs 35%. Ainsi, les priorités sont les mêmes mais dans des mesures légèrement différentes.

Viennent ensuite, à égalité, les vacances de circuits, découvertes, de parcs de loisirs et d'animation (31%), puis celles de la montagne (30%), de la ville (28%), de la campagne (26%), d'activités culturelles, festivals et grands rassemblements (25%), d'échanges linguistiques et culturels (19%), de missions humanitaires, de tourisme social et solidaire (9%).

Note d'analyse (7/13)



Des jeunes dans un schéma de reproduction familiale, ils voyagent dans le même type de lieux que ceux visités durant l'enfance

La reproduction semble se faire dans un double mouvement car elle est à la fois sociale et familiale. Sociale car les vacances d'hier ont beaucoup de points communs avec celles d'aujourd'hui. Familiale car ce que l'on fait enfant on le refait ou souhaite le refaire pour ses vacances à venir et à l'avenir.

L'échelle sociale tout d'abord : cette reproduction se voit au niveau des jeunes gens dans leur ensemble et de manière globale, tous types de vacances considérés : ainsi et par exemple, les jeunes Français partaient à la mer avec leurs parents et les privilégient dans les mêmes proportions dans leurs projections futures. Que ce soit pour des vacances à la campagne, à la montagne, au ski, en ville ou dans des parcs d'attraction, ces destinations vacances restent des « valeurs sûres » pour ces générations.

Enfant, les jeunes Français s'ils partaient à la mer (55%), ils prévoient pour leurs vacances d'avenir de continuer à fréquenter les plages (51%). 21% fréquentaient la montagne en été et prévoient d'y retourner à l'avenir selon les mêmes proportions (24%). Et alors que la campagne était le lieu de destination d'enfance pour 22% des jeunes, ils déclarent vouloir y retourner dans les exactes mêmes proportions (22%). Autre type de destination : 20% des jeunes déclarent avoir fait des visites dans les villes enfant et de manière similaire, ceux-ci envisagent de visiter des destinations urbaines à l'avenir pour (21%) d'entre eux. Idem pour les vacances à la neige pour lesquelles 17% ont indiqué qu'ils partaient au ski enfants et presque autant indiquent qu'ils souhaiteront y aller à l'avenir (16%). Enfin 16% des jeunes Français âgés de 18-34 ans ont fréquenté les parcs d'attractions dans le cadre de leurs loisirs de vacances quand ils étaient enfants, et 16% également prévoient de fréquenter à l'avenir les parcs d'attraction.

Note d'analyse (8/13)



L'échelle familiale et personnelle ensuite : Il est intéressant de constater, que les jeunes sont dans un schéma de reproduction familiale, puisqu'en effet, les résultats du sondage mettent en exergue que la typologie de leurs vacances d'enfance sont précisément celles qu'ils privilégieront à l'avenir dans des proportions significativement importantes. Ainsi alors que le taux de ceux qui souhaitent privilégier les vacances à la mer est de 51%, il monte à 69% auprès de ceux qui y allaient enfants. Autre exemple : Si 22% souhaitent privilégier des vacances à la campagne, il monte à 60% auprès de ceux qui y allaient enfants avec leurs parents. Pour le ski les différences sont également notables : 16% chez les jeunes en général et 39% auprès de ceux qui ont connu les vacances sportives à la neige dans leur enfance. On peut multiplier les exemples sur toutes les destinations de vacances : le fait de l'avoir fait enfant avec les parents est de bon augure pour les vacances à venir quand on est devenu adulte.

Signe des évolutions du secteur du tourisme et de la diversité des offres sur les dernières années, il ressort de l'enquête ~~qu'ils~~ que les jeunes Français dans leur ensemble aspirent à voyager plus loin que ce qu'ils ont connu durant leur enfance : en Europe (23% durant leur enfance contre 40% à l'avenir) et hors Europe (14% durant leur enfance contre 32% à l'avenir). On note aussi l'évolution de deux autres types de destinations : les jeunes aspirent plus à des vacances en festival et en croisière à l'avenir : ainsi, si 6% déclarent qu'ils allaient en festival enfants ils sont 11% à projeter de telles vacances et si 4% allaient en croisière 10% déclarent qu'ils privilégieront ces destinations à l'avenir.

Note d'analyse (9/13)



Quant à « **L'esprit des vacances** » : s'ils partaient dans leur enfance avec leurs familles restreintes pour 58% d'entre eux, il apparaît qu'ils partent aujourd'hui à 51% avec ce même cercle. Il en va de même de ceux qui passaient leurs vacances en famille élargie, en « tribu » ou entre amis (27%) et qui continuent de le faire dans des proportions similaires (32%). Ces tendances, plébiscitant assez largement hier comme aujourd'hui famille restreinte et élargie sont à moduler légèrement toutefois et des différences significatives sont à noter : les jeunes Français sont significativement moins nombreux à indiquer qu'ils partent aujourd'hui avec leur famille restreinte et plus nombreux qu'ils partent en famille élargie incluant aussi bien amis que la notion de tribu.

On notera également que les reproductions indiquées plus haut s'appliquent également à cet « esprit » des vacances. Plus on a connu un type et plus on aura tendance à le reproduire.

Enfin une dernière tendance est peut être à l'œuvre : le désir de solitude. 20% des jeunes gens ont déclaré qu'aujourd'hui pour l'esprit de ces vacances ils souhaitaient être « seul.e autant que possible » (28% chez les parisiens !). 13% ayant indiqué que c'était le cas quand ils partaient avec leurs parents.

Des vacances en famille clairement privilégiées - Si les jeunes générations aiment voyager dans des proportions notables avec des amis (35%) ou avec un conjoint (46%), il est tout à fait remarquable qu'ils soient 57% à déclarer préférer les vacances en famille (63% auprès des femmes et 64% auprès des 31-34 ans)

Une telle proportion interroge : quelles sont les raisons d'un tel phénomène ? Est-ce lié aux conséquences de la crise sanitaire sur leur niveau de sociabilisation ? Les peurs générées par l'épidémie les ont-ils significativement orientés vers leurs aînés ? Comment le secteur doit-il appréhender ce phénomène et quelles conséquences en tirer, notamment en termes d'adaptation de l'offre à la demande touristique ?

Note d'analyse (10/13)



Un regard peu critique et nuancé sur le mode de consommation de leurs parents : Quel regard les jeunes portent-ils sur la manière dont leurs parents voyagent ou voyageaient ? Sont-ils critiques ou reproduisent-ils globalement les mêmes comportements ?

La réponse est sans appel : de manière globale, **70% d'entre eux portent un regard peu critique et nuancé sur les comportements de voyage de leurs parents**, puisque 31% déclarent y adhérer complètement (dont pour les 18/24 ans à 35% et pour les 25/34 ans à 28%) et 39% affirment se comporter globalement de la même manière tout en précisant vouloir changer certaines choses (dont pour les 18/24 ans à 42% et pour les 25/34 ans à 37%).

Dans le détail, certaines réponses peuvent surprendre.

Dans ce cadre, et par rapport à leurs parents, ceux qui n'adhèrent pas à 100% et ont changé leurs pratiques, les jeunes :

- **affirment majoritairement partir plus que leurs parents en avion** (35%), le faire tout autant (29%), le font moins (20%), ne pas l'avoir fait avec leurs parents et continuer de ne pas le faire (16%).
- **disent partir en vacances en train autant que leurs parents** (33%), le faire davantage (28%), le faire moins (17%), ne pas l'avoir fait avec leurs parents et continuer de ne pas le faire (22%).
- **confirment prendre autant la voiture que leurs parents pour partir en vacances** (49%), partir davantage en voiture que leur parents (19%), le faire moins (26%), ne pas l'avoir fait avec leurs parents et continuer de ne pas le faire (5%).

Note d'analyse (11/13)



- **Partent tout autant que leurs parents en vacances en France pour la plupart d'entre eux** (48%), certains disent partir davantage en France sur le territoire français que leurs parents (25%), une partie des jeunes disent moins partir en France que leurs parents et privilégient donc l'étranger pour les vacances (18%).
- **A 38% affirment partir plus à l'étranger que leurs parents**, 32% le faire autant, 18% le faire moins et 12% ne pas l'avoir fait et continuer de ne pas le faire.
- **A hauteur de 38% visitent autant que leurs parents des lieux peu fréquentés**, 33% le font davantage, 29% le faisant moins ou, ne l'ayant jamais fait continuent ainsi.
- **Pour 35% d'entre eux logent autant que leurs parents à l'hôtel, en pension et en club, alors 31% le font plus** et 18% résident moins dans ce type d'hébergements que leurs parents. Alors 12% disent qu'ils ne le faisaient pas et qu'ils continueront de ne pas le faire.
- **A hauteur de 31% disent qu'ils résident moins que leurs parents en camping et mobil-home, 26% le font autant** et 16% seulement des jeunes résident plus que leurs parents dans ce type d'hébergements de plein air. 26% affirment quant à eux qu'ils ne le faisaient pas et qu'ils continueront de ne pas le faire.
- **Concernant le séjour dans des locations de vacances, 44% louent des résidences de vacances tout comme leurs parents**, 25% le font davantage, 21% le font moins et 10% des jeunes affirment qu'ils ne le faisaient pas et qu'ils continueront de ne pas le faire.

Il apparaît globalement des évolutions intimement liées à l'époque et aux évolutions du tourisme lui-même que les jeunes générations auraient adopté : de manière significative les jeunes de 18-34 ans indiquent partir plus à l'étranger et en avion et moins loger en camping ou mobil home. Ils indiquent aussi clairement que la France (et la voiture) sont des marqueurs importants avec lesquels ils sont loin de déroger car ils le font autant que leurs parents.

Note d'analyse (12/13)



Dans le choix du transport, des déterminants écologiques certains mais relatifs

Il ressort de l'enquête que l'impact écologique détermine en très grande majorité le choix du mode du transport des jeunes générations (toujours à 17% souvent à 36%, rarement à 31%, jamais à 16%).

Pour autant, dans l'hypothèse où un billet d'avion leur était offert pour passer un weekend dans une destination européenne, 60% accepterait cette offre et 27% probablement. Dans ces 87% marquant une forte acceptation, on note des différences en fonction des tranches d'âge. En effet les plus jeunes sont significativement moins nombreux (84% chez les 18/24 ans) que leurs aînés âgés de 25-34 ans à accepter une telle offre (87% et 90% auprès des 31-34 ans)

A la question du **choix de mode de transport en fonction de son coût, indépendamment de la durée du voyage, le prix l'emporte pour la grande majorité d'entre eux** : 52% des jeunes disent que c'est souvent le cas, 32% toujours, 12% rarement et 4% jamais.

Ils sont 17% à privilégier les mobilités douces et 30% à plutôt les privilégier. A prix et temps de voyage égal, ils préfèrent prendre le train (24% tout à fait, 33% plutôt).

Leur **choix de transport** se porte de manière certaine sur des compagnies qui agissent en faveur du développement durable pour seulement 14% d'entre eux, et plutôt pour 26% d'entre eux.

Le **choix de la destination** se porte de manière certaine sur la France ou l'Europe, qui induisent un transport moins carboné, pour seulement 16% d'entre eux et plutôt pour 32%.

L'accessibilité du lieu de vacances par rapport au domicile constitue, enfin, un critère déterminant pour les jeunes dans 18% des cas et de manière moins certaine dans 37% des cas.

Ainsi, de manière globale, s'applique pour plus d'un jeune sur deux le fait de préférer prendre le train à prix et temps de voyage égal pour moins polluer (57%), le fait de choisir des lieux de vacances facilement accessibles depuis leur domicile (55%) ou d'avoir plus envie de voyager loin depuis la crise sanitaire (50%)

Note d'analyse (13/13)

Un contexte d'inflation conséquent pour le budget vacances des jeunes

Dans un contexte inflationniste, les jeunes générations sont 56% à prévoir de réduire leur budget vacances (53% pour les 18/24 ans et 58% pour les 25/34 ans).

La réduction du budget dédié aux vacances portera prioritairement sur :

- le coût de l'hébergement à destination à 39% (dont 38% pour les 18/24 ans et 39% pour les 25/34 ans),
- le nombre de départs à 37% (significativement différent auprès des 25/34 ans, 40% versus les 18/24 ans 30%),
- le shopping fait sur place à 33% (dont 31% pour les 18/24 ans et 35% pour les 25/34 ans),
- le nombre de déjeuners ou de dîners au restaurant à 32% (dont 28% pour les 18/24 ans et 34% pour les 25/34 ans),
- le fait de partir moins loin et d'utiliser des trajets moins onéreux à 31%
- une réduction de la durée des vacances à destination à 30% (significativement différent auprès des 25/34 ans, 33% versus les 18/24 ans 25%),
- la réduction du nombre d'activités sur place pour 26% d'entre eux (dont 23% pour les 18/24 ans et 28% pour les 25/34 ans).

Dans un contexte d'inflation et de post Covid, s'ils sont nombreux à se projeter et déclarer vouloir voyager et faire du tourisme au cours des 3 prochaines années, les jeunes Français, à l'image de leurs aînés et de la société dans son ensemble va jouer sur toutes les possibilités et adopter des arbitrages variés (partir moins, moins cher, moins loin et limiter les postes budgétaires dits « accessoires ») pour continuer à projeter des voyages à but touristique, de loisirs ou de découvertes.

Résultats détaillés

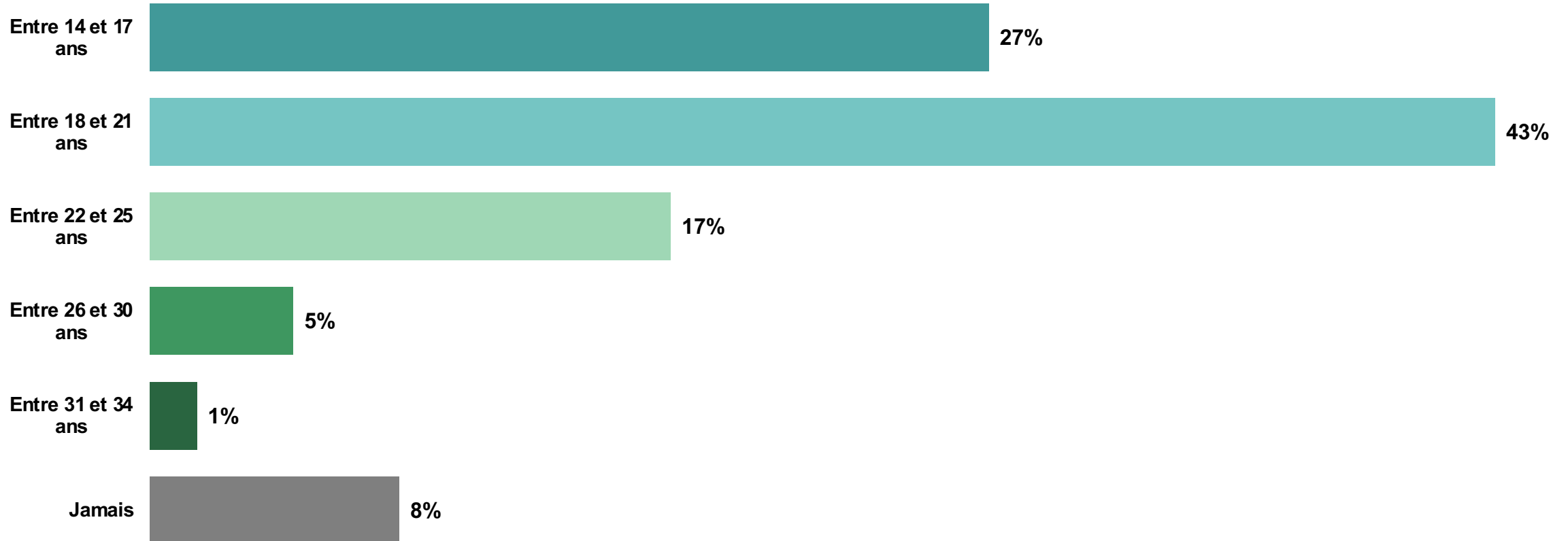
2

Quelles sont les pratiques des jeunes Français âgés de 18 à 34 ans aujourd'hui ?

- Voyages passés et à venir
- Financements
- Transports
- Hébergements
- Types de vacances préférées

L'âge du premier voyage sans parent (hors colonies de vacances ou voyages scolaires) est pour 43% des jeunes Français situé entre 18 et 21 ans

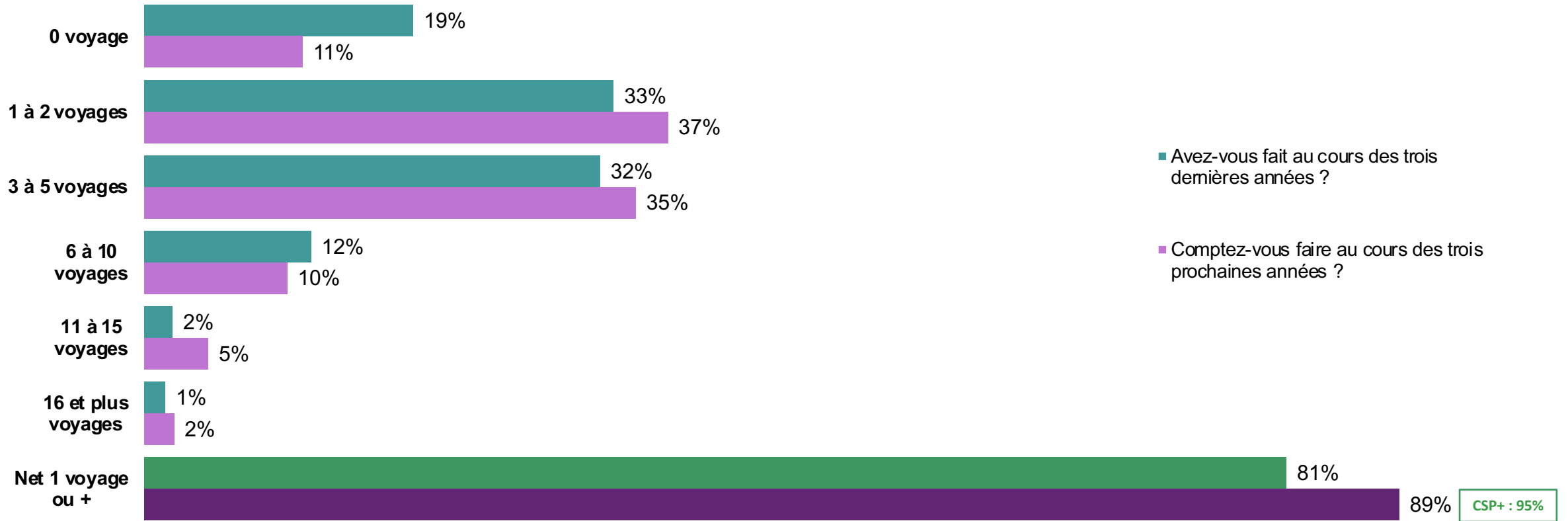
Q9 A quel âge êtes-vous parti.e pour la première fois en voyage sans vos parents ? (hors colonies de vacances, voyage scolaire ou au sein de la famille). Donnez votre meilleure estimation



Source: Base=1000

Au cours des trois dernières années, les jeunes ont en majorité voyagé, malgré les restrictions liées à l'épidémie de Covid et au confinement. Pour les trois années à venir ils aspirent à augmenter le nombre de départs en vacances

Q1 Nous allons parler de voyages et de tourisme Combien de voyages à but touristique, de loisirs ou de découvertes (de 5 jours minimum, à l'étranger ou non) ...Une seule réponse possible par ligne



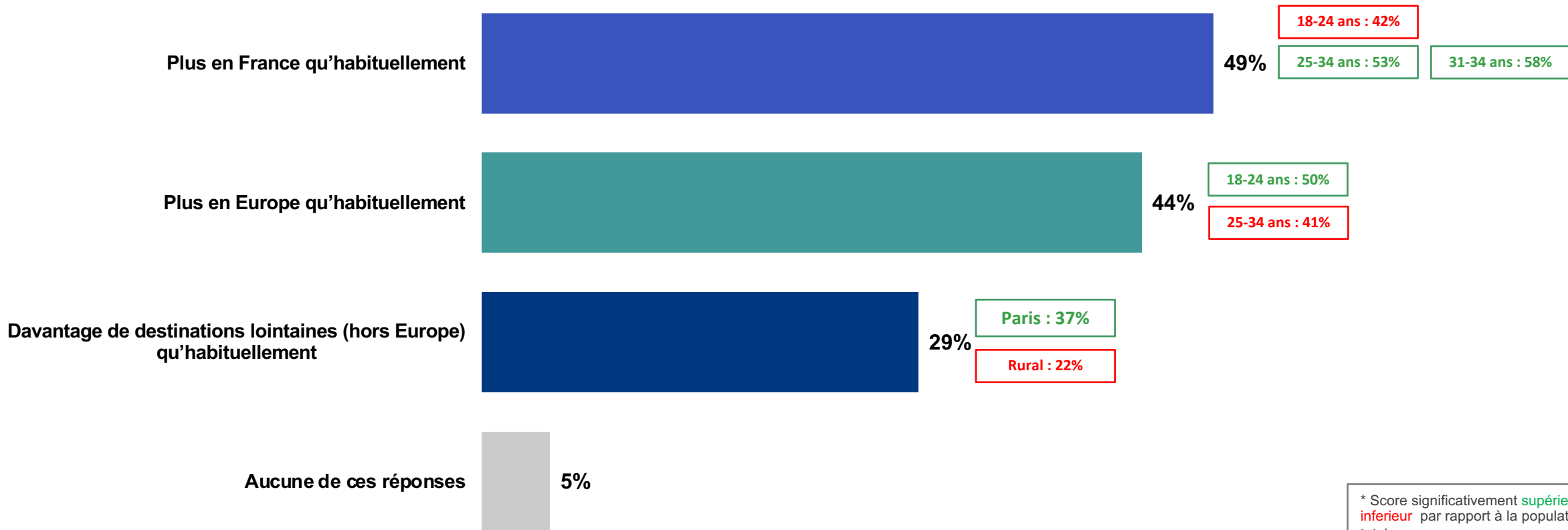
Source: Base=1000

* Score significativement supérieur par rapport à la population totale Au seuil de 95%



La France et le voyage de proximité demeurent leur priorité pour les voyages à venir dans les trois prochaines années : 49% de jeunes souhaitent privilégier la France plus que d'habitude et 44% souhaitent voyager plus en Europe qu'habituellement

Q2 Concernant ces voyages à but touristique, de loisirs ou de découvertes (de 5 jours au moins, à l'étranger ou non) que vous comptez faire au cours des 3 prochaines années, pouvez-vous indiquer si vous envisagez de les faire ...Plusieurs réponses possibles



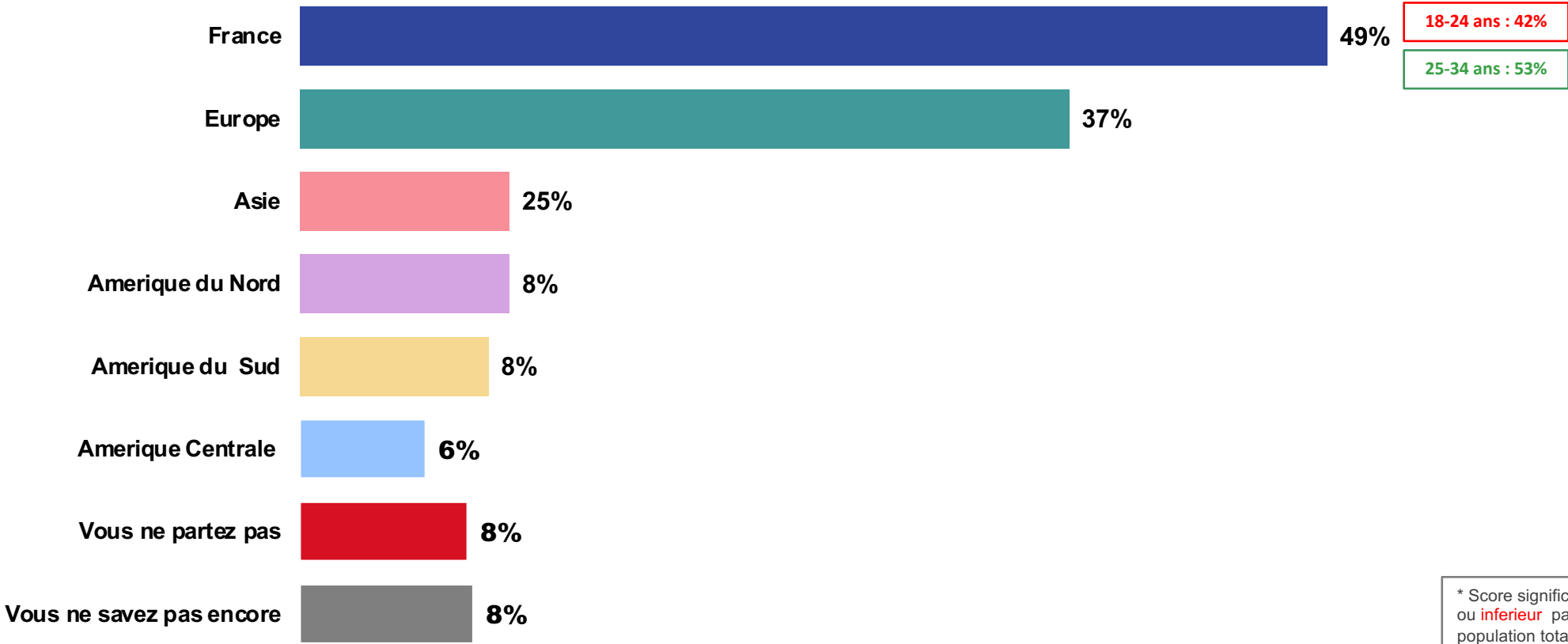
Source: Base=887 Ceux qui veulent voyager au cours des 3 prochaines années

* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%



Quant à cet été, les 18-34 ans prévoient de rester en France à une large majorité de 49% et en Europe à 37%. Les destinations lointaines ne seront pas privilégiées cet été encore

Q3 Et cet été particulièrement, où avez-vous prévu de partir ? Plusieurs réponses possibles



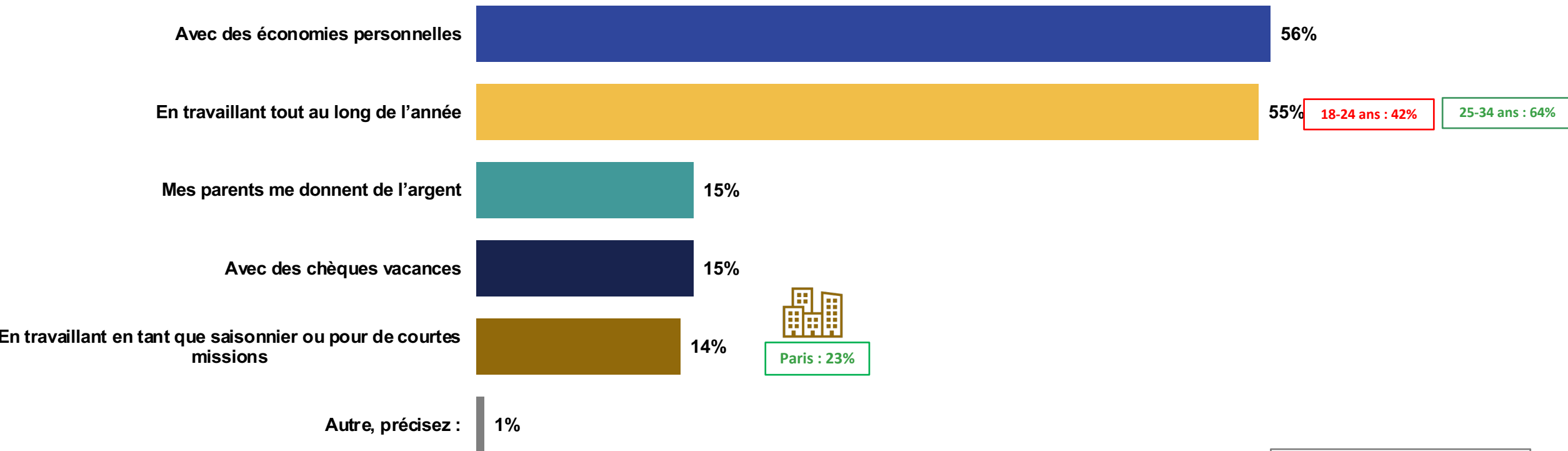
* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Source: Base=1000



Des voyages principalement financés par le travail et l'épargne

Q4 Le plus souvent, comment financez-vous vos vacances individuelles (sans votre famille) ?
Plusieurs réponses possibles

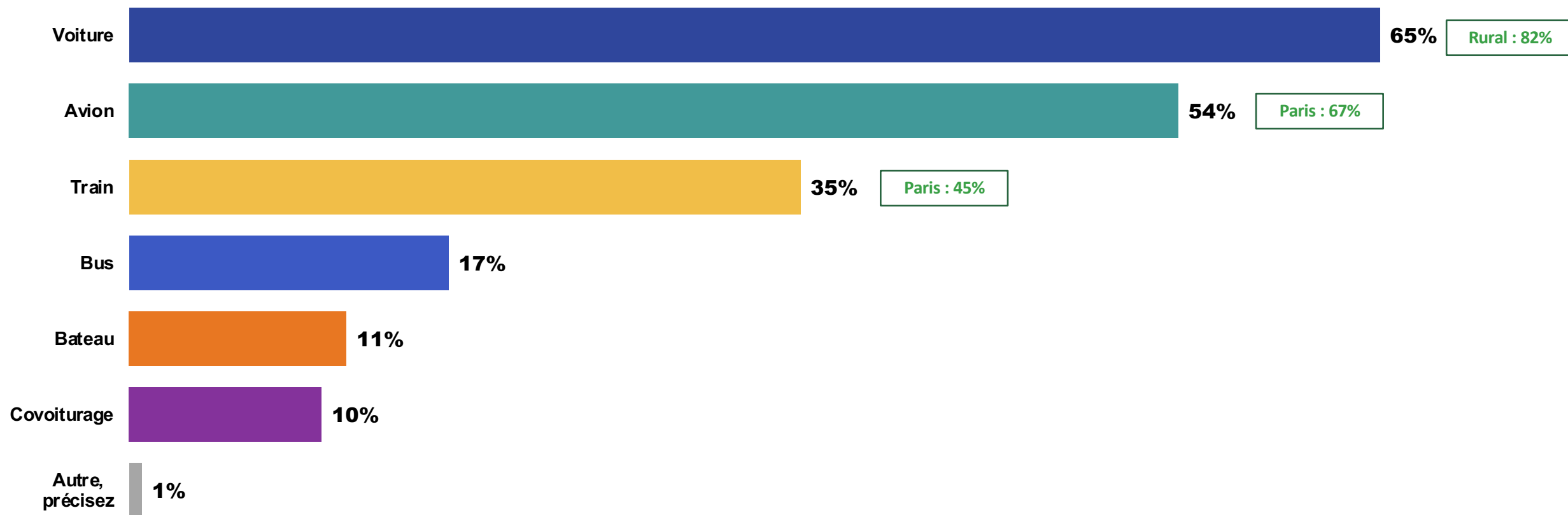


Source: Base=909 Ceux qui ont voyagé au cours des 3 dernières années et/ou veulent le faire au cours des 3 prochaines années

* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Parmi les moyens de transports utilisés pour se rendre sur leur lieu de vacances, les jeunes Français privilégient nettement la voiture. Suivent l'avion et le train

Q5 Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent pour vous rendre sur vos lieux de vacances ? Plusieurs réponses possibles

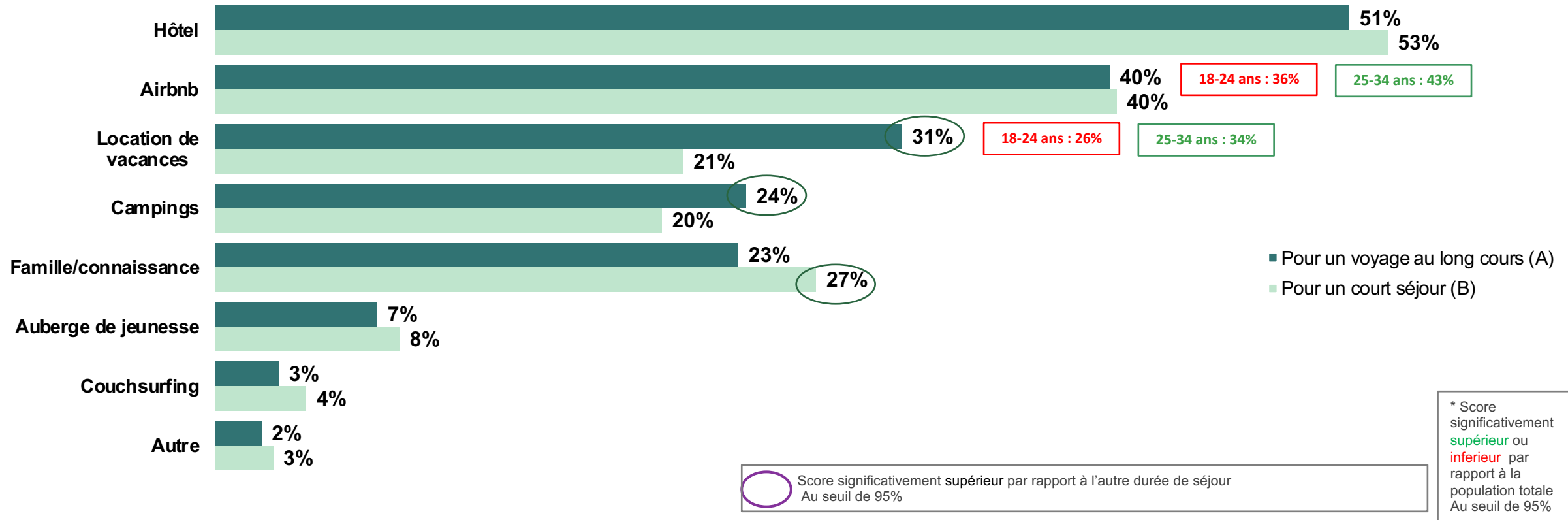


Source: Base=909 Ceux qui ont voyagé au cours des 3 dernières années et/ou veulent le faire au cours des 3 prochaines années

* Score significativement supérieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Les jeunes générations déclarent préférer majoritairement l'hôtel, que ce soit pour un long ou pour un court séjour . Viennent ensuite les locations touristiques via des plateformes, Airbnb ayant pris une grande importance pour eux. L'hébergement en famille ou chez des amis est plébiscité par un jeune sur 4

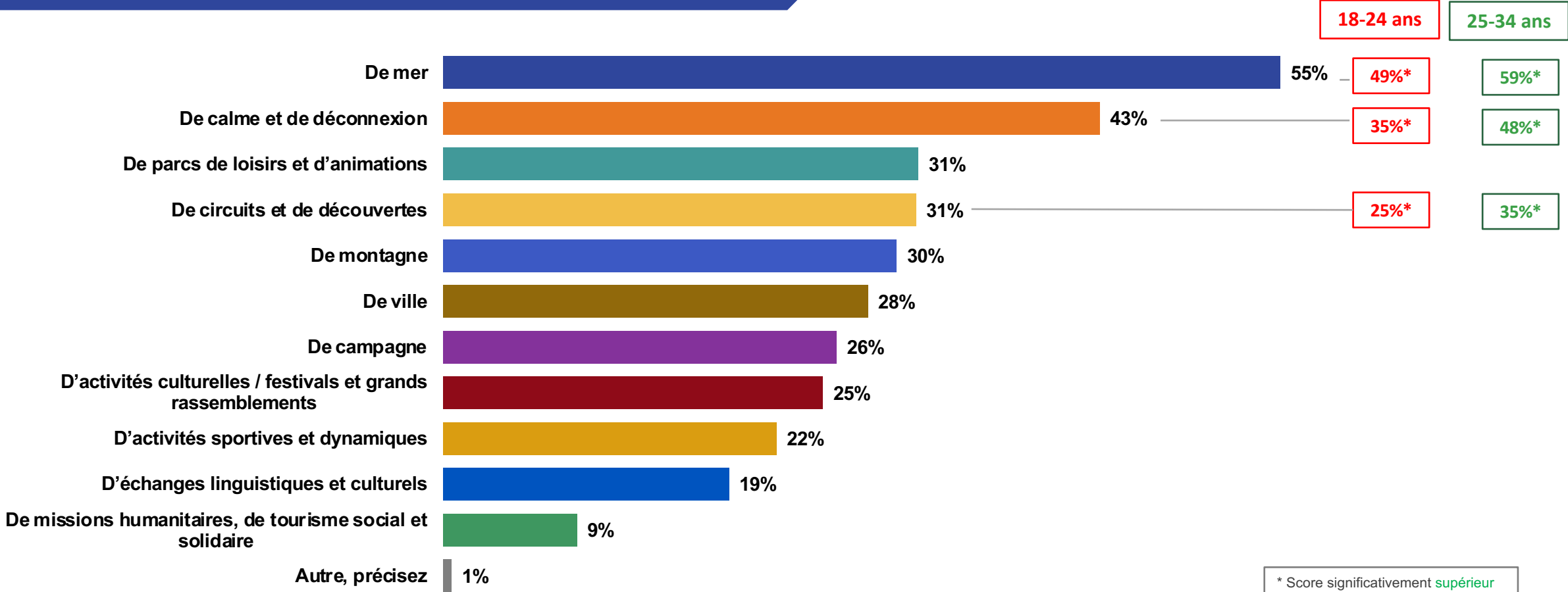
Q6 Et quel mode d'hébergement parmi les suivants ont votre préférence ? Plusieurs réponses possibles par ligne



Source: Base=909 Ceux qui ont voyagé au cours des 3 dernières années et/ou veulent le faire au cours des 3 prochaines années

Les vacances préférées des jeunes sont pour une grande majorité les vacances à la mer et celles faisant le plein de calme et de la déconnexion

Q7 Vos vacances préférées sont celles qui font le plein... ? Plusieurs réponses possibles



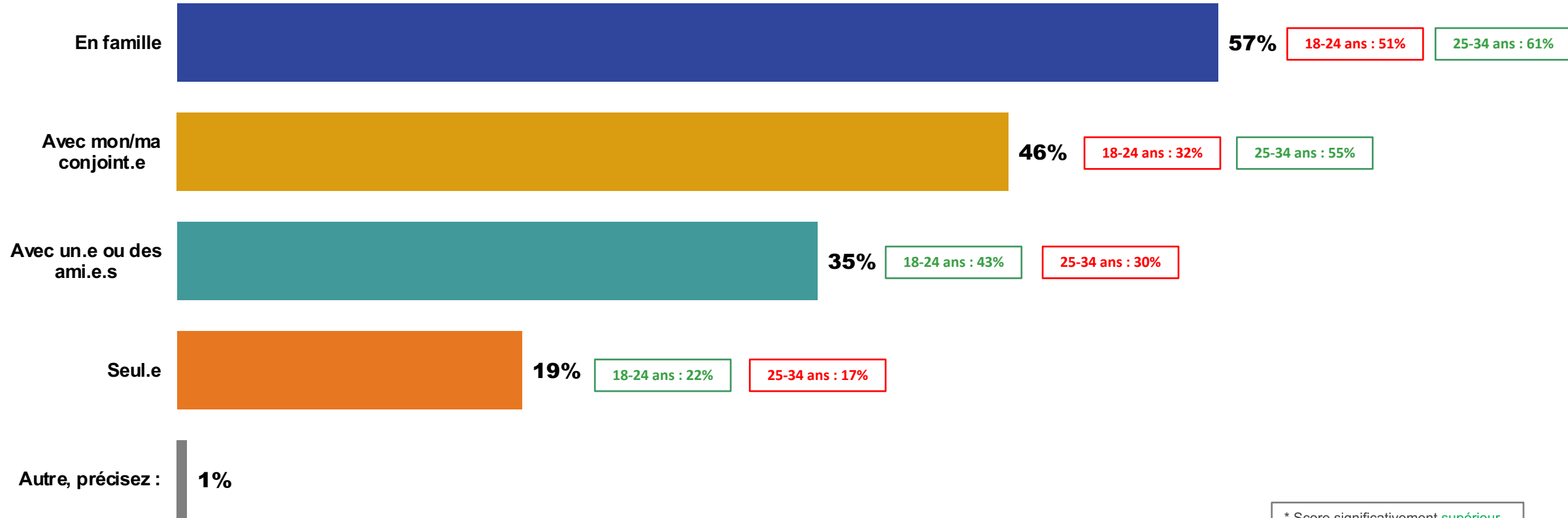
* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale. Au seuil de 95%

Source: Base=909 Ceux qui ont voyagé au cours des 3 dernières années et/ou veulent le faire au cours des 3 prochaines années



Si les jeunes générations aiment voyager dans des proportions notables avec des amis ou avec un conjoint, il sont 57% à déclarer préférer les vacances en famille (surtout auprès des plus âgés d'entre eux)

Q8 En vacances, vous préférez voyager...Plusieurs réponses possibles



* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Source: Base=909 Ceux qui ont voyagé au cours des 3 dernières années et/ou veulent le faire au cours des 3 prochaines années

Les jeunes Français et leur rapport aux modèles parentaux

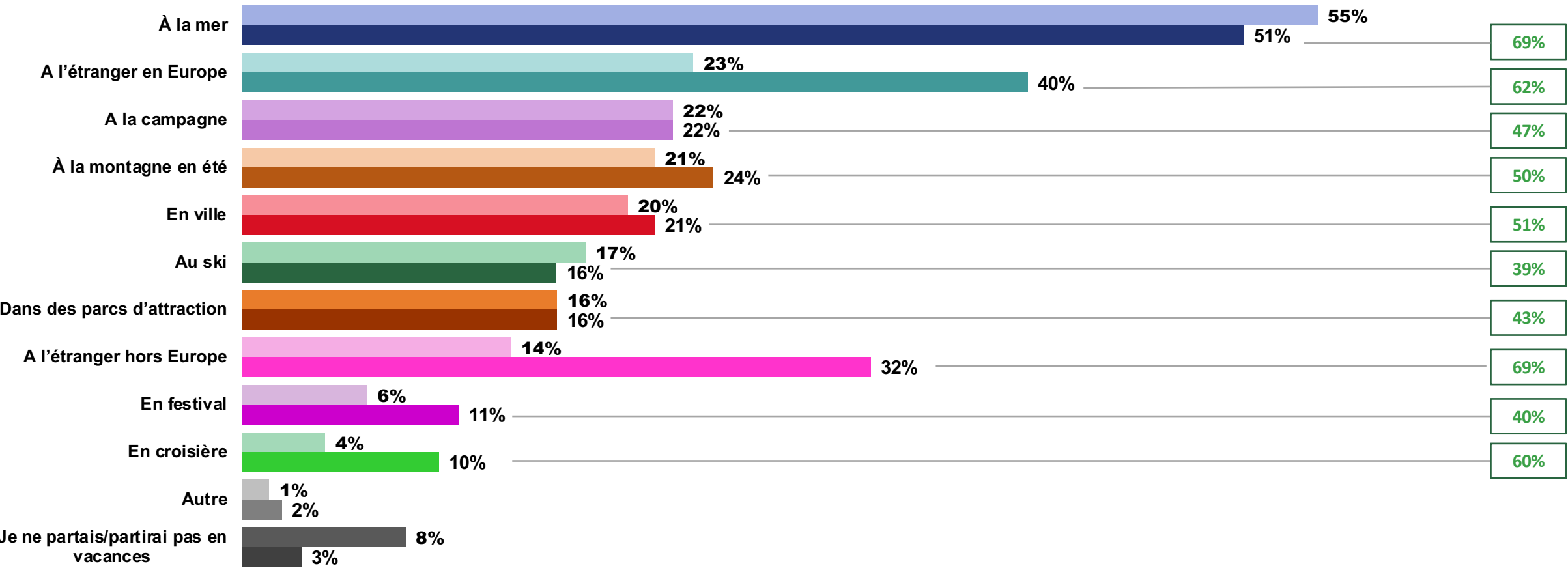
- Invariants dans les types de vacances passées et à venir et nouvelles tendances
- Regard porté sur les vacances parentales
- Différences et constantes

Des jeunes dans un schéma de reproduction à la fois sociétale et familiale. Sociale car les vacances d'hier ont beaucoup de points communs avec celles d'aujourd'hui... Familiale car ce que l'on fait enfant on le refait ou souhaite le refaire pour ses vacances à venir et à l'avenir.

Q10 Quand vous étiez enfant avec vos parents, partiez-vous généralement... Plusieurs réponses possibles

Q11 Et quel(s) type(s) de destination(s) allez-vous privilégier à l'avenir ? Plusieurs réponses possibles

Le faisaient avec les parents

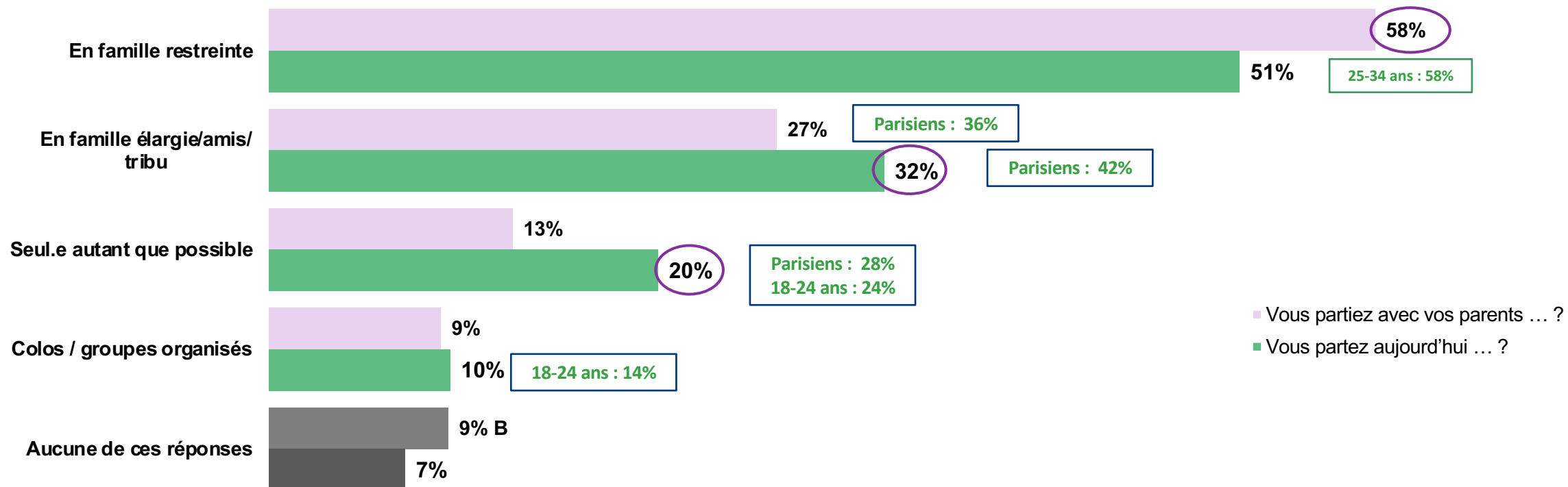


Source: Base=1000



L'esprit des vacances demeure familial et les jeunes tendent à élargir les cercles

Q12 Et concernant l'esprit de ces vacances... Plusieurs réponses possibles par ligne



- Vous partiez avec vos parents ... ?
- Vous partez aujourd'hui ... ?

○ Score significativement supérieur par rapport à la période avec parents/ aujourd'hui
Au seuil de 95%

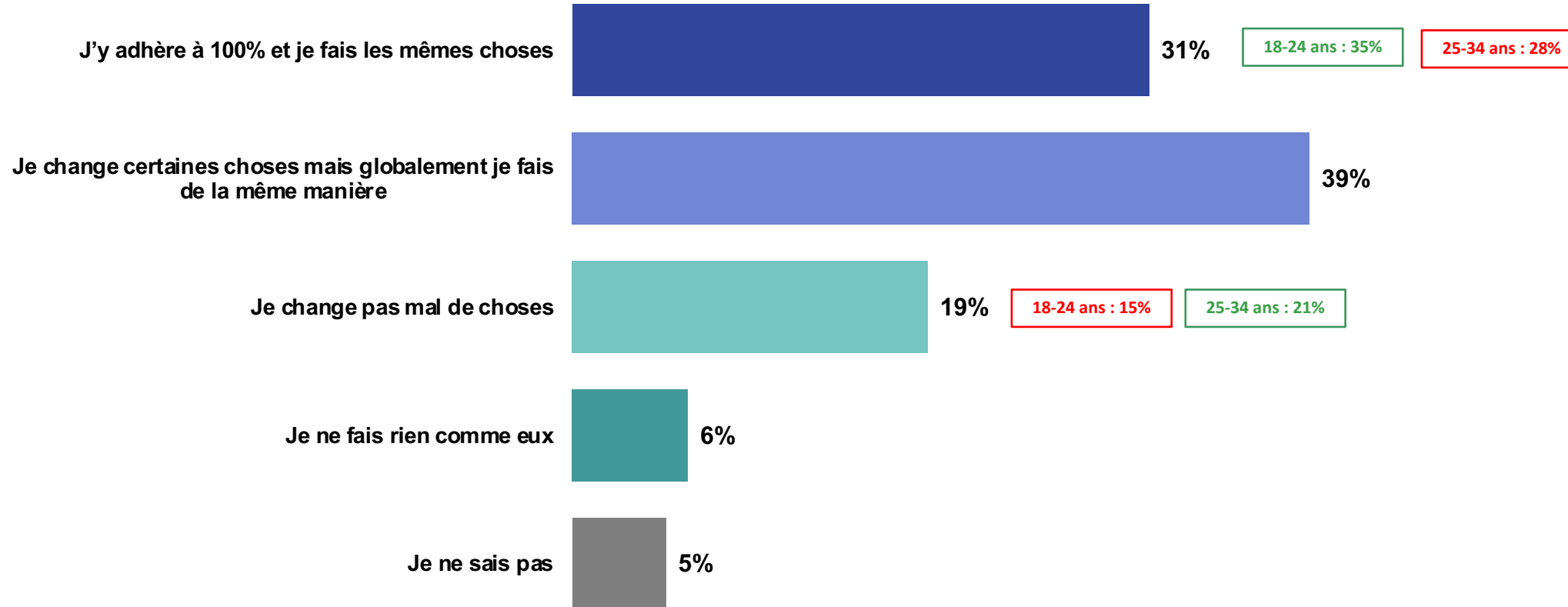
* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Source: Base=1000



70% des jeunes interrogés portent un regard peu critique et nuancé sur les comportements de voyage de leurs parents, puisque 31% déclarent y adhérer complètement et 39% affirment se comporter globalement de la même manière

Q13 Finalement, que diriez-vous de la manière dont vos parents voyagent/voyageaient ? Une seule réponse possible

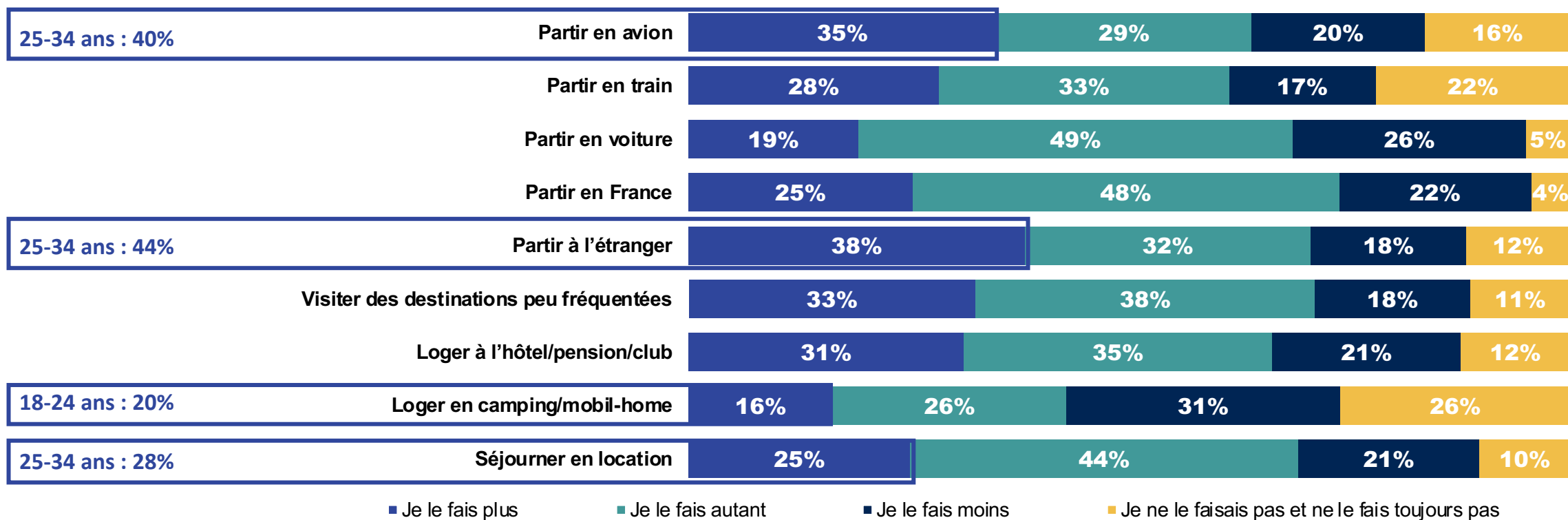


Source: Base=916 Ceux qui partaient avec leurs parents

* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Les jeunes partent plus à l'étranger et en avion et logent moins en camping ou mobil home que leurs aînés. Mais partir en France et partir en voiture sont des marqueurs importants avec lesquels ils sont loin de déroger car ils le font autant que leurs parents.

Q14 Et qu'avez-vous changé dans vos vacances par rapport à vos parents ? Une seule réponse possible par ligne



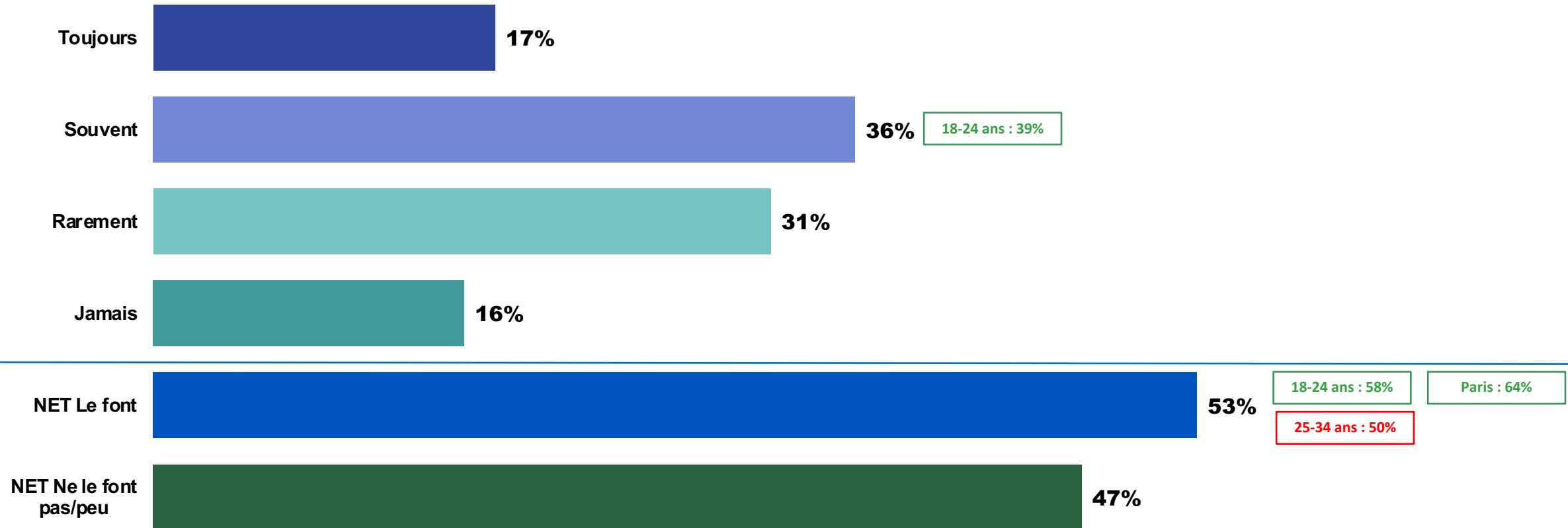
Source: Base=590 Ceux qui partaient avec leurs parents et qui ont modifié leurs comportements depuis

Contexte actuel : quels impacts ?

- Ecologie
- Inflation

L'impact écologique détermine en très grande majorité le choix du mode du transport des jeunes générations

Q17 Dans quelle mesure choisissez-vous vos moyens de transport en fonction de l'impact écologique, quitte à ce que le voyage dure plus longtemps ? Une seule réponse possible

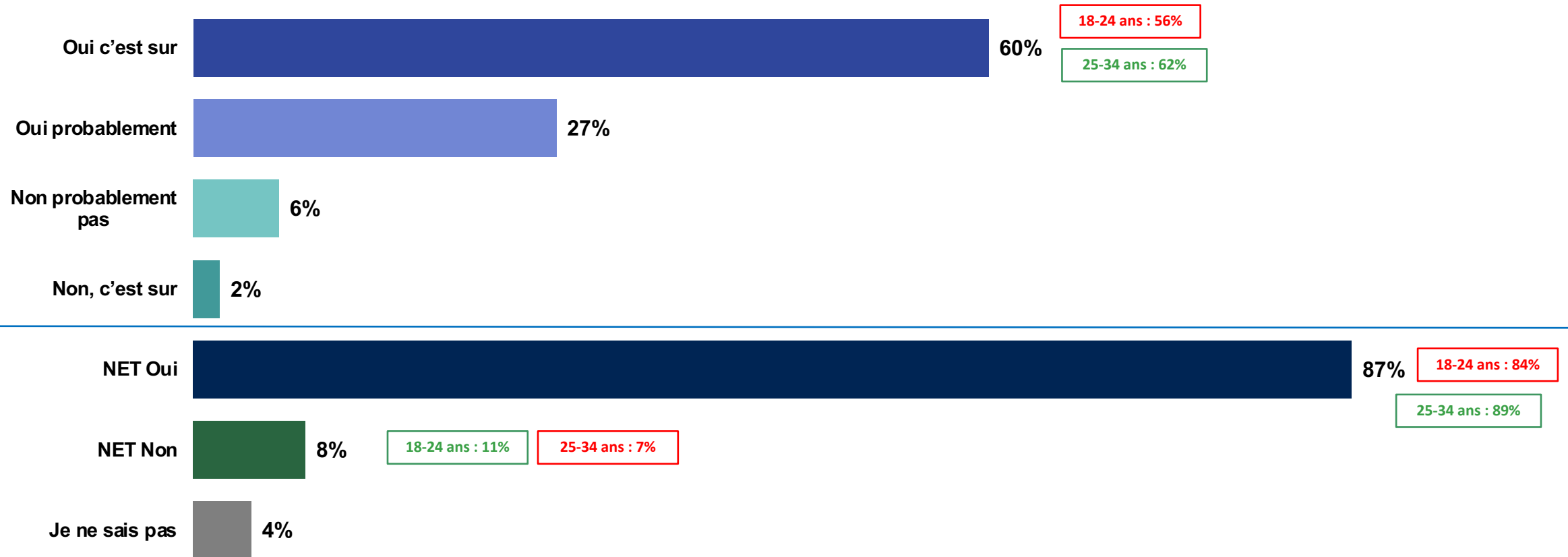


Source: Base=1000

* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale
Au seuil de 95%

Pour autant, dans l'hypothèse où un billet d'avion leur était offert pour passer un weekend dans une destination européenne, 60% accepterait cette offre certainement et 27% probablement

Q15 Si on vous offrait un billet d'avion pour passer un weekend dans une destination européenne, le prendriez-vous ? Une seule réponse possible



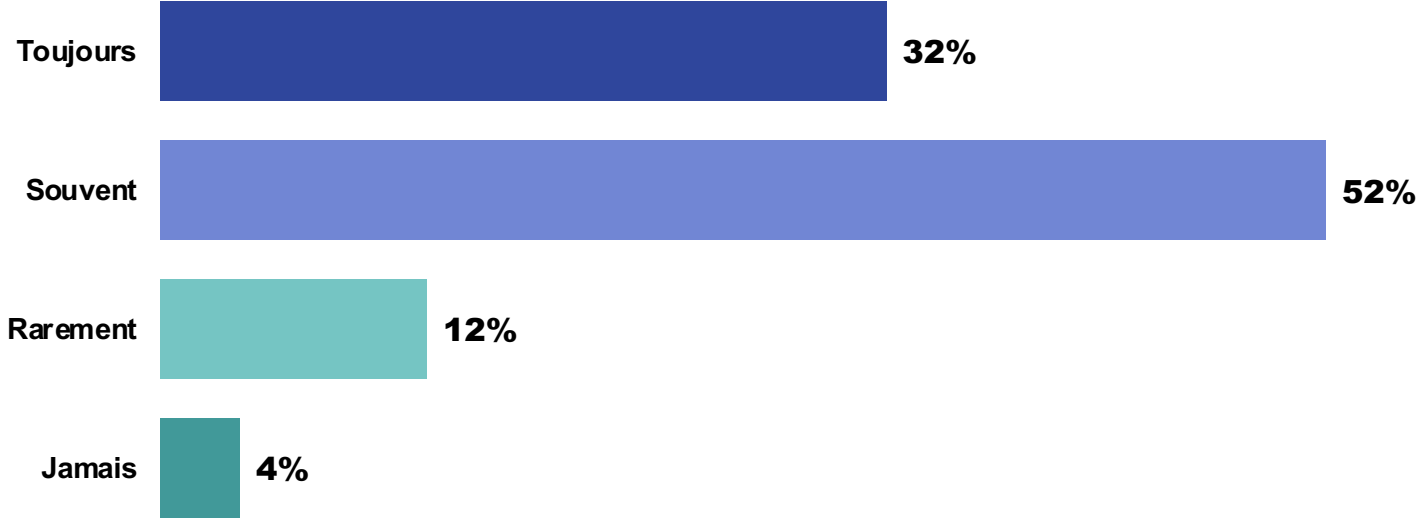
* Score significativement supérieur ou inférieur par rapport à la population totale Au seuil de 95%

Source: Base=1000



A la question du choix de mode de transport en fonction de son coût, indépendamment de la durée du voyage, le prix l'emporte pour la grande majorité d'entre eux : 52% des jeunes disent que c'est souvent le cas, 32% toujours

Q16 Dans quelle mesure choisissez-vous vos moyens de transport en fonction du prix, quitte à ce que le voyage dure plus longtemps ? Une seule réponse possible

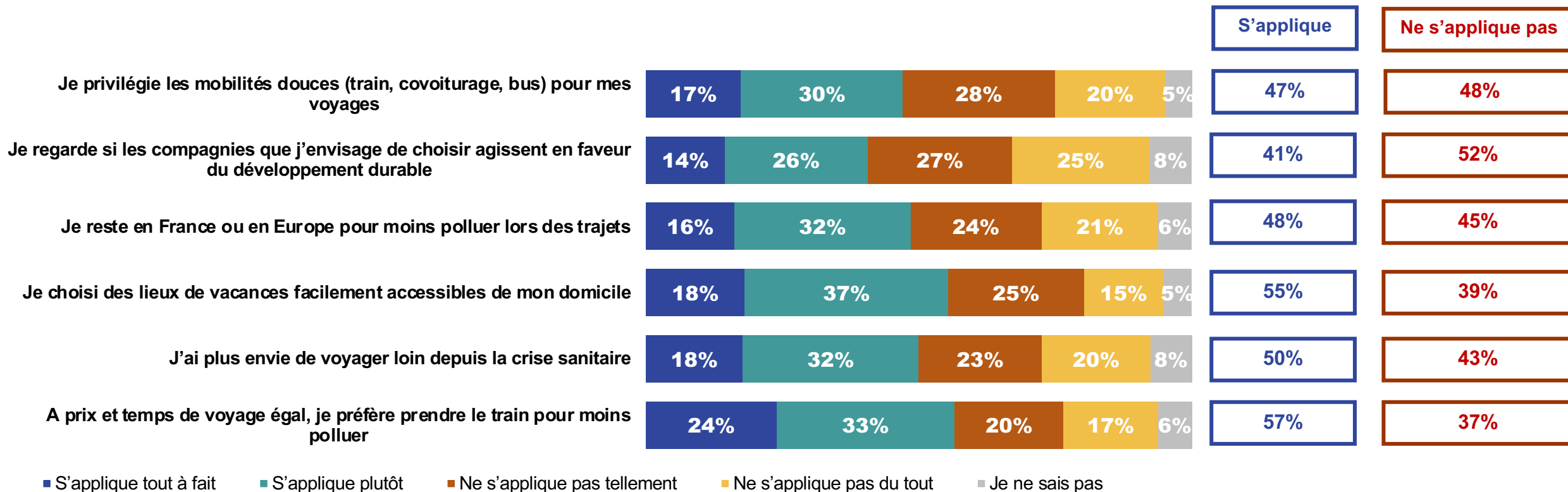


Source: Base=1000



Plus d'un jeune sur deux préfère prendre le train à prix et temps de voyage égal pour moins polluer (57%), choisit des lieux de vacances facilement accessibles depuis son domicile (55%) et a plus envie de voyager loin depuis la crise sanitaire (50%)

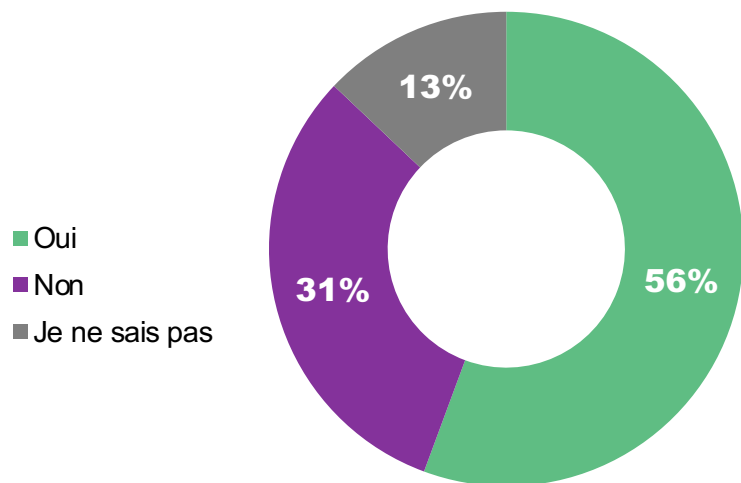
Q18 A quel point les affirmations suivantes s'appliquent-elles à vous ? Une seule réponse possible par ligne



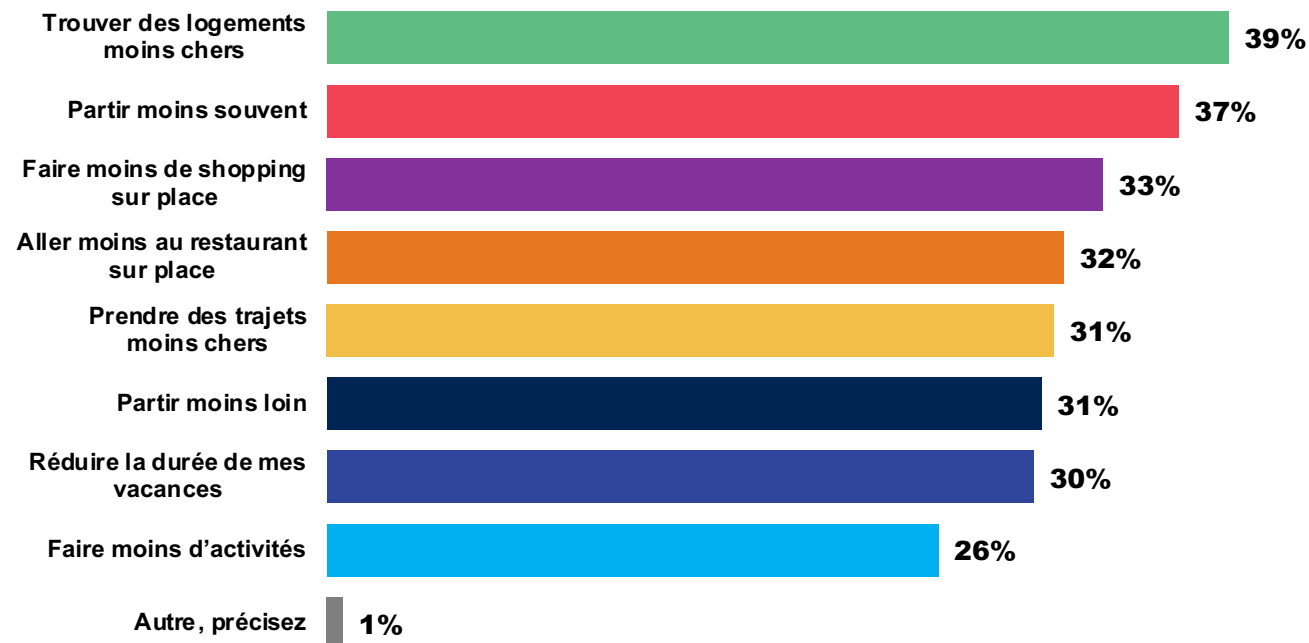
Source: Base=1000

Dans un contexte inflationniste, les jeunes générations sont 56% à prévoir de réduire leur budget vacances. Ces réductions porteront prioritairement sur le coût de l'hébergement à destination, le nombre de départs ou le fait de moins consommer sur place

Q19 Dans le contexte d'inflation, prévoyez-vous de réduire le budget consacré à vos vacances ? Une seule réponse possible



Q20 De quelle(s) façon(s) allez-vous réduire le budget de vos vacances ? Plusieurs réponses possibles



Base=1000

Base=556 vont réduire le budget vacances

Méthodologie et structure de la population

3



Start date: **2023-04-21** / End date: **2023-04-24**

Project overview



1000 respondents
Total number of respondents



2 days 22 hours
Delivery time for the study

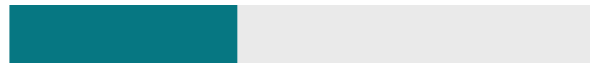


20 questions
Total test questions

RESPONSES BY AGE

There were 2 age groups for this research

18-24 39%



25-34 61%



RESPONSES BY GENDER

Research done for both females and males

Un homme 51%



Une femme 49%



TARGET TYPE

18-34 national rep

Méthodologie, échantillon et questionnaire



ÉCHANTILLON

1000 jeunes Français âgés de 18 à 34 ans issus d'un échantillon national représentatif (méthode des quotas sur les variables de genre, âge, région et CSP)



TERRAIN

Par internet via smartphone ou ordinateur du 21 au 24 avril 2023



Méthodologie

La population cible a été interrogée via la plateforme Ipsos Digital et sélectionnée au sein du panel online Ipsos.



QUESTIONNAIRE

20 questions

**CLIQUER SUR L'ICONE
POUR ACCÉDER AU
QUESTIONNAIRE**



Questionnaire



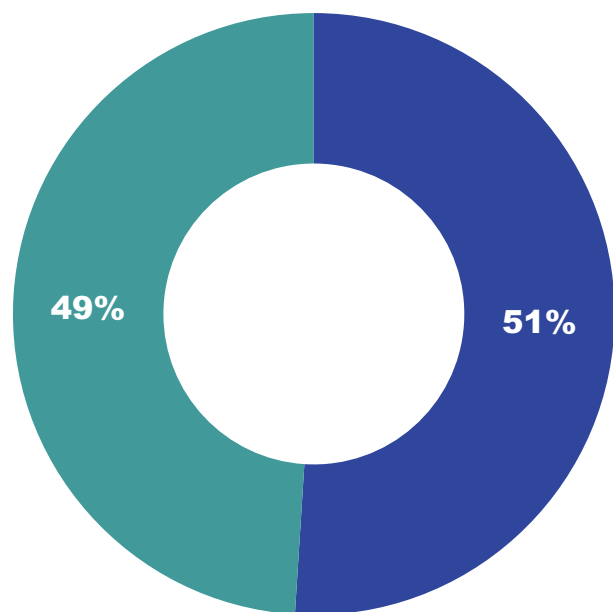
TRAITEMENT DES ANALYSES STATISTIQUES

Redressement sur les variables de genre, âge, CSP et région

Structure de l'échantillon 1/2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna?

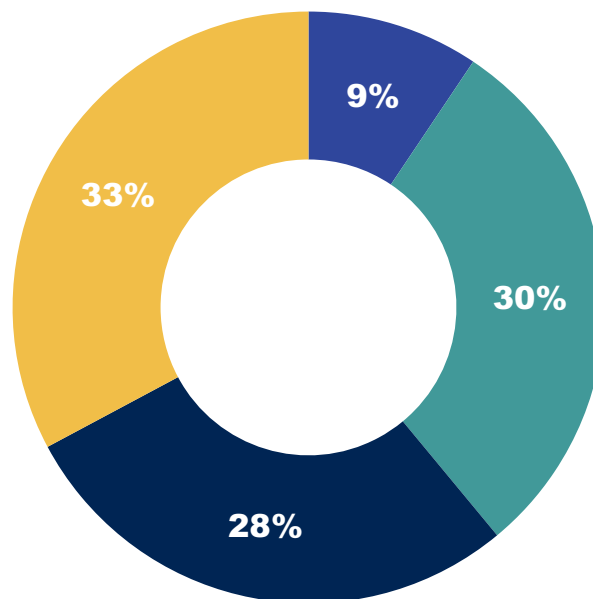
Genre



■ Un homme ■ Une femme

Source: Base=1000

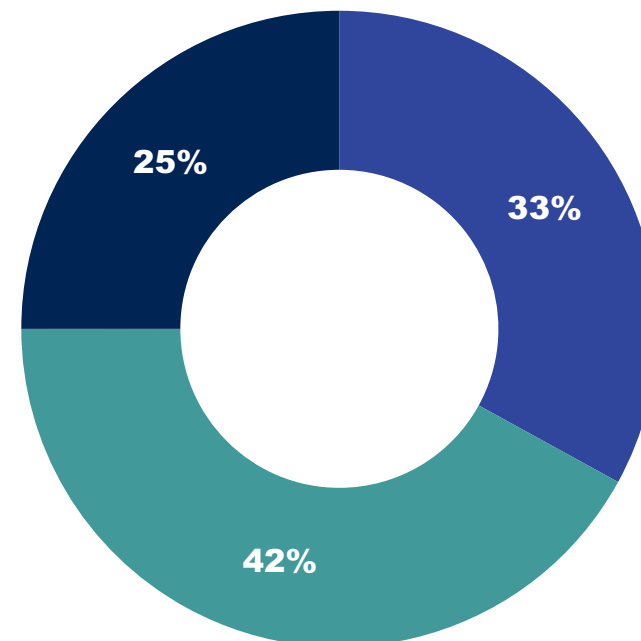
Age



■ 18-19 ■ 20-24 ■ 25-30 ■ 31-34

Source: Base=1000

CSP

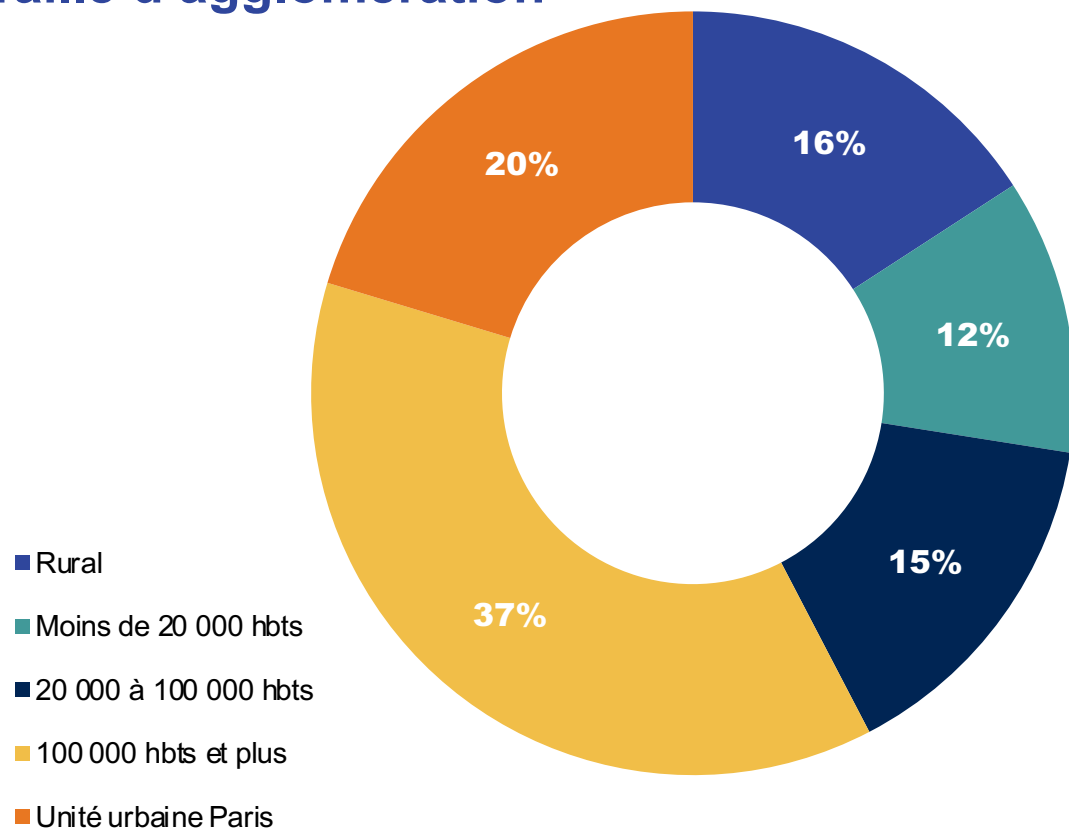


■ CSP+ ■ CSP- ■ Inactif

Source: Base=1000

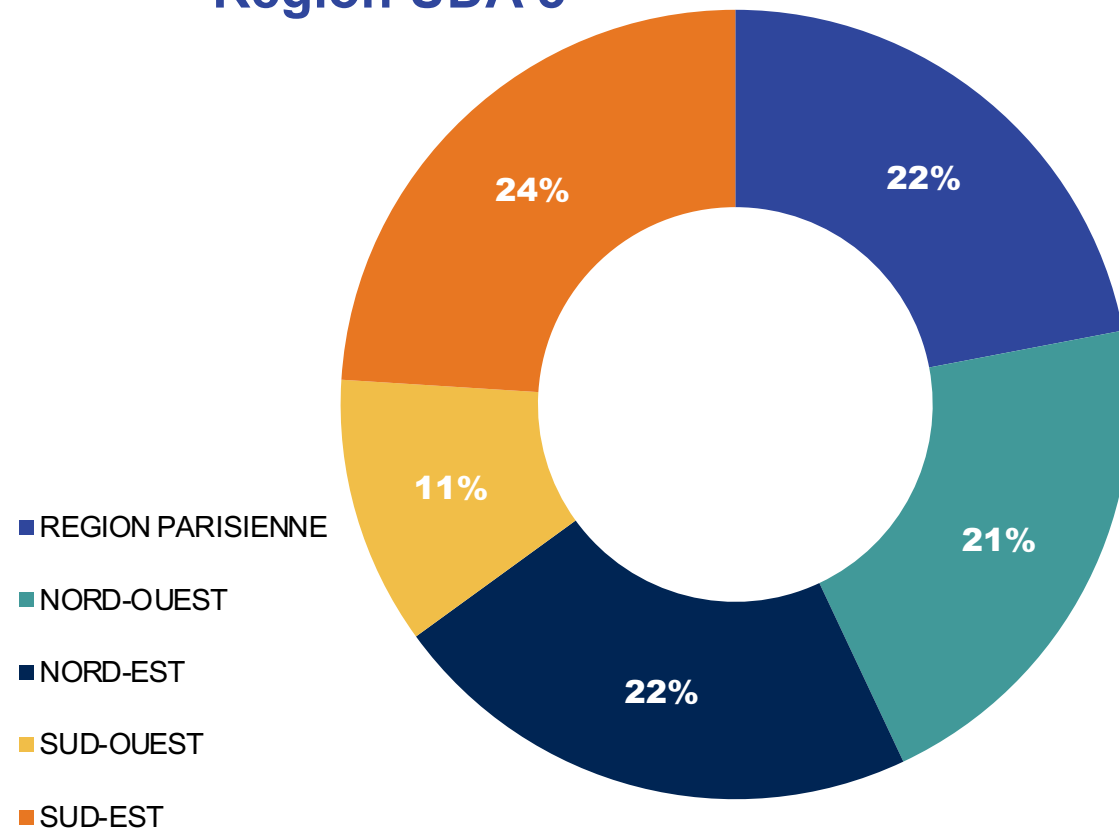
Structure de l'échantillon 2/2

Taille d'agglomération



Source: Base=1000

Région UDA 5



Source: Base=1000

Annexes

4

NOS ENGAGEMENTS



Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



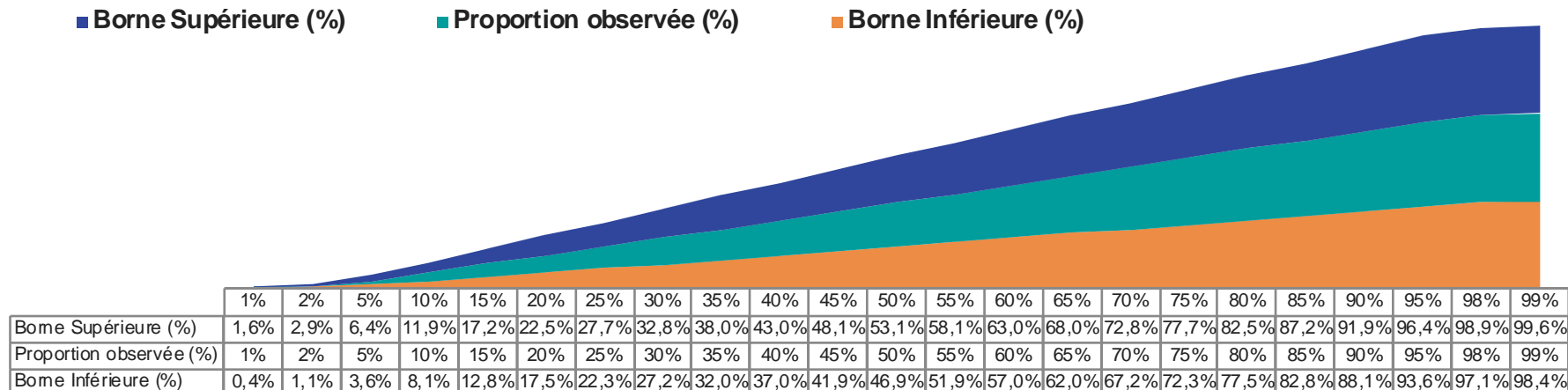
- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS



Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **1000**
- Les proportions observées sont comprises entre :



Fiabilité des résultats :

ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

Fiabilité des résultats : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

LES MEMBRES DE L'ALLIANCE FRANCE TOURISME



Atream



Belambra
clubs





ALLIANCE
FRANCE
TOURISME

www.alliance-france-tourisme.fr

@AllianceFrT