


**Tendances de la fréquentation touristique
de l'avant-saison 2022 (mai et juin) en France**
Dispositif Tendances #8

**Vacances d'été 2022 :
ce qu'ont prévu les Français**

mercredi 29 juin 2022

Dispositif Tendances #8

La fréquentation touristique
de l'avant-saison 2022 (mai et juin)
en France



La **Commission Observation d'ADN Tourisme** a conçu deux dispositifs pour suivre les tendances de la fréquentation touristique : l'un « complet » sur des périodes clés (vacances d'été) mobilisant notamment une enquête sur les intentions de départ des Français, l'autre plus léger pouvant être activé lors des « petites vacances » ou toute autre période jugée pertinente. C'est ce second dispositif qui est déployé ici. **L'objectif est de dresser les premières tendances qualitatives de la fréquentation touristique en France.**

Enquête auprès des adhérents : enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme du 17 au 24 juin 2022 auprès de 462 de ses adhérents. **172 répondants dont 168** disposant effectivement d'information sur la période (soit un taux de réponses exploitables de 36%) répartis comme suit : 11 CRT (taux de réponse de 79%), 34 ADT (taux de réponse de 43%), 123 OT Catégorie I (taux de réponse de 34%).

Échantillon nuitées françaises et européennes Flux Vision Tourisme : 12 zones représentatives des différentes typologies de destination françaises (montagne, ville, campagne et littoral), **qui permet d'avoir des premières tendances conjoncturelles globales et par type d'espace mais n'a pas vocation à dresser un bilan structurel des fréquentations.**

Les nuitées européennes analysées sont les données cumulées des 9 principaux marchés émetteurs de clientèles à l'échelle de la destination France : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Royaume-Uni, Russie et Suisse.

Flux Vision Tourisme, solution développée par Orange et coconstruite avec le réseau ADN Tourisme, permet de convertir des millions d'informations du réseau mobile Orange en indicateurs statistiques, développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données.

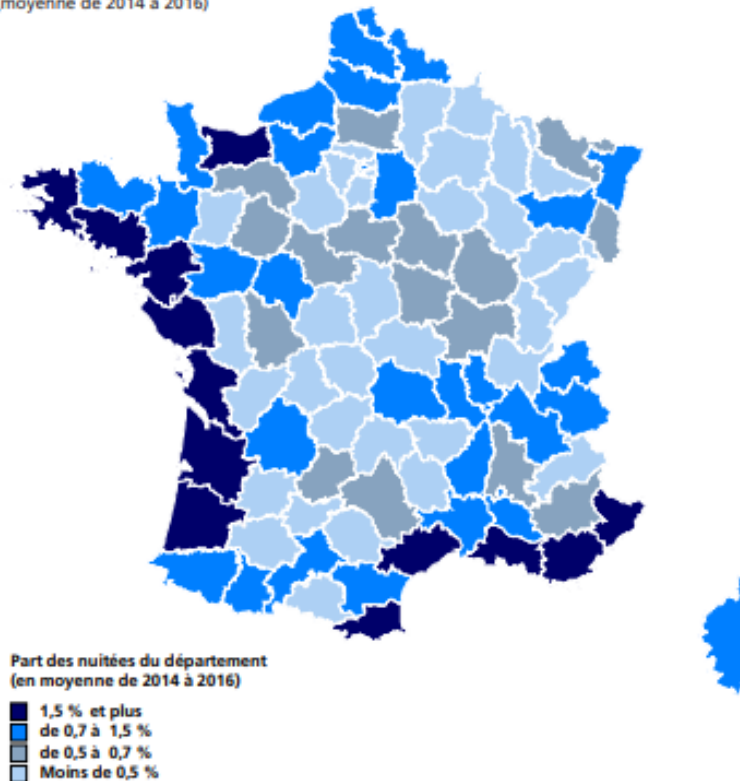
NB : Flux Vision observe la présence de tous les téléphones mobiles captés sur le territoire. Toutes les nuitées sont prises en compte indépendamment du mode d'hébergement (marchand, résidences secondaires, chez famille amis) et du motif de venue (loisirs, déplacement professionnel...).

Contexte des avant-saisons, de 2019 à 2021 :

- En 2019 : dernière année de «référence», comprenant 4 jours fériés :
 - mercredi 1^{er} mai (dernière semaine de vacances de Printemps de la zone C),
 - mercredi 8 mai,
 - le jeudi de l'Ascension (30 mai),
 - le lundi de Pentecôte (10 juin).
- En 2020 :
 - début du déconfinement national le 11 mai,
 - Ascension le jeudi 21 mai,
 - levée de la limitation de déplacement à 100kms le 2 juin, lendemain du lundi de Pentecôte,
- En 2021 :
 - après l'unification des vacances scolaires en avril, fin des restrictions de déplacements le 3 mai,
 - Ascension le jeudi 13 mai,
 - Pentecôte lundi 24 mai,
 - réouverture progressive des restaurants et activités, couvre feu en vigueur jusqu'au 20 juin.

- **Les mois de mai et juin (avant crise sanitaire) représentent 13% du volume des nuitées touristiques des Français réalisées pour motif personnel sur une année.** Lors de cette période, les nuitées se concentrent sur les espaces littoraux et urbains (*Suivi de la Demande Touristique des français, DGE - année 2016*)

Les destinations touristiques des résidents français au printemps*
(moyenne de 2014 à 2016)



* le printemps regroupe les mois d'avril et mai.

Source : Atlas du Tourisme en France – DGE 2017



UNE AVANT-SAISON 2022 GLOBALEMENT SATISFAISANTE ET BOOSTÉE PAR LES TRÈS BONNES FRÉQUENTATIONS DES WEEK-ENDS FÉRIÉS. D'EXCELLENTE PERSPECTIVES POUR LA SAISON ESTIVALE.

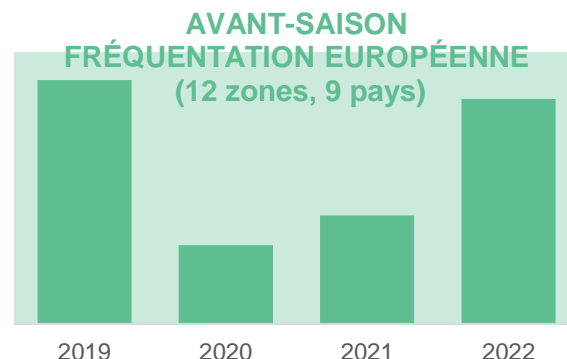
Dans la continuité des observations des dernières vacances de Printemps et du week-end de Pâques, 9 répondants sur 10 estiment que la fréquentation est supérieure à celle de la même période en 2021 et même équivalente à supérieure à 2019 pour 64% des répondants (pour respectivement 37% et 27% d'entre eux).

La météo clémente (et parfois caniculaire) a boosté les envies de séjours (souvent courts), le week-end de l'Ascension ayant été largement plébiscité (celui de Pentecôte un peu moins).

Le retour des clientèles européennes mais également de certaines nationalités long-courriers est nettement remarqué.

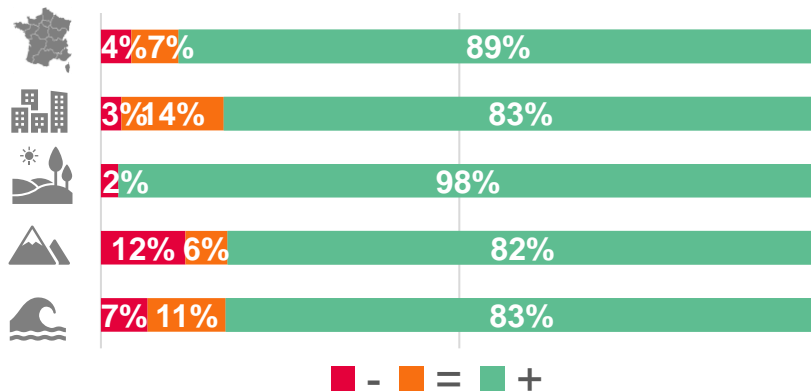
L'échantillon de zones analysé à partir de la téléphonie mobile (Flux Vision Tourisme – Orange – ADN Tourisme) confirme ces tendances :

- la **fréquentation française** de l'avant-saison 2022 **est en relative stabilité** au regard de l'année précédente, mais également comparativement à 2019, dernière année de référence mais qui comptait 2 jours fériés supplémentaires (les 1^{er} et 8 mai).
- La **fréquentation européenne** est, quant à elle, **en nette progression** par rapport à 2020 et 2021, et se rapproche du niveau d'avant crise.

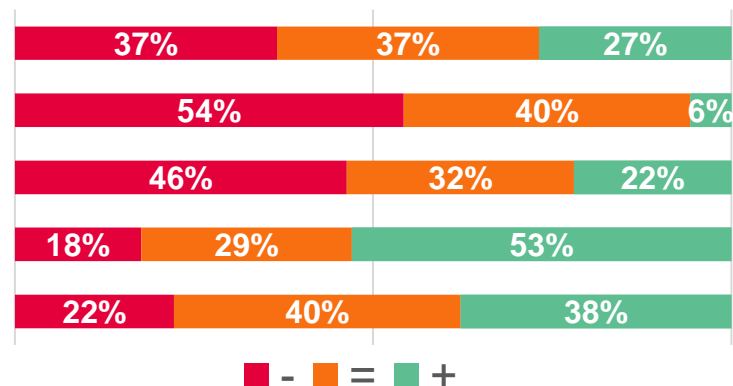




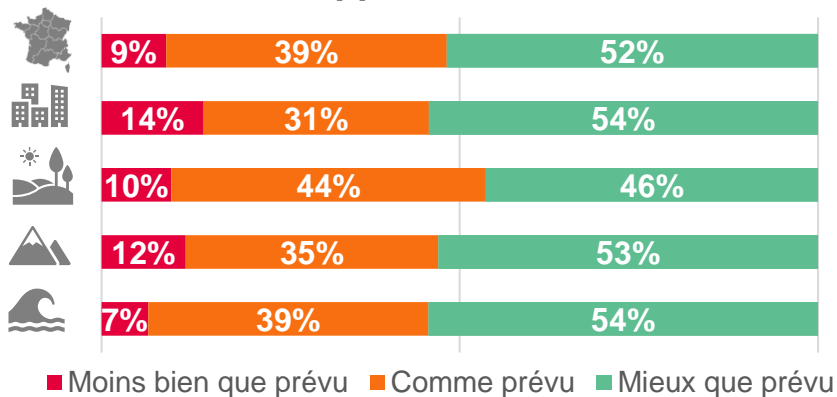
Fréquentation par rapport à 2021*



Par rapport à une année "classique"



Par rapport à vos attentes



*Clé de lecture : 83% des répondants des destinations « villes » estiment que la fréquentation de l'avant-saison 2022 est supérieure à celle de l'avant-saison 2021.



FOCUS PAR ESPACES





FOCUS PAR ESPACES

La période analysée se concentre sur l'avant saison 2022 (mai / juin), qui comprend notamment les week-ends de l'Ascension et de Pentecôte.



En **espace rural**, **46% des répondants** estiment que la période s'est déroulée « **mieux que prévu** » et **44% « comme prévu »**, même si, pour **près de la moitié des répondants**, la fréquentation reste « **en retrait** » au regard d'une année « **classique** ».



Peu de surprises pour les **destinations littorales** qui ont connu une fréquentation soutenue lors de l'avant-saison 2022 et notamment lors des week-ends fériés, dignes d'une fréquentation de pleine saison estivale pour certains.



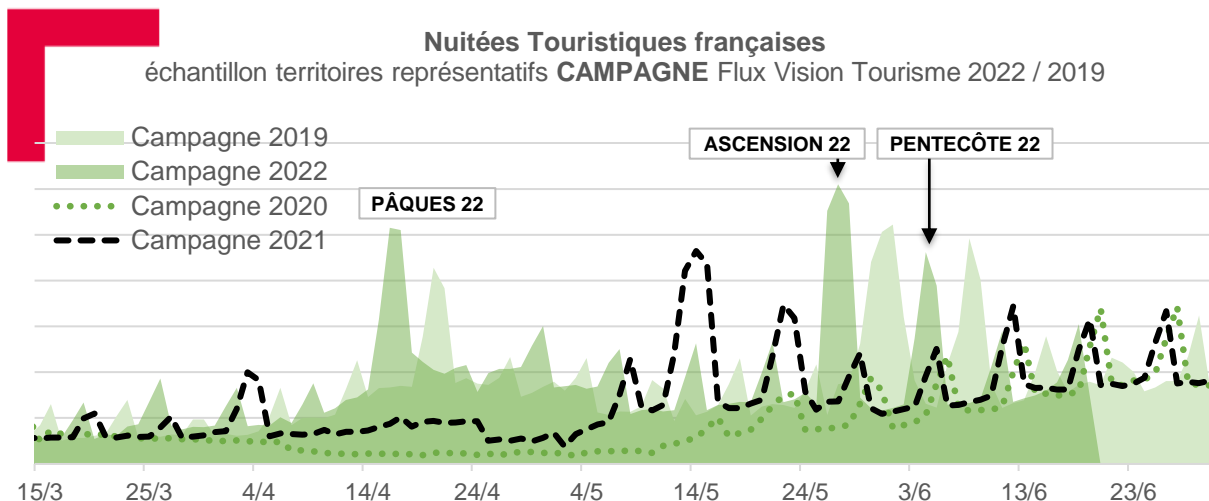
Pour la majorité des destinations urbaines (54%), l'avant-saison 2022 s'est déroulée « **mieux que prévu** » même si la fréquentation reste en retrait au regard d'une année « **classique** » pour la même proportion de répondants (54%).



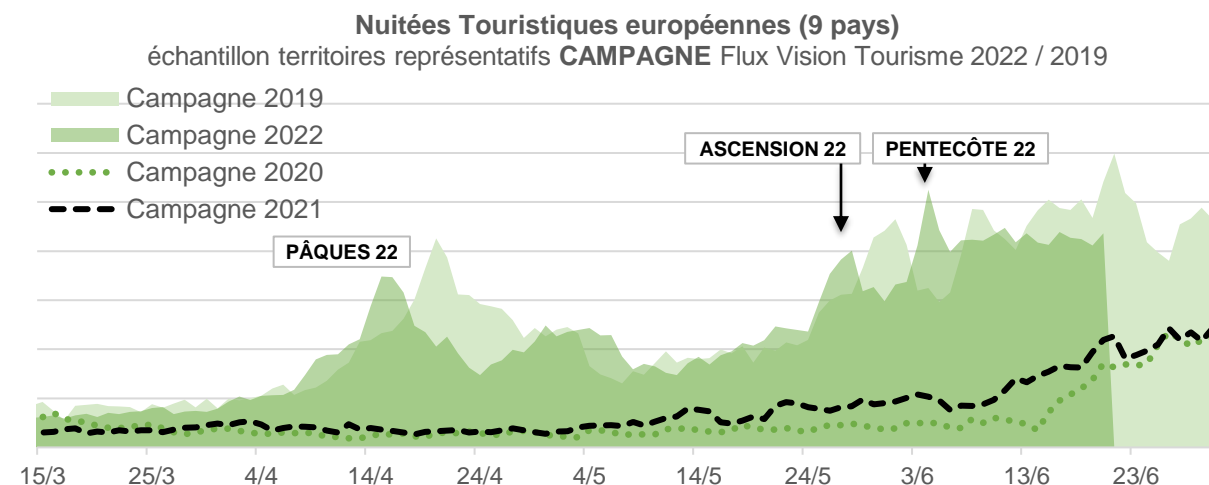
Au regard d'une année « **classique** », les **zones de montagne** annoncent **majoritairement** (53%) une fréquentation **en progression** lors de l'avant-saison 2022. Il s'agit du seul espace où la fréquentation d'avant-saison est majoritairement constatée en hausse.

TENDANCES

- De très bons résultats lors du week-end de l'Ascension, un bilan plus partagé pour celui de la Pentecôte.
- Présence accrue de clientèles françaises « de proximité ».
- Retour remarqué des clientèles européennes (notamment Anglais, Belges, Suisses ou Allemands), mais également de certaines clientèles internationales (nord américaines).
- Nombreuses inquiétudes liées aux difficultés de recrutement du personnel.
- Une clientèle sensible à la hausse des prix, notamment celle des carburants.
- D'excellentes conditions météorologiques sur l'ensemble de la période.



Au regard de 2019, la **fréquentation française** en espace rural est en **nette progression** lors du **week-end de l'Ascension**, en léger retrait pour celui de la **Pentecôte** et en **relative stabilité** sur l'ensemble de la période d'avant-saison.



Les **clientèles européennes de proximité** sont de retour en espace rural, avec des niveaux de fréquentation en forte progression au regard de 2021 et qui se rapprochent du niveau de 2019.



En **espace rural**, malgré les bons résultats du week-end de l'Ascension, près de la moitié des répondants (46%) indique que la fréquentation de l'avant-saison 2022 reste (légèrement) inférieure au regard des résultats d'avant crise sanitaire : les clientèles, tant françaises qu'étrangères, sont en retrait, même si ces dernières sont en très forte progression comparativement à 2021 (et 2020).

« 80% des professionnels satisfaits de la fréquentation des 2 ponts. De nombreux établissements complets. La clientèle internationale poursuit son retour. Présence très marquée de la clientèle régionale (50% de la clientèle française). De très bonnes prévisions pour le mois de juillet. » **CRT Hauts-de-France**

« Ce printemps se caractérise par un haut niveau de satisfaction pour le démarrage de saison pour l'ensemble des secteurs du tourisme et un niveau d'optimisme également important pour les mois d'été à venir, malgré un contexte politico-économique instable. On ressent dans les propos des pros comme un soulagement d'un retour à la "normale". Dans notre département, revient cependant l'inquiétude quant aux vagues de chaleur. » **Vaucluse Provence Attractivité (84)**

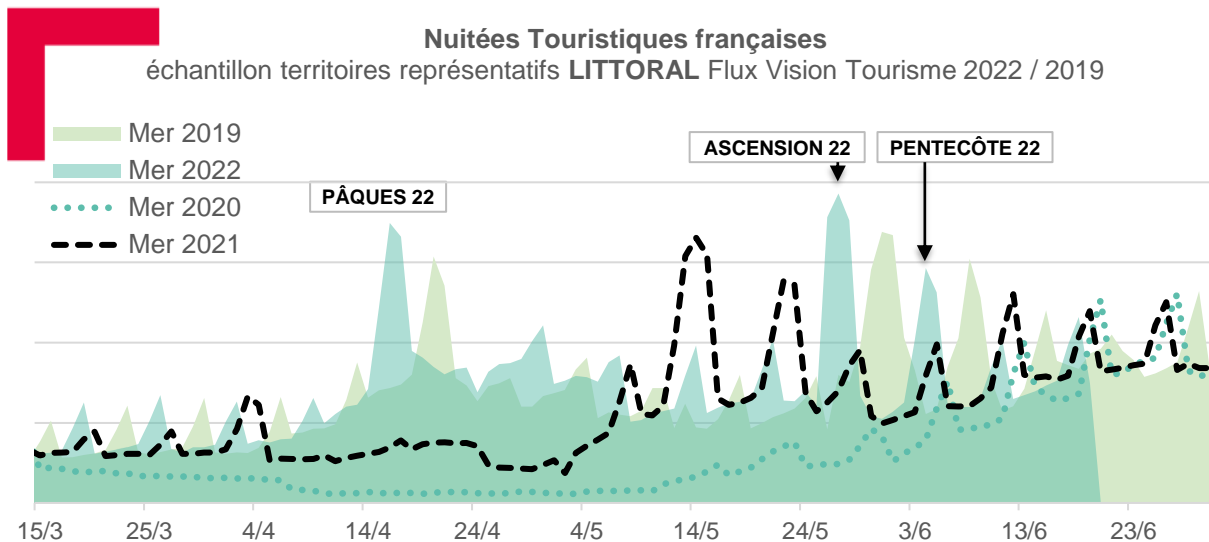
« Confirmation de la présence forte de la clientèle française dans le département de l'Aveyron, et plus particulièrement celle de la clientèle de proximité (moins de 3 h de route). Des perspectives encourageantes pour la saison estivale à venir dû au bon niveau de réservations dans les hébergements. Retour de la clientèle étrangère dans notre destination, inquiétudes concernant le pouvoir d'achat des touristes et des difficultés de recrutement pour les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. » **ADAT Aveyron (12)**

« La COVID 19 nous amène une nouvelle clientèle venant de grandes villes et voulant se mettre au vert. Également des visiteurs voulant acquérir une résidence en campagne. Des touristes qui viennent de moins loin (prix du carburant) » **OT Rives du Morvan (Nièvre)**

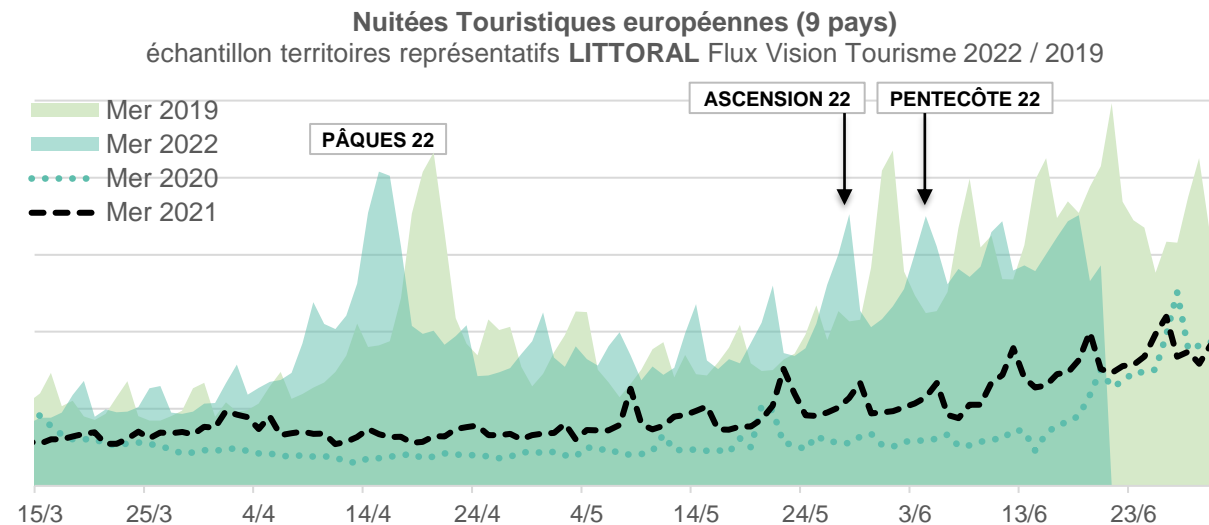
« On remarque en 2022 que les touristes étrangers sont de retour sur notre territoire et sont pour certains, aussi nombreux qu'en 2019 (allemands, anglais, hollandais, belges). La différence par rapport à mai 2019 tient dans le nombre de visiteurs français, bien moins important qu'il y a 3 ans. » **OT Grand Périgueux (Dordogne)**



LITTORAL



La **clientèle française** atteint voire même **dépasse** en certains secteurs les fréquentations de l'avant-saison 2019 sur le littoral français. Le week-end de l'Ascension est en nette progression au regard de 2019.



La **clientèle européenne de proximité** est en nette progression et atteint, en certains secteurs, les valeurs enregistrées avant crise.





Très bon démarrage de saison pour les stations littorales françaises, la majorité d'entre-elles (54%) déclarant que la période s'est déroulée « mieux que prévu » et 39% « comme prévu ». Les Français ont profité des beaux jours pour aller se ressourcer sur le littoral, secteur sur lequel **le retour des clientèles étrangères est unanimement constaté**, à des niveaux proches de 2019 pour certains territoires.

« Retour des comportements et clientèles observés en 2019. Un littoral déjà très recherché, avec un volume de flux digne d'un mois de juillet sur Flux Vision Tourisme mais également en meublés et Hôtellerie de plein-air. »
AADT Béarn Pays-Basque

« Les socio-professionnels du territoire ont été très satisfaits du pont de l'Ascension, qu'ils ont qualifié d'exceptionnel ! Ce week-end a, pour certains, surpassé les week-ends de l'Ascension des années d'avant covid. La Pentecôte a été plus calme mais pas négligeable. Cette avant saison est meilleure que 2021, et est prometteuse pour la saison estivale qui approche » **Normandie Cabourg Pays d'Auge Tourisme (14)**

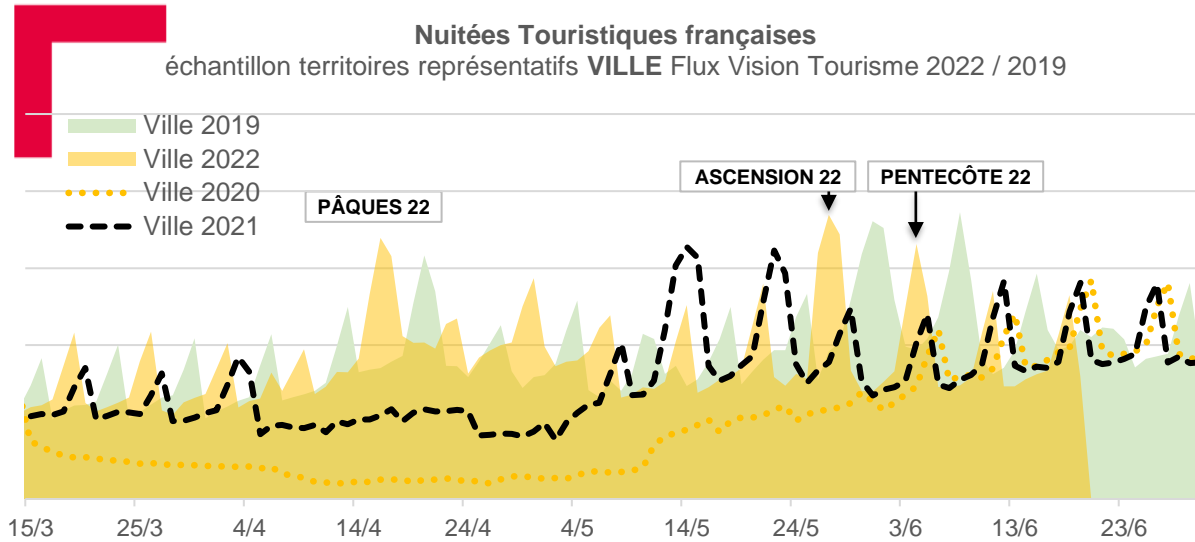
« Beau retour de la clientèle étrangère, en particulier des Allemands. » **OT Ramatuelle (Var)**

« Retour de clientèles européennes notamment les allemands ainsi que des clientèles étrangères venant des USA. Retour des groupes de clientèle française. Retour des croisiéristes » **OT Bonifacio (Corse-du-Sud)**

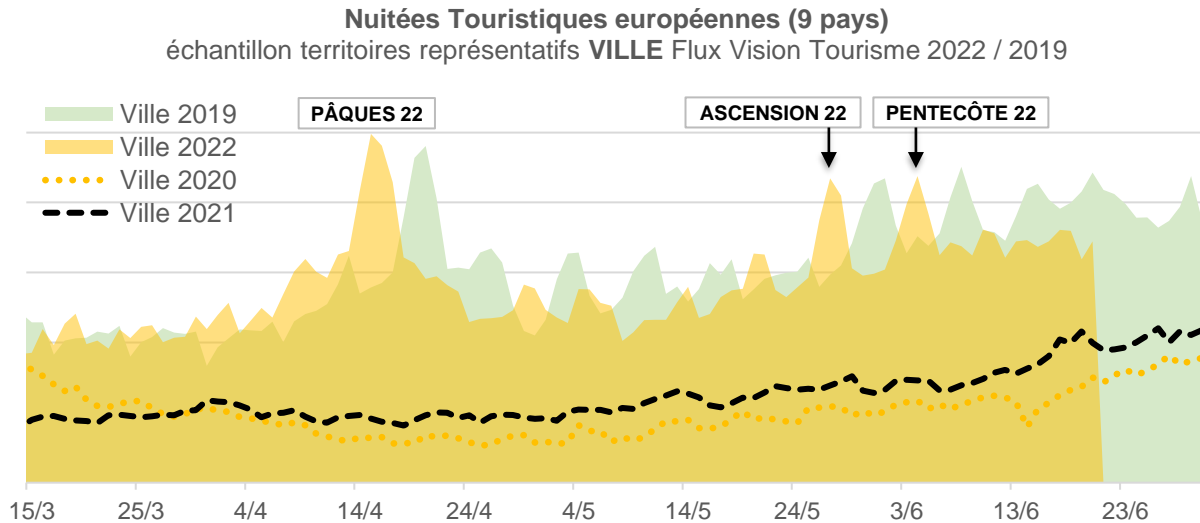
« Malgré un contexte général (économique et géopolitique) troublé, les touristes ont profité du long week-end de l'Ascension. Ce dernier a retrouvé son éclat avec une fréquentation digne de la haute saison. Tous les indicateurs étaient positifs : météo, nombreux événements divers et variés... Le week-end de la Pentecôte, la semaine suivante, fut décevant tant en termes de fréquentation que de météo. Dans l'ensemble le mois de mai reste positif grâce à un retour des clientèles étrangères et la poursuite de la progression des autres vacanciers. On note un profil de clients plus familial à l'Ascension, des couples, seniors et résidents secondaires pour les autres périodes. Les demandes restent orientées vers la recherche d'authenticité, d'activités de plein air et animations, si possible gratuites. » **OT Saint-Gilles-Croix-de-Vie (Vendée)**

« Emergence depuis le COVID d'une clientèle plus qualitative mais aussi plus exigeante venue des grands centres urbains dans un rayon de 3 h environ » **Fort-Mahon Tourisme (Somme)**

« Toujours une forte présence de la clientèle française. Retour de la clientèle étrangère » **ADT Gard**



La **fréquentation française** est en relative stabilité sur les espaces urbains et se rapproche des niveaux observés lors de l'avant-saison 2019 (et peut même les dépasser sur certains secteurs). Le week-end de l'Ascension a été une belle surprise en termes de fréquentation.



La **fréquentation européenne de proximité** réduit son retard et se rapproche de niveaux « normaux » sur certains secteurs urbains français.



La **reprise d'activité** est unanimement constatée dans les **espaces urbains**, tant de la part de la **clientèle française** que de la part de la **clientèle européenne** voire même **internationale** pour certains territoires.

« Nous constatons un retour des clientèles européennes et du tourisme de proximité, ce qui est positif. Nous recevons de nombreux appels pour des arrivées "last minute". Les touristes se déplacent sur une destination en fonction de l'actualité et des événements proposés. Une météo favorable est un facteur décisif également. » **OT La-Rochelle (Charente-Maritime)**

« Pas d'effet guerre en Ukraine à part un ralentissement temporaire des réservations. Un match de Champions League qui nous a amené beaucoup de touristes anglais et espagnols. Ces derniers et les italiens reviennent vite en ce moment. » **OTC Paris**

« Très fort retour de la clientèle Américaine depuis mars, plus nombreux qu'en 2019, et la Britannique depuis avril, qui repasse en juin en 1ère nationalité étrangère. Les Italiens qui ont mis du temps à revenir sont enfin là. On retrouve une part 50% de touristes FR 50% de touristes ETR à l'office de tourisme, et des taux d'occupation similaires à 2019 » **OT Bordeaux (Gironde)**

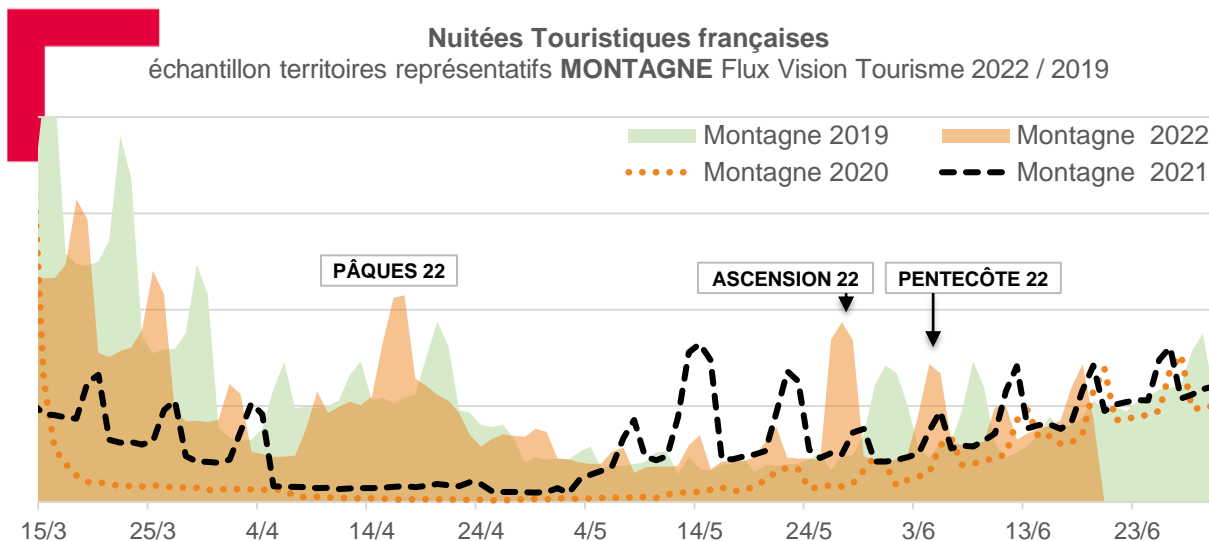
« Excellente reprise avec un retour en force constaté sur les clientèles étrangères. Une saturation dans les hôtels et les restaurants » **OT Grand Reims (Marne)**

« On sent une reprise de l'activité. Les groupes sont présents (seniors et scolaires), et les étrangers reviennent progressivement. On remarque que la fréquentation peut-être équivalente à une année normale dans les bureaux d'information touristique de taille moyenne ou les petites agences. Par contre, la fréquentation est différente dans les agences principales (St-Malo) : le comportement des visiteurs a changé. Ils viennent pour demander des informations et être conseillés, pas seulement pour regarder. Enormément de demandes à distance avec beaucoup plus d'appels téléphoniques, de mails et de chats que les années précédentes. Ces demandes sont en amont pour préparer le séjour, mais aussi pendant le séjour (on appelle ou on chat au lieu de venir à l'OT). » **OT Destination Saint-Malo baie du Mont-Saint-Michel (Ille-et-Vilaine)**

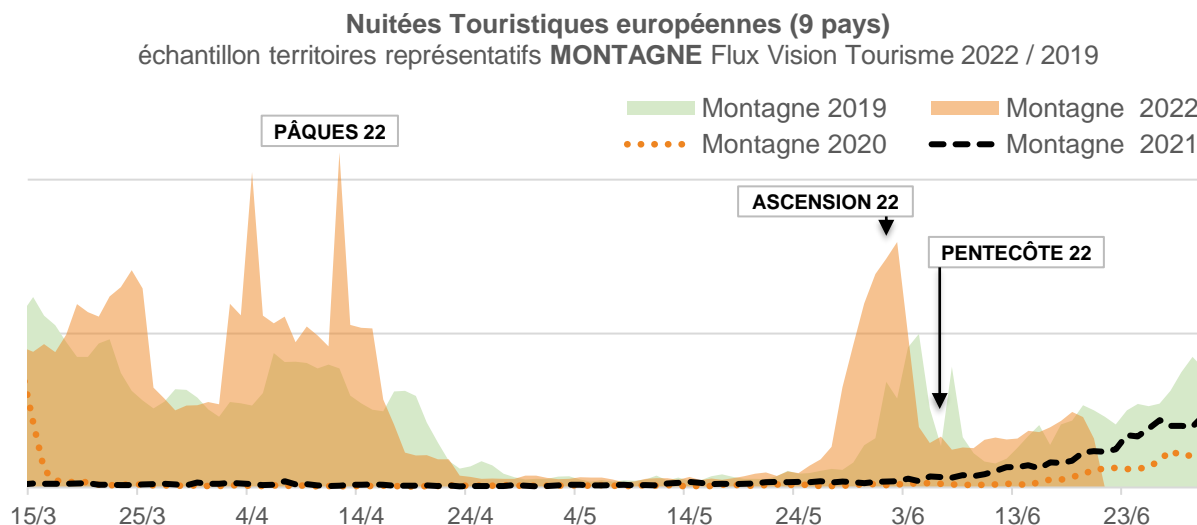
« Très belle entame de saison touristique qui permet une projection positive de la saison estivale et post-estivale ! » **OT Valence-Romans Tourisme (Drôme)**



MONTAGNE



La clientèle française est globalement en **progression** lors de l'avant-saison 2022, à la faveur de **bonnes fréquentations** lors des week-ends fériés.



La clientèle européenne de proximité retrouve des couleurs et les niveaux de fréquentation atteignent et dépassent en certains secteurs ceux d'avant crise sanitaire.



Moins d'un répondant sur 5 (18%) situé en secteur « **montagne** » estime que sa fréquentation a été **inférieure** à celle d'une avant-saison d'avant-crise. La **météo clémente** de l'avant-saison 2022 a généré de **nombreux** mais **courts** séjours notamment lors des **week-ends fériés**, de la part de la **clientèle française** mais également **étrangère** pour laquelle **le retour est unanimement constaté**.

« Le problème de manque de personnel très handicapant pour les professionnels » **Savoie Mont-Blanc Tourisme**

« Ce mois de mai enregistre une hausse des nuitées de 15% par rapport à 2021 mais également de 20% par rapport à 2019. La fréquentation en journée des excursionnistes est également en hausse (+39% par rapport à 2021 et +26% par rapport à 2019). Ce mois de mai était amputé de 2 week-ends prolongés (01 et 08 mai positionnés un dimanche), mais la météo quasi estivale a joué en faveur de l'activité touristique. De plus, le week-end prolongé de l'Ascension a suscité de nombreux déplacements.

Toutefois, dans ce contexte, les hébergeurs sont partagés sur leur activité. L'hôtellerie, les campings et les hébergements collectifs tirent leur épingle du jeu. A l'inverse les chambres d'hôtes et les meublés décrivent une activité en dessous de leur attente.

Les activités outdoor connaissent un ralentissement de leur activité malgré une clientèle locale présente. Les sites de visites sont partagés et relèvent la présence de la clientèle groupe.

Le retour de la clientèle étrangère semble se conforter avec la présence de la clientèle espagnole, allemande et britannique. » **ADT Ariège**

« Très bonne dynamique de la clientèle française et retour des clientèles étrangères » **ADT Alpes-de-Haute-Provence**

« Beaucoup de courts séjours » **OT Praz de Lys Sommand (Haute-Savoie)**

FOCUS
SUR LES WEEK-ENDS FÉRIÉS





FOCUS WEEK-ENDS FÉRIÉS

« La fréquentation dans nos 6 bureaux d'information touristique est très satisfaisante depuis début mai notamment lors des deux week-ends de pont (Ascension et Pentecôte) » **OT Saumur Val-de-Loire (Maine-et-Loire)**

« La belle météo a favorisé la fréquentation notamment des week-ends prolongés » **OT Villard-de-Lans (Isère)**

« Les Bouches-du-Rhône affichent durant le week-end de l'Ascension et le week-end de la Pentecôte respectivement une progression de 7% et 11% des nuitées françaises. Les pics sur ces week-ends à rallonges sont également supérieurs à ceux observés en 2019 (18% et +14% par rapport à 2019) »
Provence Tourisme

« Les socio-professionnels du territoire ont été très satisfaits du pont de l'Ascension, qu'ils ont qualifié d'exceptionnel ! Ce week-end a, pour certains, surpassé les week-ends de l'Ascension des années d'avant Covid. La Pentecôte a été plus calme mais pas négligeable » **OT Cabourg Pays d'Auge (Calvados)**

« Un week-end de l'Ascension digne du 15 août sous le signe du soleil et un week-end de la Pentecôte plus faible (à cause de la météo ?...) » **OT La Tranche sur Mer (Vendée)**

« Mai mitigé sauf sur les ponts (très forts) » **OT Narbonne (Aude)**

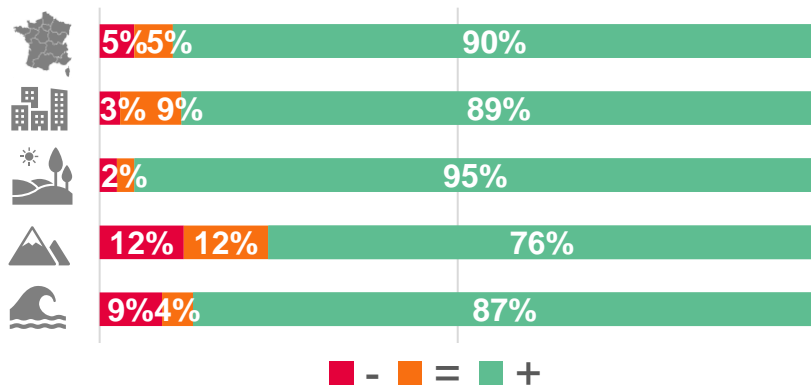
« Un excellent week-end de l'Ascension » **Only Lyon Tourisme et Congrès (Rhône)**

« Comparée à celle de l'année dernière, la fréquentation touristique du dernier week-end de la Pentecôte a vu 3 fois plus de touristes étrangers, mais aussi une baisse des touristes français » **ART Grand-Est**

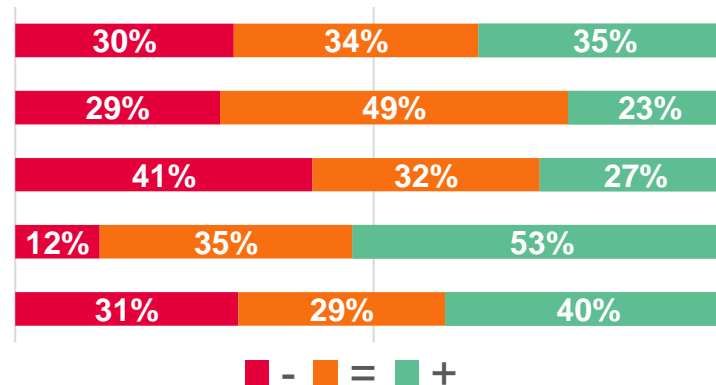


FOCUS WEEK-ENDS FÉRIÉS : L'ASCENSION (du 26 au 29 mai 2022)

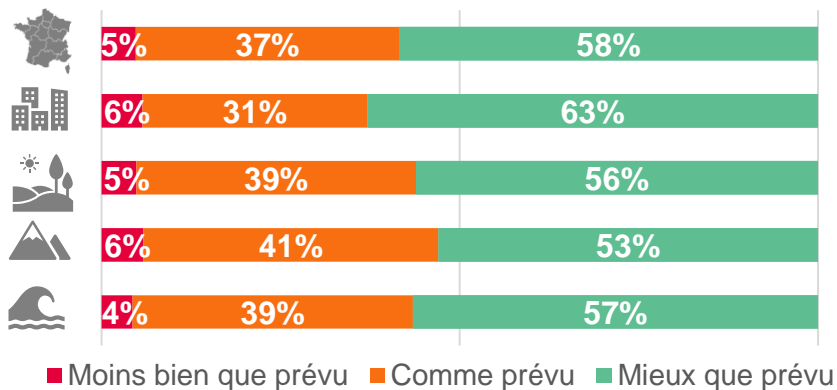
Fréquentation Ascension par rapport à 2021*



Par rapport à une année "classique"



Par rapport à vos attentes



*Clé de lecture : 87% des répondants des destinations « littoral » estiment que la fréquentation de l'Ascension 2022 est supérieure à celle de l'Ascension 2021.



FOCUS WEEK-ENDS FÉRIÉS : L'ASCENSION (du 26 au 29 mai 2022)

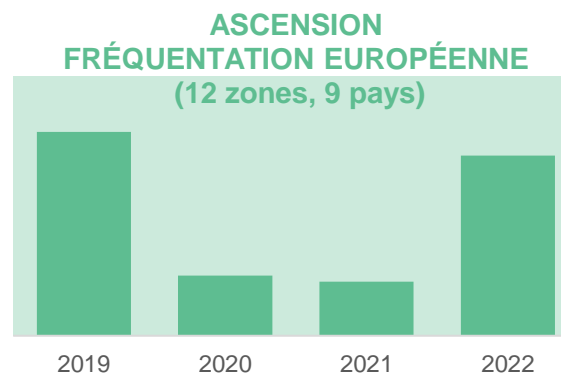
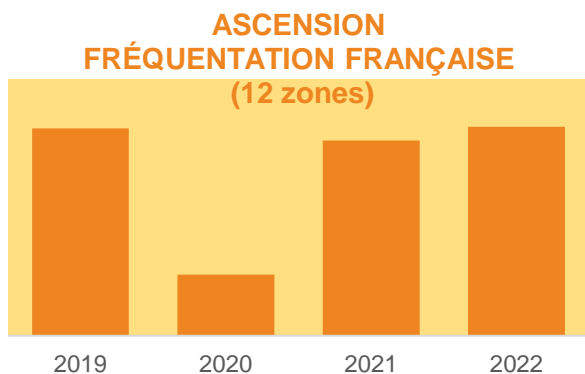
Le premier bilan du week-end de l'Ascension est positif, la fréquentation étant en progression au regard de celle de l'année 2021 mais également comparativement à celle d'avant-crise (2019).

La bonne présence de la clientèle française est unanimement constatée, motivée par un retour aux sources et la recherche de la liberté retrouvée.

La clientèle européenne de proximité est en nette progression au regard des années 2020 et 2021, mais reste en léger retrait au regard de 2019. Des disparités peuvent exister selon les espaces.

L'échantillon de zones analysé à partir de la téléphonie mobile (Flux Vision Tourisme - Orange - ADN Tourisme) confirme ces tendances :

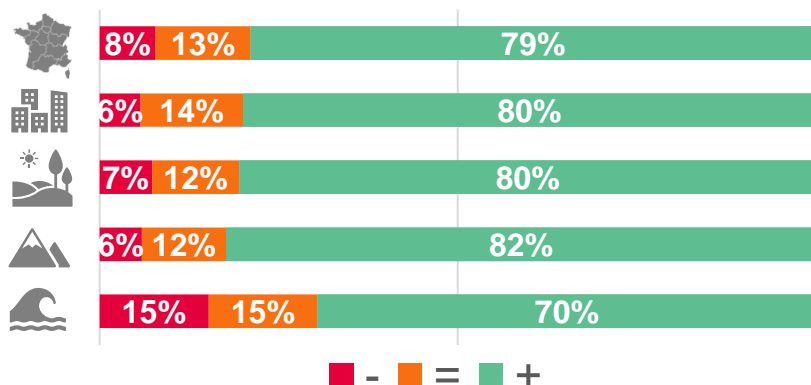
- la fréquentation **française** du week-end de l'Ascension 2022 apparaît stable voire **supérieure** à celle de 2019, dernière année de référence avec un bilan plus mitigé pour les espaces ruraux,
- La fréquentation **européenne**, globalement inférieure à celle de 2019, retrouve des couleurs et progresse fortement au regard des 2 dernières années.



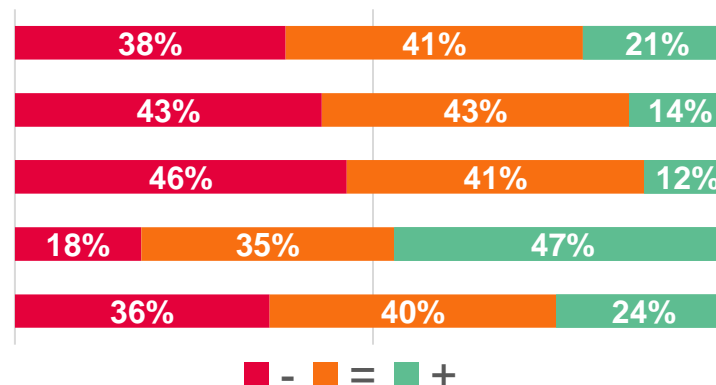


FOCUS WEEK-ENDS FÉRIÉS : PENTECÔTE (du 4 au 6 juin 2022)

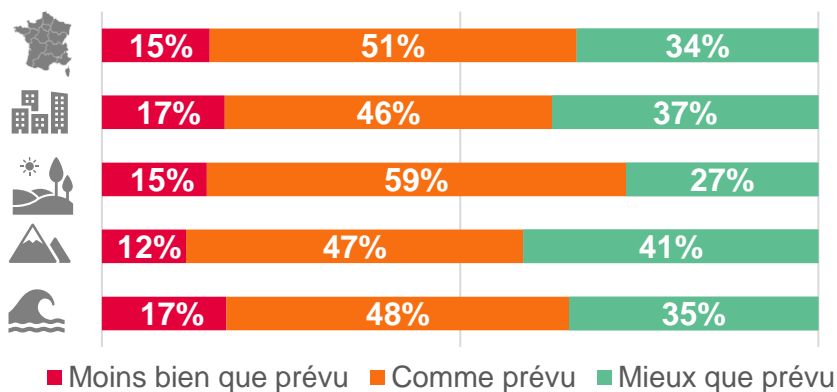
Fréquentation Pentecôte par rapport à 2021*



Par rapport à une année "classique"



Par rapport à vos attentes



*Clé de lecture : 82% des répondants des destinations « montagne » estiment que la fréquentation de Pentecôte 2022 est supérieure à celle de Pentecôte 2021.



FOCUS WEEK-ENDS FÉRIÉS : PENTECÔTE (du 4 au 6 juin 2022)

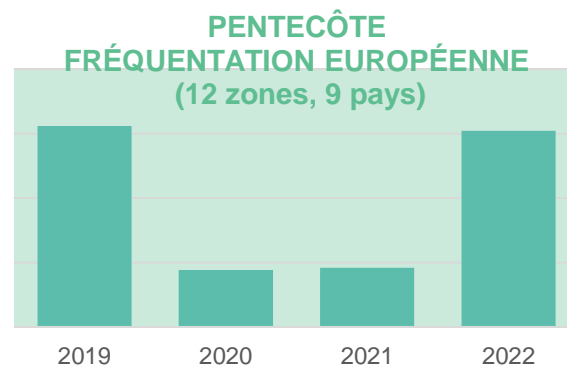
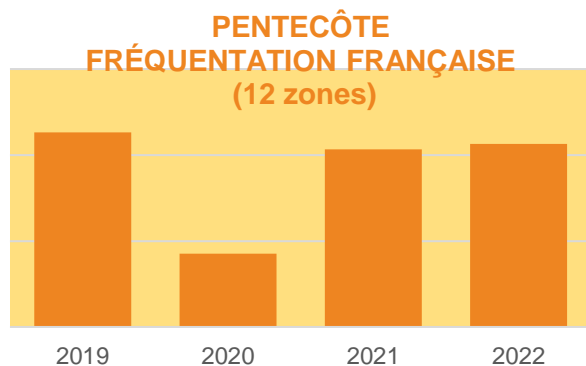
Concernant le week-end de Pentecôte le bilan apparaît plus partagé, la fréquentation étant très nuancée selon les espaces, la montagne apparaissant comme le secteur ayant le plus tiré son épingle du jeu.

La fréquentation française atteint globalement celle de l'année précédente, mais apparaît en léger retrait au regard de celle d'avant-crise.

La clientèle européenne de proximité est ici également en nette progression au regard des années 2020 et 2021, et très proche des niveaux de fréquentation de 2019. Des disparités peuvent exister selon les espaces.

L'échantillon de zones analysé à partir de la téléphonie mobile (Flux Vision Tourisme - Orange - ADN Tourisme) confirme ces tendances :

- la fréquentation **française** du week-end de Pentecôte 2022 est **très légèrement inférieure** à celle de 2019, dernière année de référence, mais **en relative stabilité** au regard de 2021,
- La fréquentation **européenne progresse fortement** au regard des fréquentations des 2 dernières années pour atteindre **un niveau similaire** à la fréquentation d'avant-crise.





Dispositif Tendances #8

ADN Tourisme

**remercie l'ensemble des répondants
pour leur précieuse contribution**

Traitements et analyses : Rodolphe BRENIER - ADN TOURISME
Juin 2022

Vacances d'été 2022 :

Ce qu'ont prévu les Français

“opinionway pour **A TOUT FRANCE** **ADN**
Agence de développement
Touristique de la France **Tourisme**

Baromètre des intentions de départ des Français pour l'été 2022

Juin 2022



ESOMAR²²
Corporate





Les objectifs





Les objectifs de l'enquête

- **Evaluer les intentions de départ** des Français et les **destinations plébiscitées**.
- **Identifier les modifications de comportement des Français** suite à la crise que nous venons de vivre mais aussi au regard du contexte économique actuel.
- L'enquête a été commanditée par **Atout France, ADN Tourisme** et les **13 Comités Régionaux du Tourisme métropolitains**





La méthodologie





La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **2004 personnes représentatif** de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1 à 2 points au plus pour un échantillon de 2000 répondants.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 10 au 20 juin 2022**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

Un historique des études menées en 2020 et 2021 est affichée dans ce rapport pour les questions comparables et symbolisé de cette façon : **2021** | **2020**
Ces enquêtes ont été coordonnées par ADN Tourisme et réalisé par le CRT Bretagne pour le compte d'ADN Tourisme et des 13 CRT métropolitains :
- En 2020 : 2 000 Français ont été interrogés en ligne du 8 au 17 juin
- En 2021 : 2000 Français ont été interrogés en ligne du 7 au 21 juin



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

**« Sondage OpinionWay pour Atout France et ADN Tourisme »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.**




Le profil de l'échantillon




“ Le profil de l'échantillon

Echantillon redressé sur des critères démographiques (sexe, âge, CSP, région, catégorie d'agglomération) pour être représentatif des Français de 18 ans et plus.

Source : INSEE



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%




Age	%
18 à 24 ans	11%
25 à 34 ans	16%
35 à 44 ans	17%
45 à 54 ans	18%
55 à 64 ans	16%
65 ans et plus	22%




Région	%
Ile-de-France	18%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%




Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	23%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Activité professionnelle	%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	11%
Professions intermédiaires	12%
Catégories populaires	30%
Employés	22%
Ouvriers	8%
Inactifs	43%
Retraités	25%
Autres inactifs	17%



Nombre de personnes dans le foyer	%
1	19%
2	40%
3	18%
4	15%
5 et plus	8%



Nombre d'enfants mineur	%
Aucun	59%
1	22%
2	13%
3	5%
4	1%
5 et plus	1%

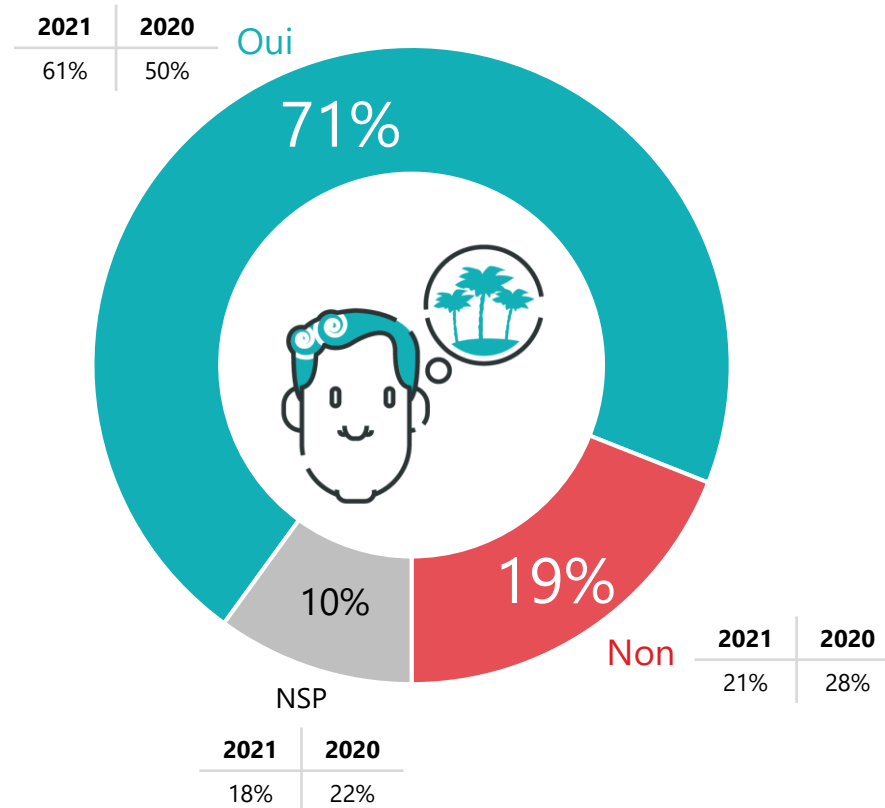


Les résultats





7 Français sur 10 ont l'intention de partir en vacances et/ou en week-end entre juin et septembre 2022, soit 10 pts de plus qu'en 2021



Q1. Aujourd'hui, pensez-vous partir en vacances et / ou week-end entre juin et septembre 2022 ?



Les raisons de ne pas partir en vacances cet été sont principalement liées à des contraintes financières, notamment avec le prix élevé du carburant



19%

	2021	2020
	27%	38%

Ne partent pas en vacances cet été

43% Parce que vous n'en avez pas les moyens financiers

30% Parce que le prix du carburant est trop élevé

23% Parce que vous n'en éprouvez pas le besoin, vous êtes bien chez vous ou vous ne savez pas si vous en aurez envie

19% Pour des raisons personnelles (contraintes médicales, contraintes familiales)

10% Parce que vous avez prévu de prendre des congés à une autre période de l'année



10%

	2021
	18%

Ne savent pas s'ils partent en vacances cet été

43% Parce que vous n'êtes pas sûr(e) d'en avoir les moyens financiers

40% Parce que le prix du carburant est trop élevé

21% Pour des raisons personnelles (contraintes médicales, contraintes familiales)

19% Parce que vous n'en éprouvez pas le besoin, vous êtes bien chez vous ou vous ne savez pas si vous en aurez envie

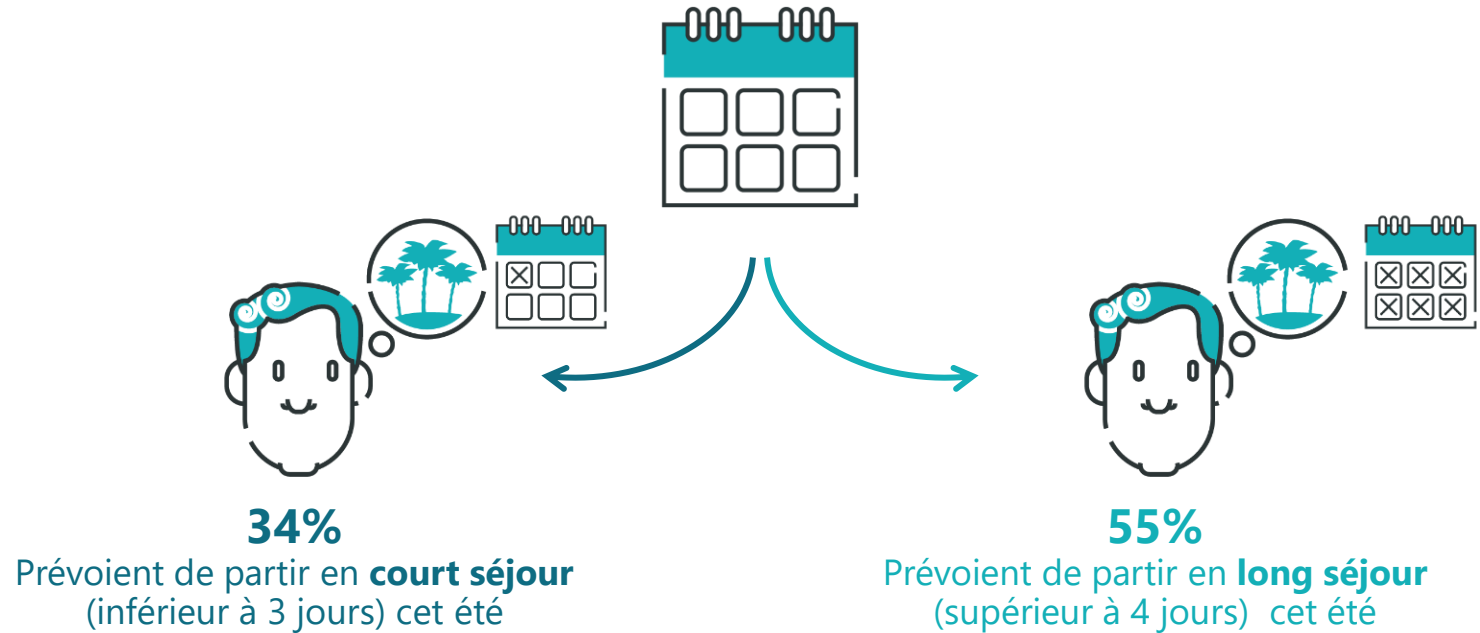
18% Parce que la situation sanitaire liée à l'épidémie de COVID-19 reste trop instable

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux qui ne prévoient pas / ne savent pas s'il vont partir en vacances cet été, soit 29% de l'échantillon

Q6. Pourquoi ?

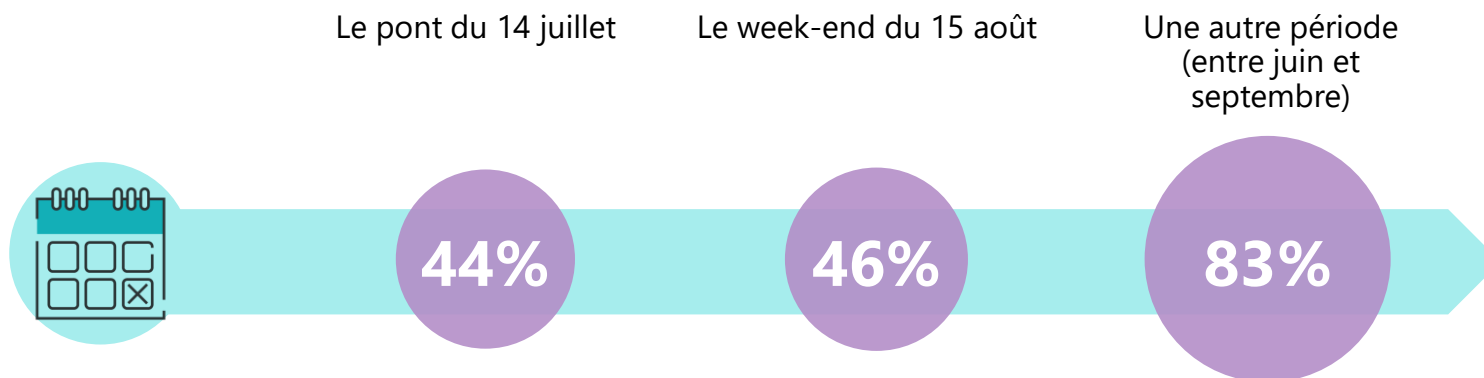
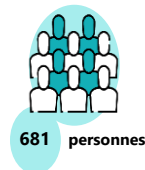


Les longs séjours sont prévus par un peu plus d'1 Français sur 2 cet été





2 Français sur 5 prévoient de partir, pour un court séjour, lors du pont du 14 juillet et pour le week-end du 15 août



Q5. Vous pensez partir en week-ends / courts séjours en hébergement marchand (hôtel, camping, location...) ou dans la famille, chez des amis entre juin et septembre 2022. Allez-vous partir pendant ...

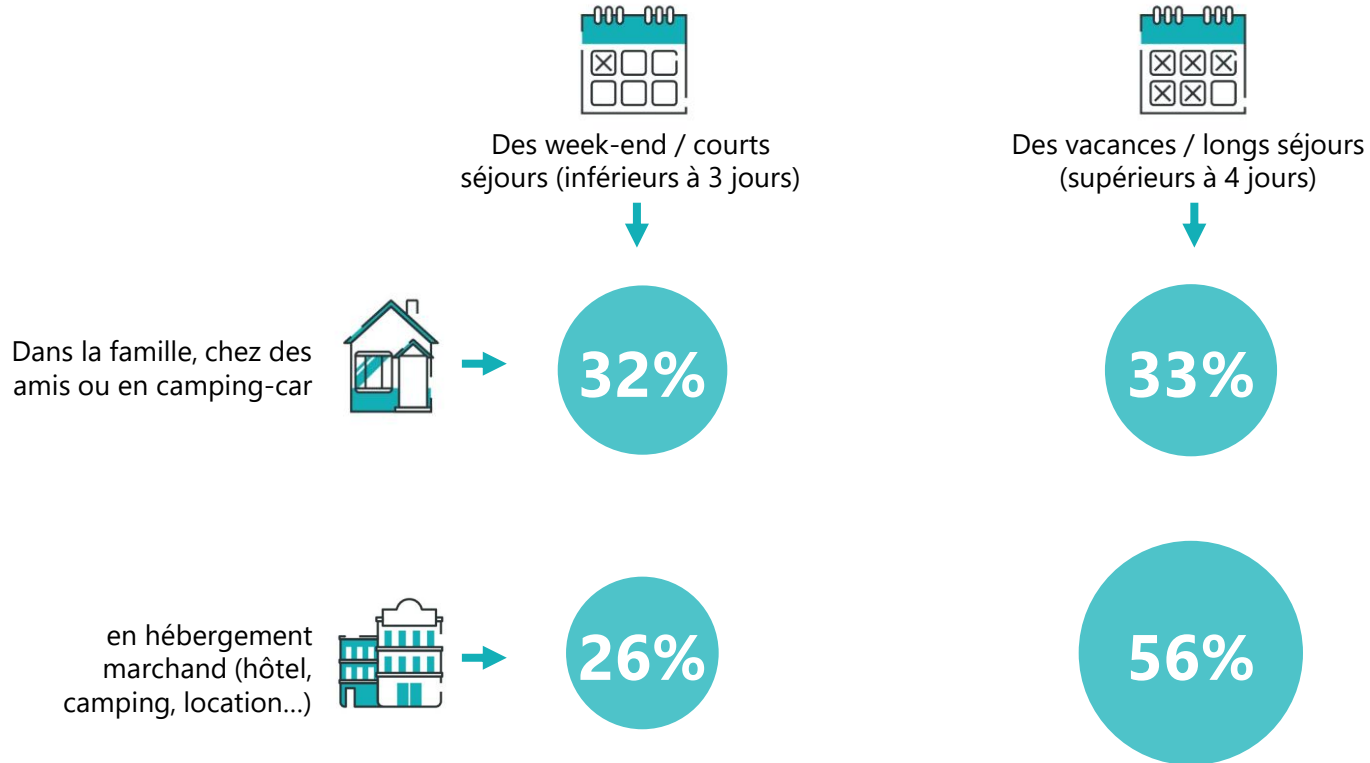
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en court séjour cet été, soit 34% de l'échantillon



Plus d'1 Français sur 2 (56%), qui partira en vacances cet été, optera pour un hébergement marchand



1403 personnes

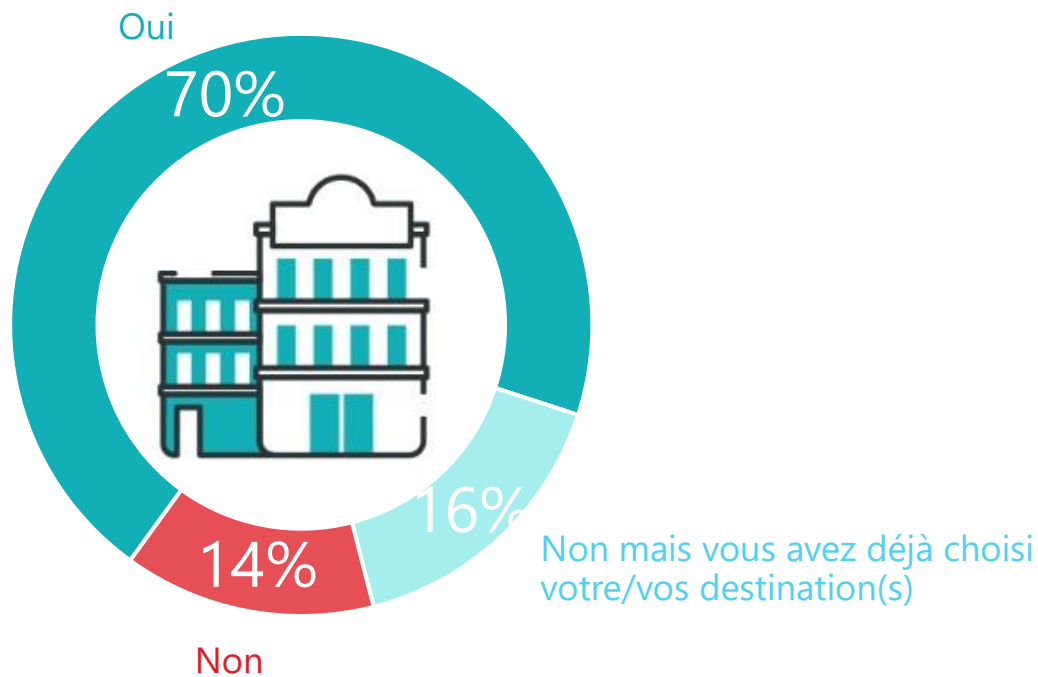


Q2. Quels types de séjours pensez-vous réaliser sur la période de juin à septembre 2022 ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



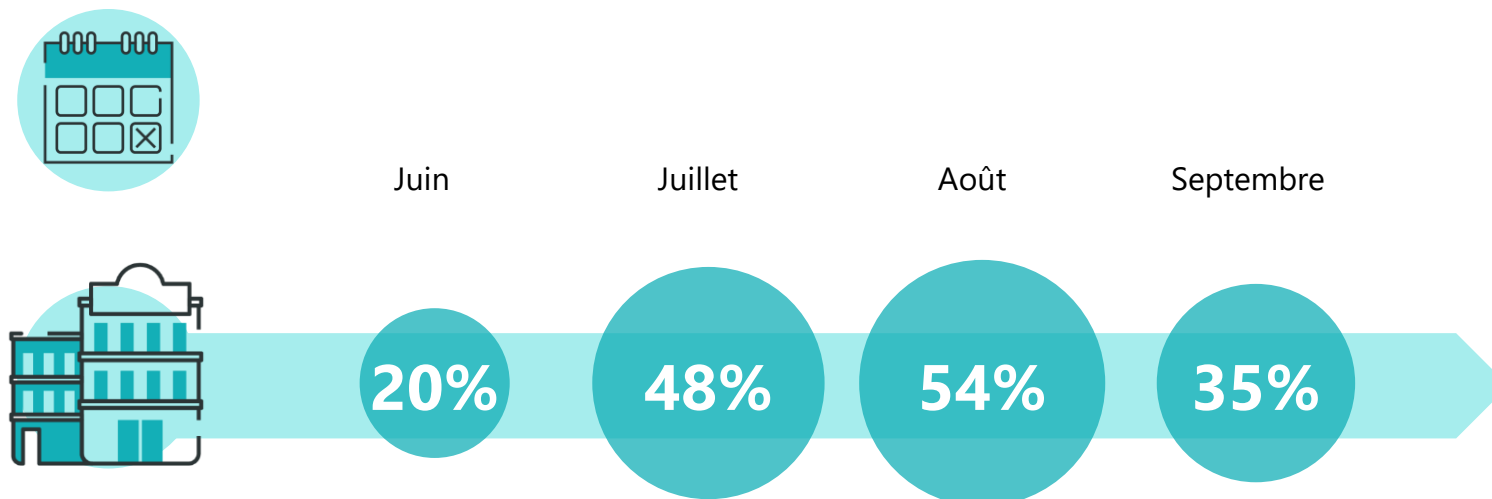
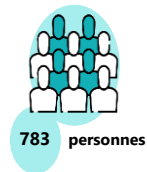
La grande majorité des Français (70%) qui partiront en hébergement marchand pour les vacances a déjà fait leur réservation...



Q3. Vous pensez partir en vacances en hébergement marchand (hôtel, camping, location...) entre juin et septembre 2022. Avez-vous réservé votre / vos séjour(s) ?
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances/long séjour en hébergement marchand, soit 39% de l'échantillon



... des séjours qui auront principalement lieu en juillet et en août



Q4. Plus précisément, à quelle(s) période(s) allez-vous partir pour ces vacances en hébergement marchand (hôtel, camping, location...)?
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en long séjour cet été en hébergement marchand, soit 39% de l'échantillon



Des vacances faites pour déconnecter de la vie quotidienne et découvrir d'autres paysages...



1403 personnes

TOP5 des motivations

55% Se reposer, se ressourcer



46% Prendre votre temps



43% Sortir de votre quotidien



42% Découvrir des paysages, l'environnement

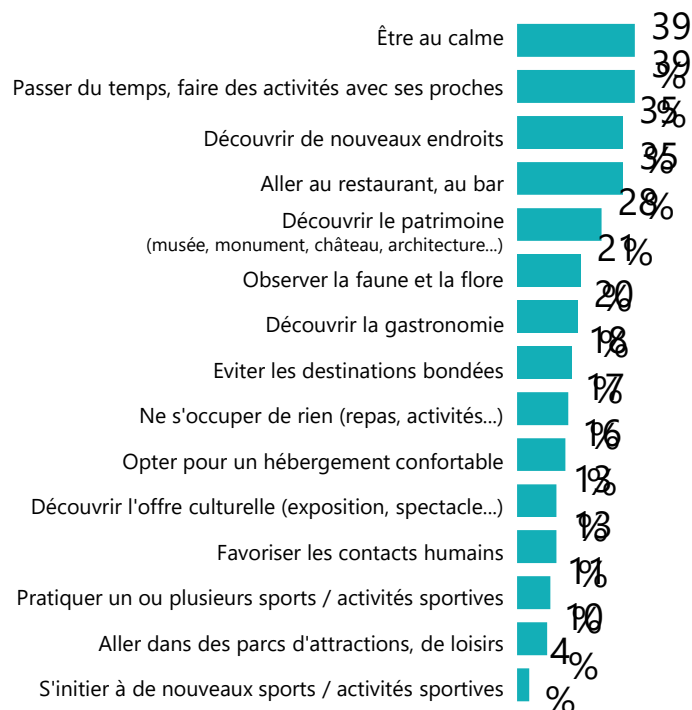


39% Se laisser vivre sans contrainte horaire



71% Partent en vacances cet été

Les autres motivations



Q15. Quelles sont vos principales motivations pour ce séjour ou week-end que vous nous décrivez ?

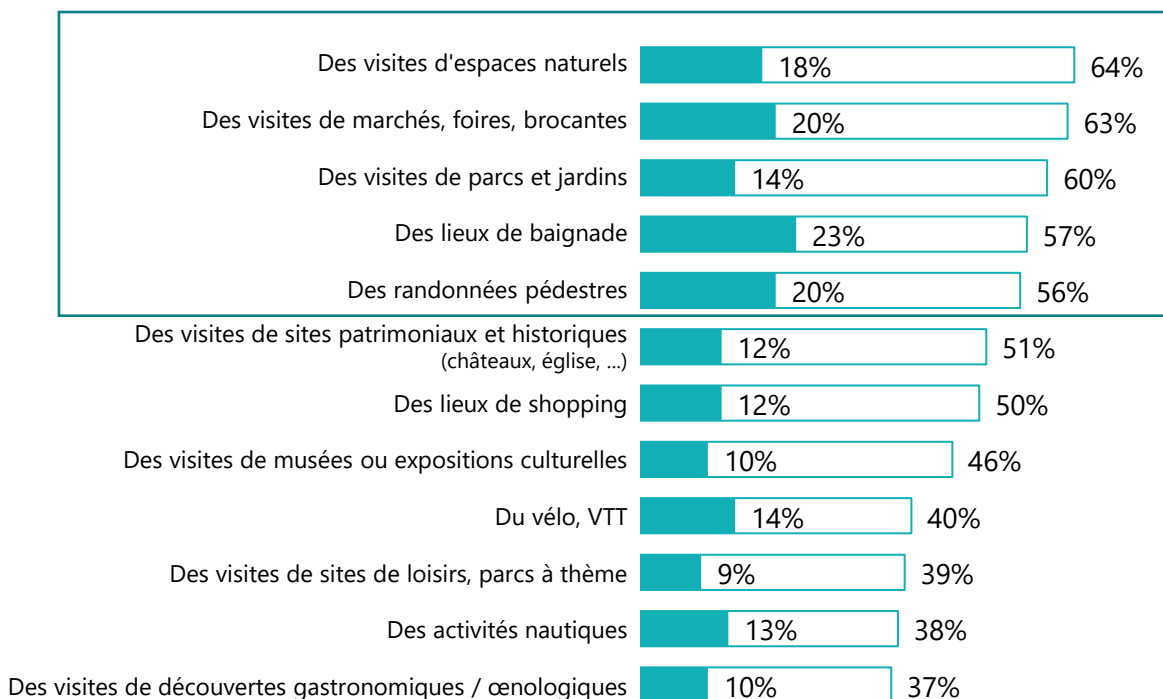
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



...mais aussi un été propice pour profiter de sa région de résidence, notamment d'espaces en plein air (espaces naturels, parcs, jardins, lieux de baignade, marchés/foires...)



● Souvent ○ Au moins de temps en temps



Q23. Au cours des mois de juin à septembre, réalisez-vous des excursions dans votre région de résidence ?

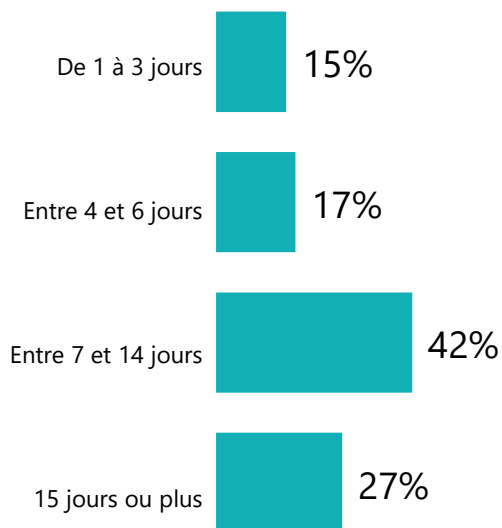


Focus sur le séjour principal de cet été

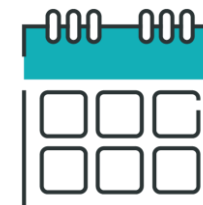




La durée moyenne du séjour principal de cet été sera de 11 jours, avec 2 Français sur 5 qui partiront entre 7 et 14 jours



Plus de 3 jours :
85%



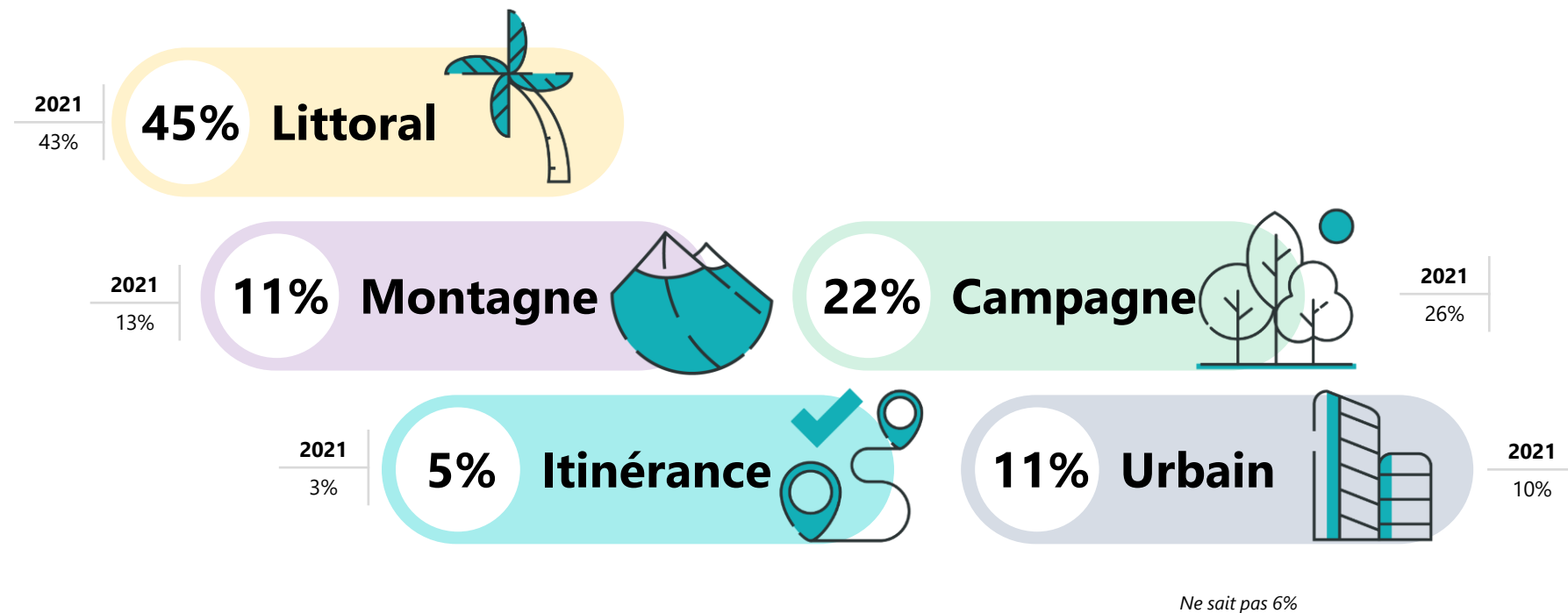
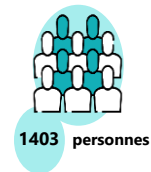
11 jours
La durée du séjour
en moyenne

Q10. Quelle sera la durée de ce séjour ?

Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



Le littoral reste de loin la destination préférée des Français pour l'été



Q11. Quel type d'espace allez-vous privilégier ?

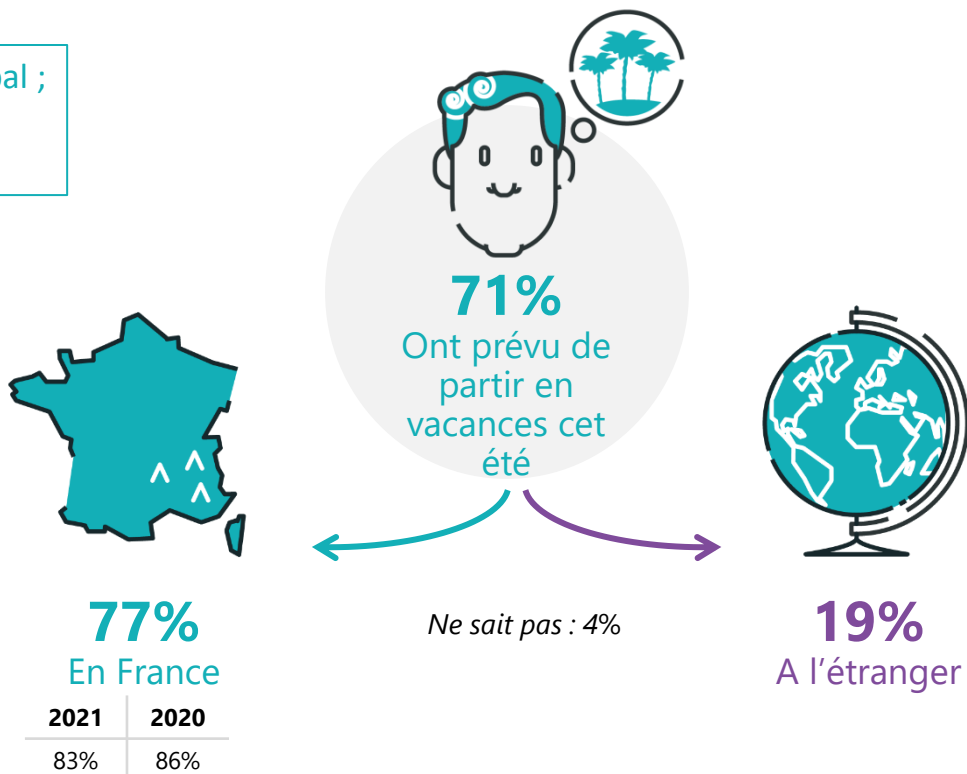
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



Ils continuent de plébisciter la France pour leurs vacances d'été, mais une tendance en baisse de 6 pts par rapport à 2021



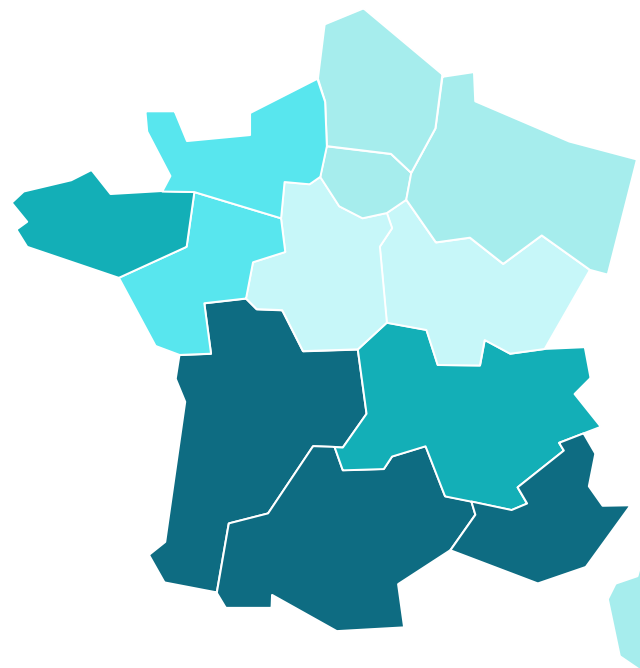
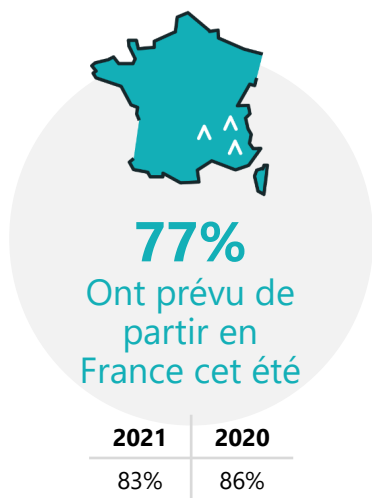
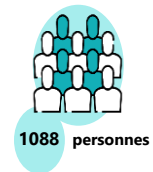
pour le séjour principal ;
le plus long ;
le plus lointain



Q7. Où partirez-vous entre juin et septembre pour « vos vacances principales en hébergement marchand » ; « vos week-ends / courts séjours en hébergement marchand » ; « vos vacances chez de la famille, des amis » ; « vos week-ends / courts / séjours chez de la famille des amis » ?
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



L'Occitanie, la Nouvelle Aquitaine et la région Sud PACA sont les destinations qui vont attirer le plus de Français cet été



Intentions de séjour

+

Q8. Et plus précisément ?

Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances en France, soit 54% de l'échantillon



Pour les destinations étrangères, l'Espagne sera la plus visitée par les Français cet été

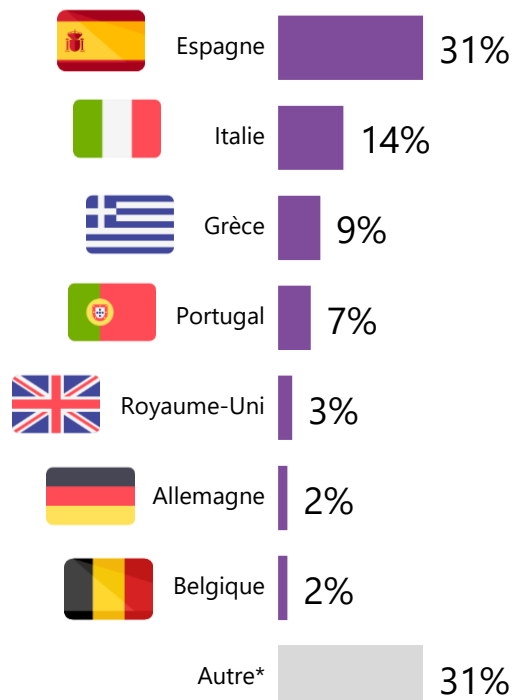


257 personnes



19%

Ont prévu de partir à l'étranger cet été



Maroc (4%), Canada (3%), Tunisie (3%); USA (2%), sont les destinations les plus citées

Q9. Et plus précisément ?

Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances à l'étranger, soit 13% de l'échantillon



1/4 des Français qui partiront en France cet été ont opté pour un hébergement en location. L'hébergement chez des proches est le 2nd type de logement prévu



1088 personnes

Location (gîte, meublé, location de particulier à particulier)

26%



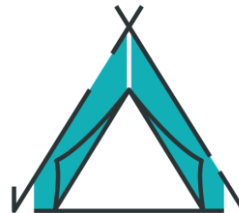
Famille, amis

22%



Camping

18%



Hôtel

16%



Hébergement collectif (résidence de tourisme, village vacances, auberge de jeunesse)

7%

Résidence secondaire

6%

Chambre d'hôtes

3%

Camping-car/Van

2%

Autre hébergement 1%

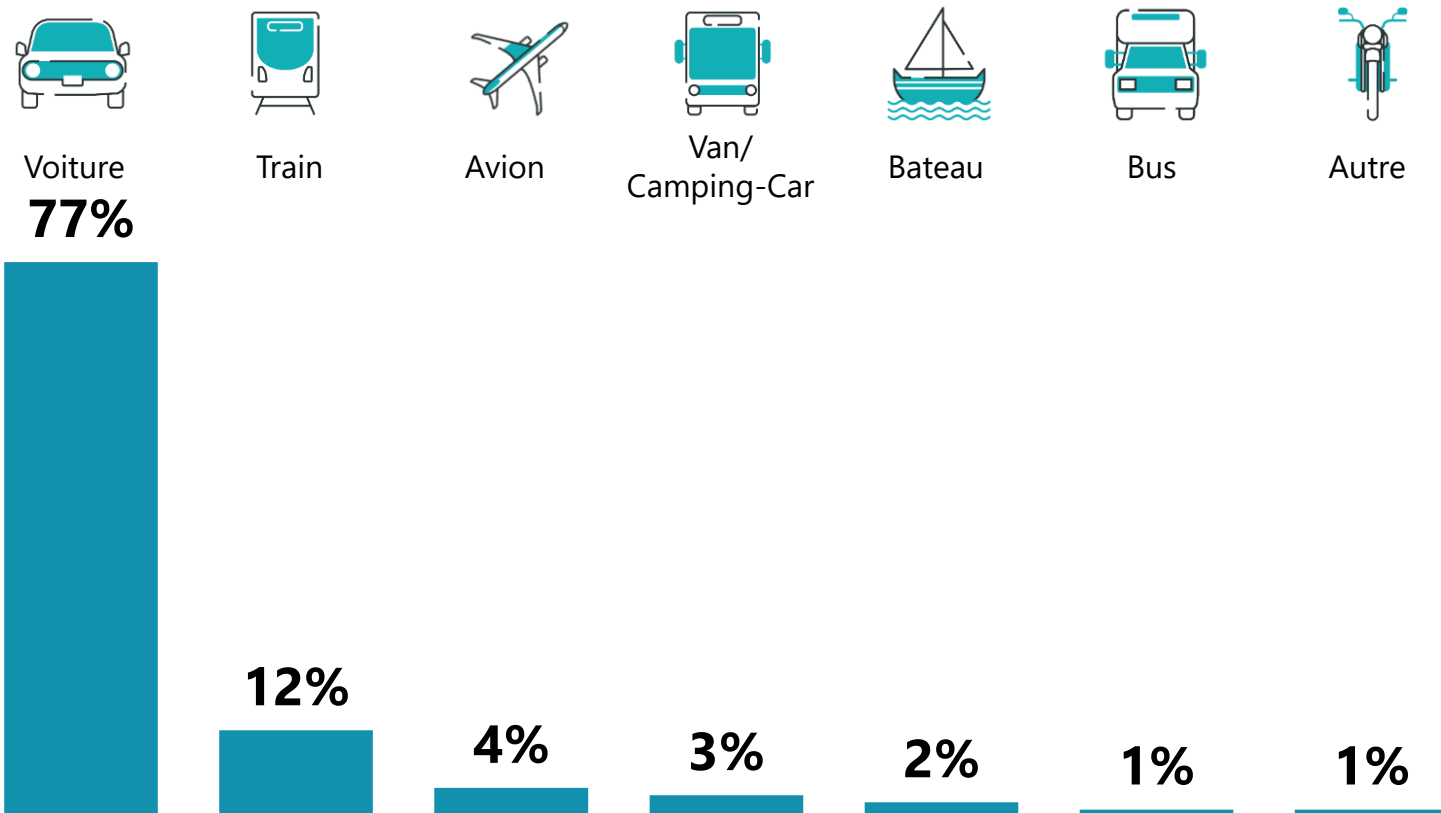
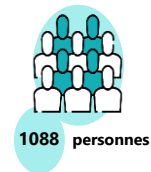
69% séjourneront dans un hébergement payant

Q12. Dans quel mode d'hébergement séjournerez-vous ?

Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été EN FRANCE, soit 54% de l'échantillon



La voiture est de loin le mode de transport privilégié pour se rendre à destination pour les séjours en FRANCE

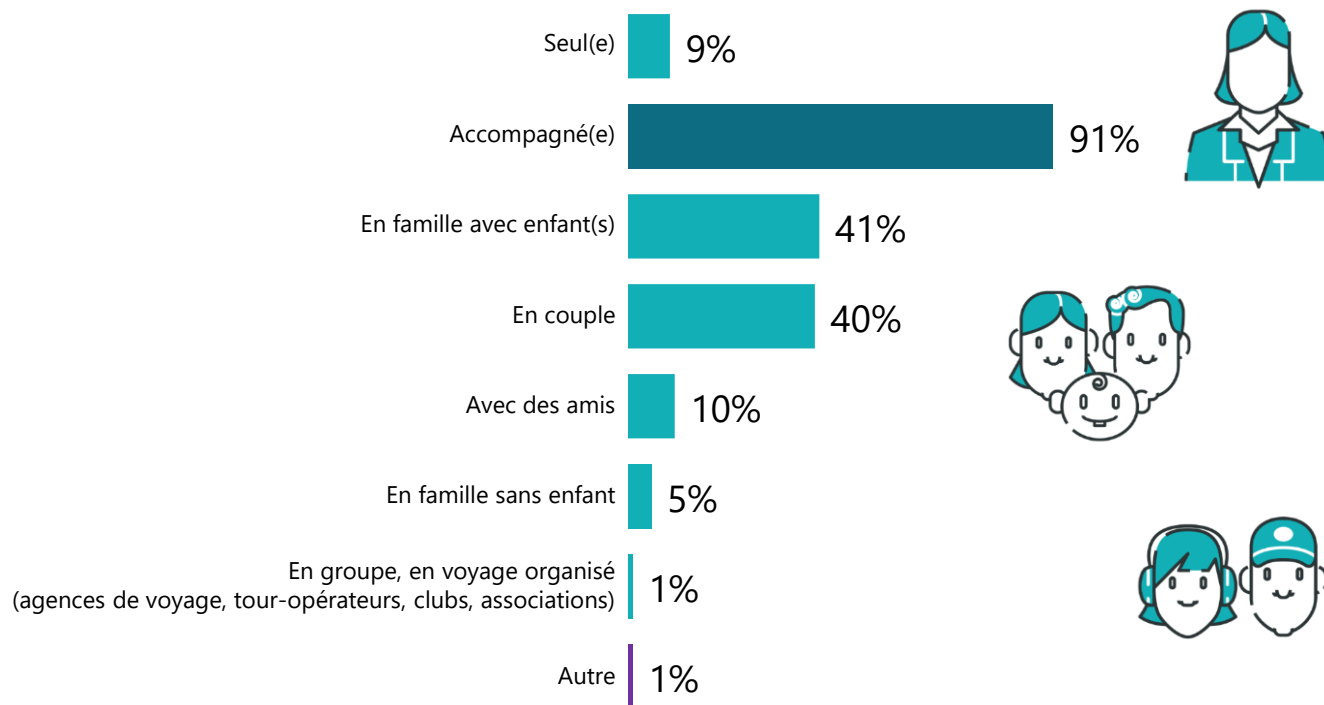


Q13. Quel mode de transport allez-vous privilégier ?

Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été EN FRANCE, soit 54% de l'échantillon



9 Français sur 10 partiront accompagnés, principalement de leur conjoint(e) ou de leur famille (avec leurs enfants)



Q14. Avec qui pensez-vous partir ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 70% de l'échantillon



Les changements de comportement des Français





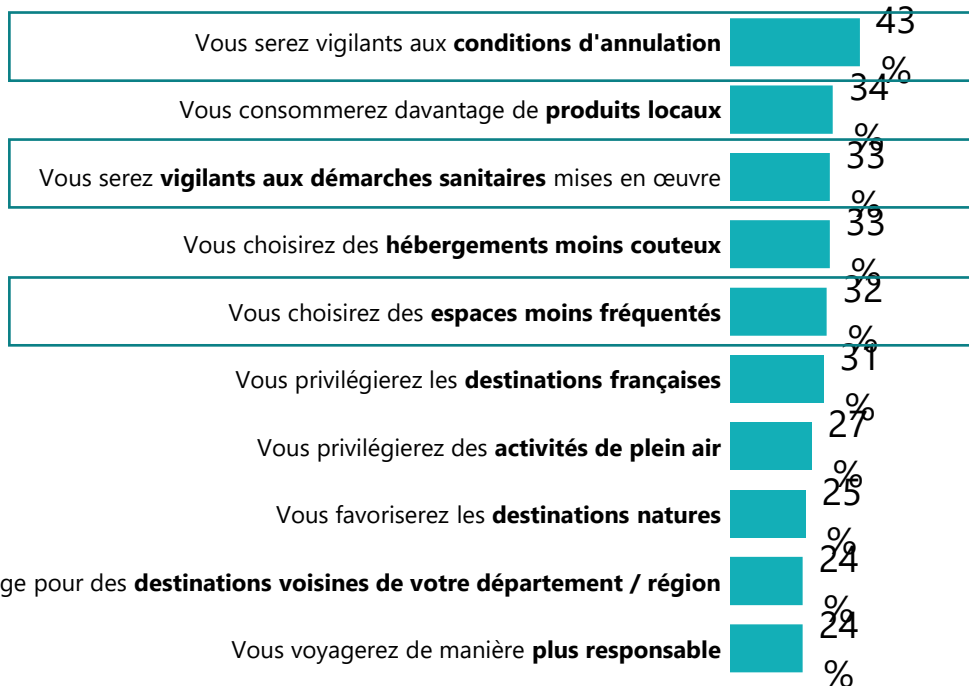
Les comportements des Français dans le cadre de leurs futures vacances sont encore marqués par la crise sanitaire



1403 personnes

TOP10 des comportements

% Plus qu'auparavant



Éléments liés à la crise sanitaire

Q16. Diriez-vous que désormais pour vos vacances...

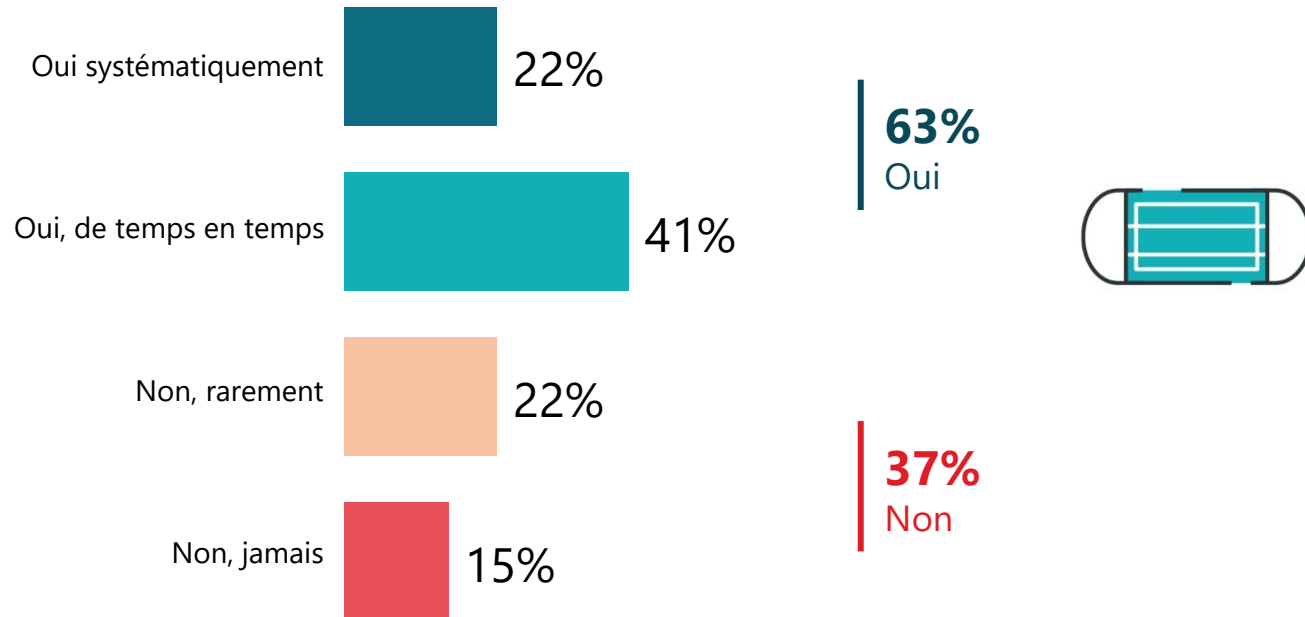
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



D'ailleurs, 3 Français sur 5 déclarent encore se protéger lors de leurs sorties dont 1 sur 5 de manière systématique



2004



Q24. Vous protégez-vous (masque, gel, distanciation ...) lors de vos sorties ?



Pour près d'1/4 des Français qui partiront cet été, le budget dédié aux vacances 2022 sera inférieur à celui des années précédentes



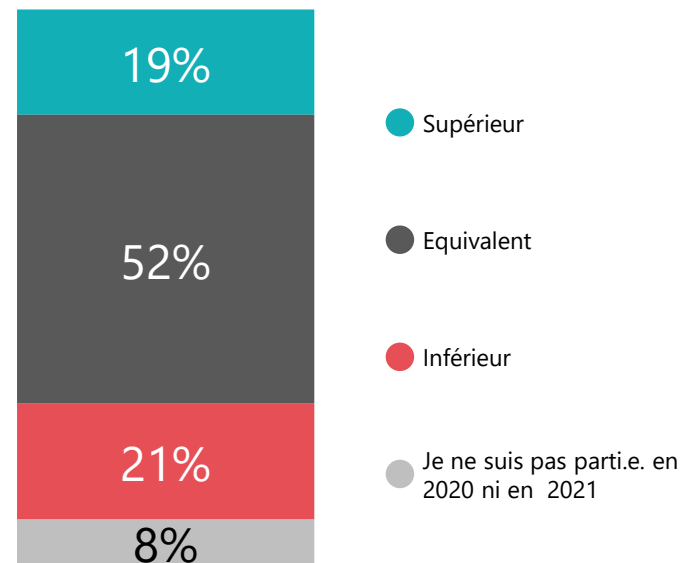
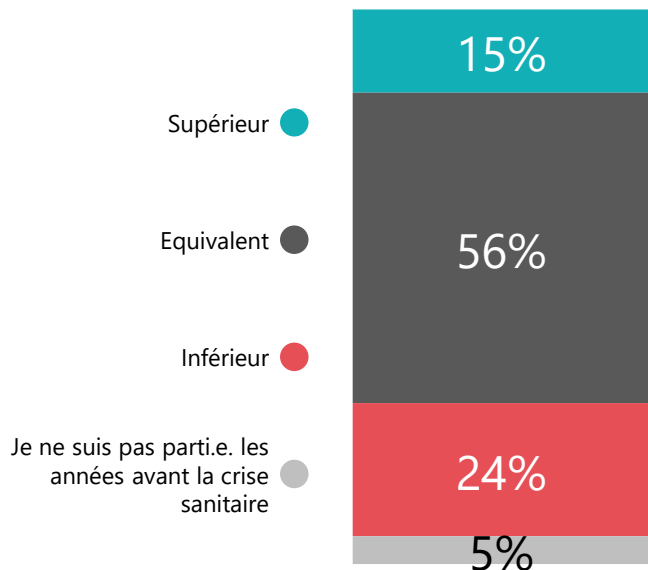
1403 personnes

Le budget 2022 comparativement...



...à l'avant crise (avant 2020)

...aux années crise (2021 et 2020)



Q17. Par rapport aux années avant la crise sanitaire (< 2020), votre budget vacances 2022 sera-t-il :

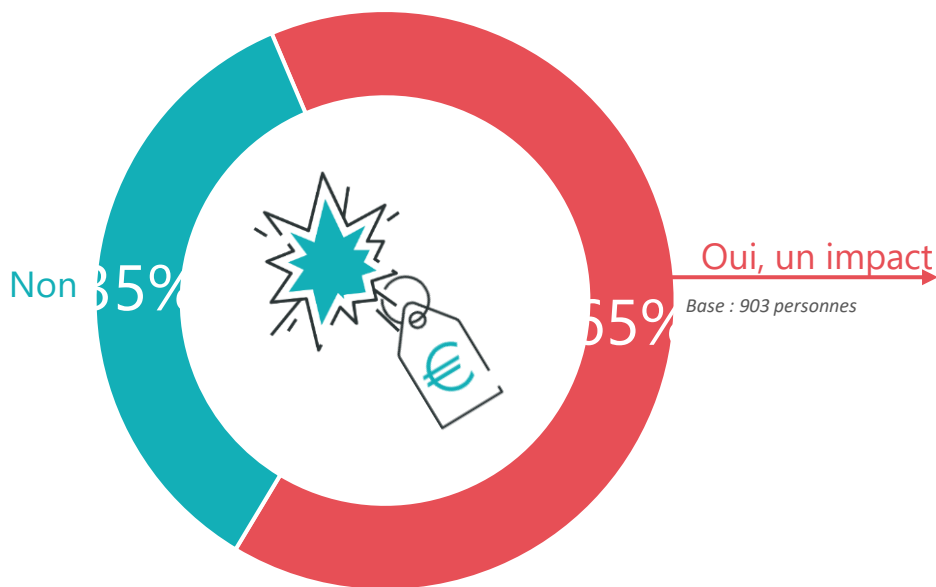
Q18. Par rapport aux années 2020 et 2021, votre budget vacances 2022 sera-t-il :
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



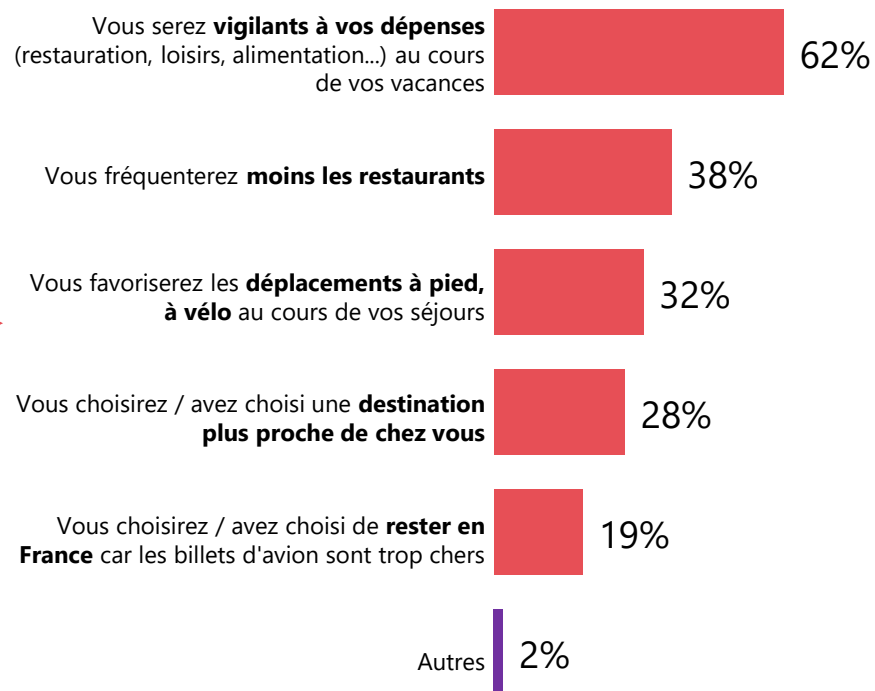
L'inflation et l'évolution des prix du carburant auront un impact fort sur les vacances 2022 des Français qui seront plus vigilants à leurs dépenses



1403 personnes



Fin mars, ils étaient 68% à signaler que leur budget serait réduit compte tenu de l'inflation.



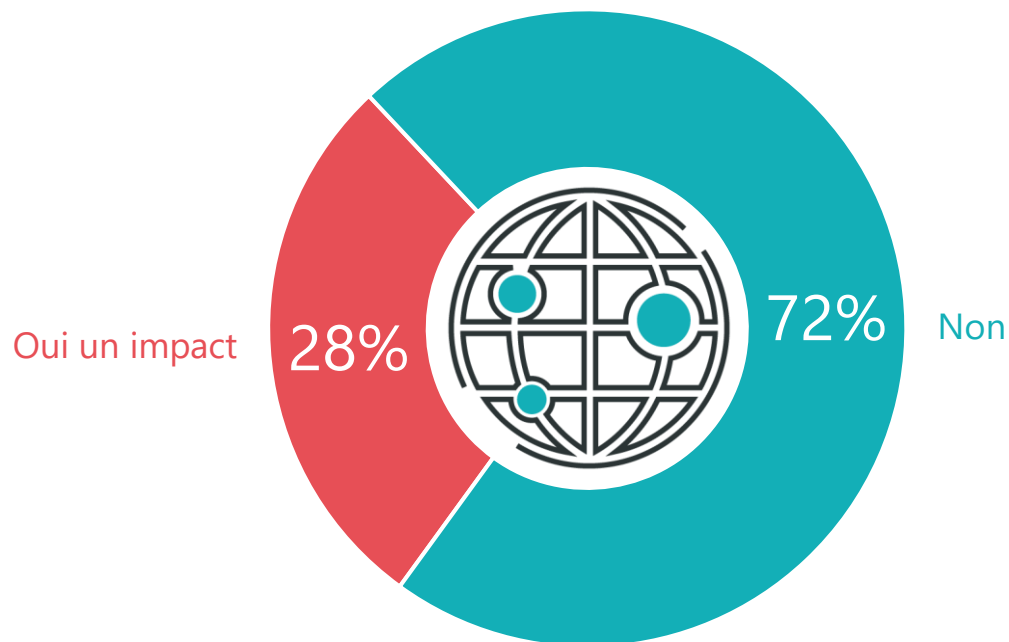
Q19. L'inflation et l'évolution des prix du carburants auront-ils des impacts sur vos vacances ?
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon

Q20. Si oui, que ferez-vous ?
Question posée uniquement à ceux dont l'inflation impacte les vacances, soit 45% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100% - Question posée uniquement à ceux dont l'inflation impacte les vacances, soit 45% de l'échantillon



Par contre, l'impact du contexte géopolitique sur les vacances sera moins important



Q21. Le contexte géopolitique a-t-il des impacts sur vos vacances (en dehors de ses conséquences sur les prix) ?
Question posée uniquement à ceux qui prévoient de partir en vacances cet été, soit 71% de l'échantillon



En synthèse

➤ Après la crise sanitaire, les Français repartent en vacances cet été

- Aujourd'hui, **7 Français sur 10 ont l'intention de partir** entre juin et septembre 2022 (+ 10 pts vs 2021 et + 21 pts vs 2020).
- Même si **la France reste LA destination phare**, cette tendance recule par rapport aux années précédentes (-6 pts vs 2021 et -9 pts vs 2020) avec un **regain des séjours à l'étranger**, notamment **vers l'Espagne**.
- **69% opteront pour un hébergement marchand** pour leur séjour en France, qui sera d'une durée moyenne de **11 jours**, et pour 70% d'entre eux la réservation est déjà effectuée.

➤ ... mais ils seront plus contraints financièrement

- Tout d'abord, pour les 19% des Français qui ne partiront pas cet été, **la raison financière est la plus évoquée, juste devant le prix du carburant** (le constat est le même auprès des indécis).
- Le prix du carburant aura un impact aussi auprès des Français qui partiront cet été, notamment avec leur voiture (77%). **Ils feront plus attention à leurs dépenses et fréquenteront moins les restaurants.**
- Et pour près d'1/4 des Français qui partiront cet été, **le budget vacances sera globalement inférieur** aux années précédentes (2019, 2020 et 2021).

➤ Une crise sanitaire qui n'est pas encore complètement derrière les Français

- **3 Français sur 5 déclarent encore se protéger** (masque, gel, distanciation...) lors de leurs sorties dont 1 sur 5 de manière systématique.
- Ils privilégient encore les espaces moins fréquentés et ils sont vigilants sur les conditions d'annulation.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

“opinionway

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Rodolphe BRENIER

Chargé d'études



01 44 11 10 28

rodolphe.brenier@adn-tourisme.fr

www.adn-tourisme.fr – www.adn-tourisme.pro

15 avenue Carnot 75017 Paris



François Desbos

Responsable du pôle d'analyses conjoncturelles et territoriales

Direction de l'Ingénierie et du Développement des Territoires

Tél : 01 42 96 74 42

francois.desbos@atout-france.fr

200/216 Rue Raymond Losserand
CS 60043 - 75680 Paris Cedex 14
atout-france.fr – France.fr

Séverine Tabard

Directrice conseil
BU marketing des Services / Mobilités / Transport

“opinionway

stabard@opinion-way.com