

Baromètre vacances des Européens, des Américains et des Asiatiques

ÉTUDE IPSOS/EUROPASSISTANCE
20^{ÈME} ÉDITION



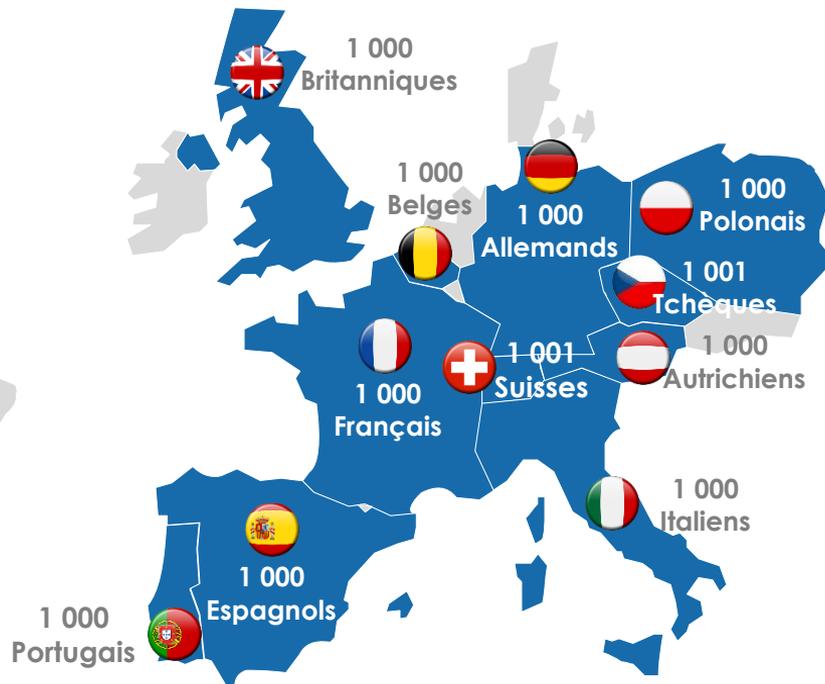
PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

14 PAYS
14 002 ENTRETIENS

Amérique

Europe

Asie



MÉTHODOLOGIE



Échantillons

L'étude a été menée auprès d'un échantillon représentatif de la population de chaque pays composé de personnes âgées de 18 ans et plus et constitué à l'aide de la méthode des quotas (sexe, âge, profession) après stratification par région et par catégorie d'agglomération.



Calendrier

Le terrain a été réalisé entre le 5 et le 20 mai 2021.



Méthode de recueil des données

Enquête en ligne dans les 14 pays

SOMMAIRE

IMPACT DE LA
COVID-19 SUR LA
SITUATION
PERSONNELLE

P5



RETOUR SUR LES
VACANCES D'ÉTÉ 2020

P10

ÉTAT D'ESPRIT
CONCERNANT LE
PROCHAIN VOYAGE

P15



PROJETS DE VACANCES
D'ÉTÉ 2021

P29

DESTINATIONS
FAVORITES

P44



ORGANISATION DES
VACANCES D'ÉTÉ 2021

P54

NOUVELLES PRATIQUES
DE VOYAGE

P69



ANNEXES

P79



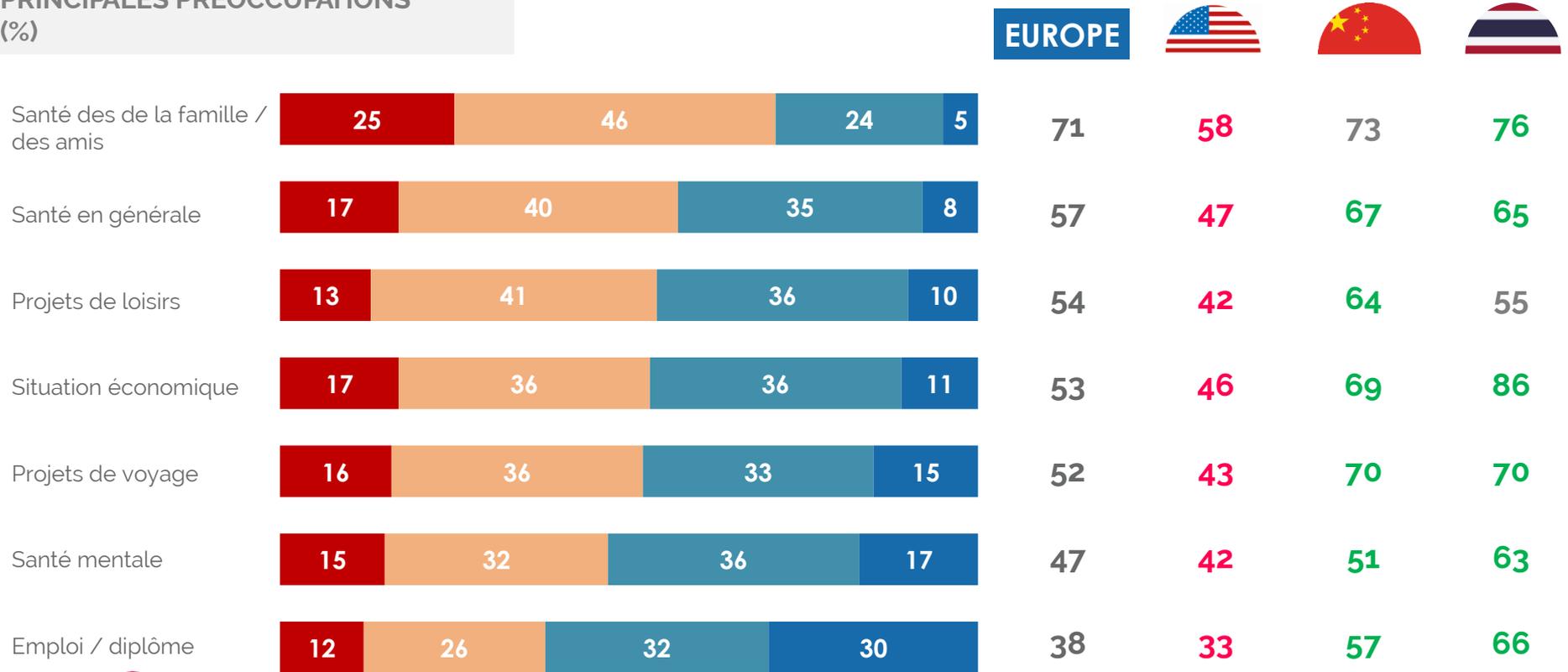
1.

IMPACT DE LA COVID-19 SUR LA SITUATION PERSONNELLE

- > Principales préoccupations
- > Activités manquées en raison de la COVID

LES AMÉRICAINS, LES EUROPÉENS ET LES CHINOIS SONT PRINCIPALEMENT PRÉOCCUPÉS PAR LA SANTÉ, TANDIS QUE LES THAÏLANDAIS SE SOUCIENT DAVANTAGE DE LEUR SITUATION ÉCONOMIQUE

PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS (%)



Concernant la Covid-19, êtes-vous préoccupé(e) par les éléments suivants ?

Très préoccupé(e) Assez préoccupé(e) Pas vraiment préoccupé(e) Pas du tout préoccupé(e)

GAME CHANGERS



LE DEGRÉ DE PREOCCUPATION VARIE GRANDEMENT ENTRE LES PAYS EUROPÉENS : LES ITALIENS, POLONAIS, PORTUGUAIS ET ESPAGNOLS SONT GLOBALEMENT LES PLUS INQUIETS

PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS

(%)

											
Santé des de la famille / des amis	50	70	60	73	58	75	75	88	91	55	68
Santé en générale	35	53	46	55	47	62	65	75	82	36	50
Projets de loisirs	39	54	41	60	51	58	54	59	52	48	54
Situation économique	38	46	43	56	39	59	61	75	71	42	46
Projets de voyage	43	54	51	54	48	59	53	55	49	55	52
Santé mentale	34	48	36	44	40	50	51	64	65	35	45
Emploi / diplôme	25	29	29	34	26	49	39	57	61	33	32

7

LES EUROPÉENS AYANT ÉTÉ SOUMIS À PLUS DE RESTRICTIONS QUE LES AMÉRICAINS ET LES ASIATIQUES, DIVERSES ACTIVITÉS LEUR MANQUENT PLUS INTENSÉMENT, EN PARTICULIER VOIR LEURS PROCHES ET SE DÉPLACER LIBREMENT

ACTIVITÉS QUI ONT BEAUCOUP MANQUÉ EN RAISON DE LA COVID (%)

	EUROPE			
Voir vos proches sans restrictions	58	32	29	33
Vous déplacer quand et où vous le souhaitez	52	20	32	42
Aller au restaurant	40	28	21	28
Voyager dans votre pays	39	27	28	32
Voyager à l'étranger	36	23	20	22
Aller au cinéma/théâtre/musée/concert	35	25	22	29
Aller dans des centres sportifs : piscine, gymnase, club de remise en forme...	27	20	18	22
Aller dans des bars/boîtes de nuit	20	15	10	18
Aller dans des centres commerciaux	20	16	22	28

PARMI LES EUROPÉENS, LES ITALIENS SONT CEUX QUI REGRETTENT LE PLUS LES ACTIVITÉS, SUIVIS PAR LES POLONAIS, LES FRANÇAIS ET LES AUTRICHIENS. AU CONTRAIRE, LES BRITANNIQUES ET LES TCHÈQUES SEMBLENT MOINS AFFECTÉS PAR LES RESTRICTIONS

ACTIVITÉS QUI ONT BEAUCOUP MANQUÉ EN RAISON DE LA COVID (%)

											
Voir vos proches sans restrictions	49	55	40	64	51	67	54	58	63	46	53
Vous déplacer quand et où vous le souhaitez	44	41	38	60	47	77	58	54	51	42	33
Aller au restaurant	47	37	28	45	48	49	35	36	26	45	35
Voyager dans votre pays	29	14	27	36	35	66	42	39	44	19	25
Voyager à l'étranger	41	39	30	30	36	43	33	33	30	49	39
Cinéma/théâtre/musée/concert	33	24	28	34	28	52	41	36	32	30	29
Aller dans des centres sportifs	33	20	30	25	32	34	35	26	18	28	18
Bars/boîtes de nuit	18	18	20	18	15	31	29	20	18	20	17
Centres commerciaux	19	12	14	20	22	28	25	19	15	13	14

Pour chacune des activités suivantes, diriez-vous qu'elle vous manque beaucoup, un peu, pas du tout (ou que vous n'êtes pas concerné(e)) ?

GAME CHANGERS

Ipsos

2.

RETOUR SUR LES VACANCES D'ÉTÉ 2020

- > Voyages réalisés
- > Destinations
- > Raisons de ne pas voyager

L'ÉTÉ DERNIER, MOINS DE LA MOITIÉ DES EUROPÉENS ET DES THAÏLANDAIS ONT VOYAGÉ DURANT L'ÉTÉ. SEULS 3 AMÉRICAINS SUR 10 SONT PARTIS EN VACANCES

VACANCES D'ÉTÉ EN 2020

EUROPE

41 %

ÉTATS-UNIS

29 %

CHINE

39 %

THAÏLANDE

44 %

EN EUROPE, LA SITUATION VARIE BEAUCOUP D'UN PAYS À L'AUTRE : LES FRANÇAIS, LES ITALIENS ET LES SUISSES SONT CEUX QUI SONT PARTIS LE PLUS EN VACANCES

VACANCES D'ÉTÉ EN 2020

AUTRICHE

41 %

BELGIQUE

35 %

RÉP.TCHÈQUE

45 %

FRANCE

51 %

ALLEMAGNE

36 %

ITALIE

50 %

POLOGNE

43 %

PORTUGAL

43 %

ESPAGNE

36 %

SUISSE

49 %

ROYAUME-UNI

29 %

L'ÉTÉ DERNIER, LES VACANCIERS ONT PRINCIPALEMENT VOYAGÉ DANS LEUR PROPRE PAYS

DESTINATIONS ESTIVALES EN 2020
(%)

EUROPE



...dans leur **PROPRE PAYS/ÉTAT**

79 %

63 %

97 %

93 %

...à l'étranger, **DANS LES PAYS / ÉTATS FRONTALIERS**

25 %

50 %

6 %

12 %

...à l'étranger, **PARTOUT AILLEURS DANS LE MONDE**

4 %

8 %

3 %

1 %

IL EN VA DE MÊME POUR LES VACANCIERS EUROPÉENS, À L'EXCEPTION DES BELGES ET DES SUISSES, QUI ONT PRINCIPALEMENT VOYAGÉ AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE

DESTINATIONS ESTIVALES EN 2020 (%)



	AUT	BEL	FRA	GER	ITA	POL	POR	ESP	SUI	GBR	
...dans leur PROPRE PAYS	55	36	69	89	60	94	82	81	89	42	75
...à l'étranger, EN UE	46	72	39	12	46	9	23	26	14	64	30
...à l'étranger, PARTOUT AILLEURS DANS LE MONDE	7	4	2	3	5	2	5	5	2	6	4

3.

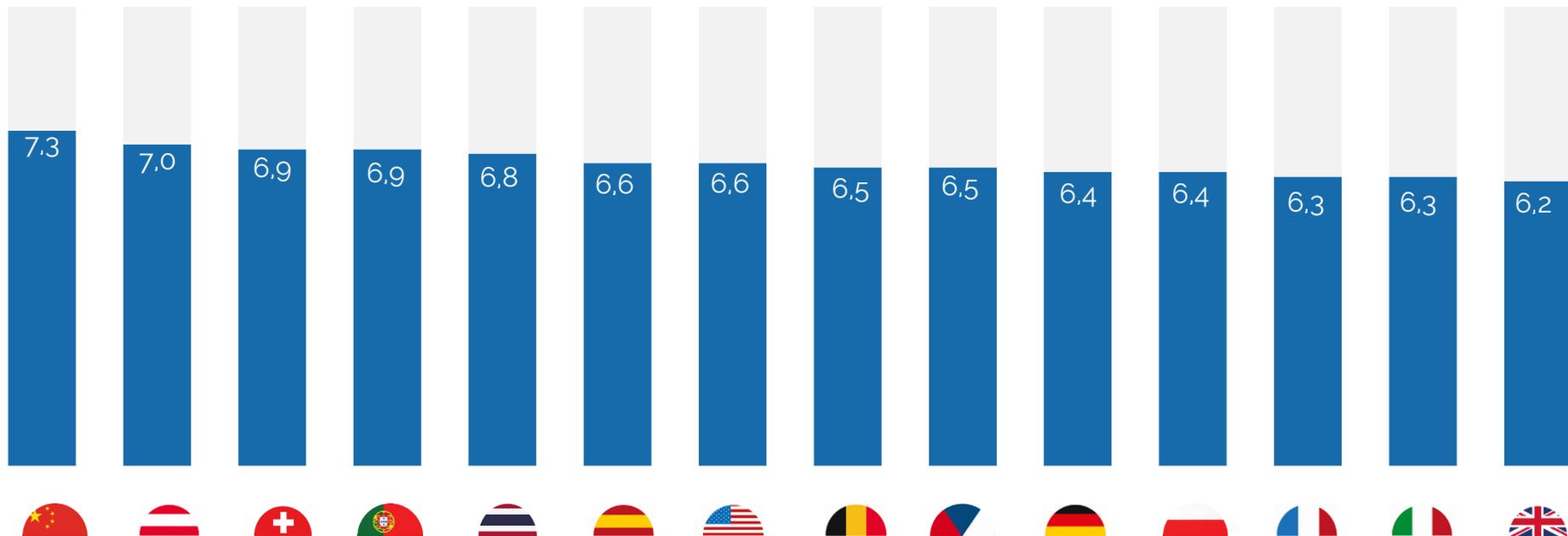
ÉTAT D'ESPRIT CONCERNANT LE PROCHAIN VOYAGE



- > Enthousiasme ou anxiété ?
- > Principales préoccupations et conditions à remplir
- > Partir ou ne pas partir
- > Intention de se faire vacciner
- > Opinion sur la certificat de vaccination / le passeport santé numérique

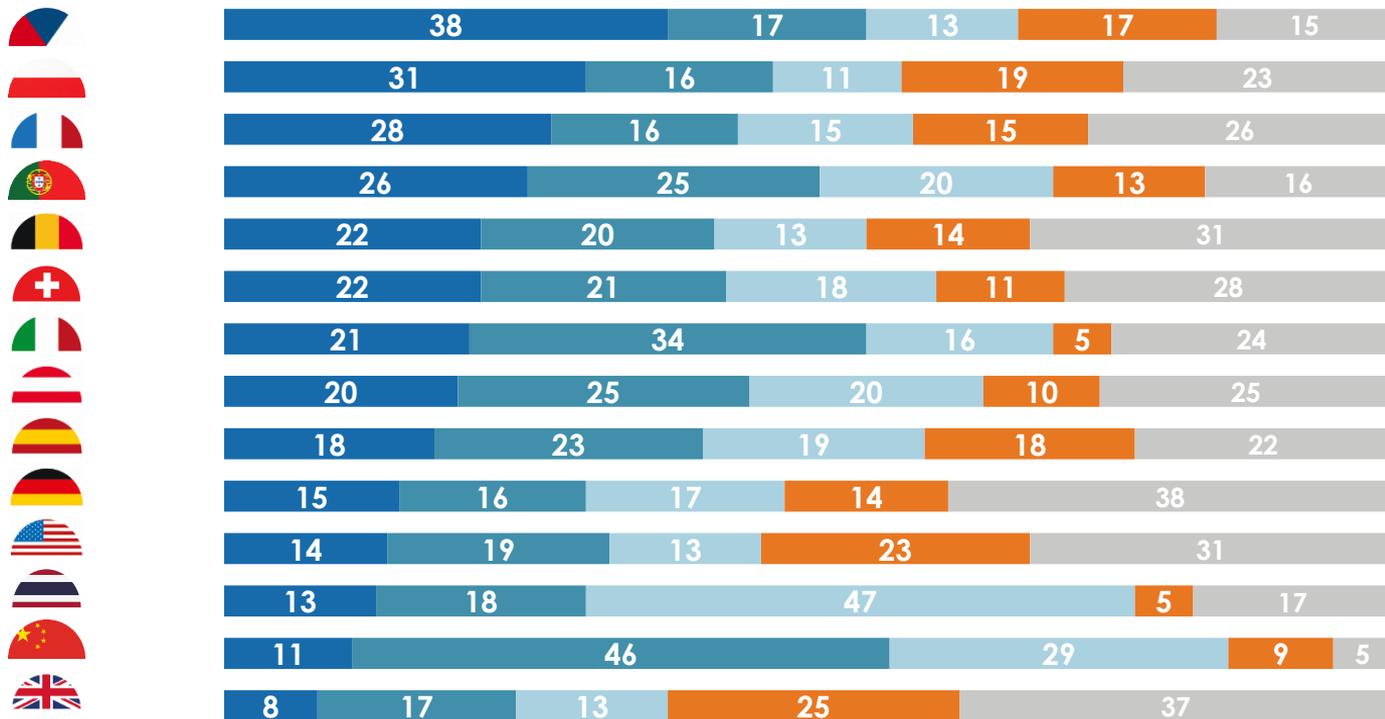
GALEMELENT, LES RÉPONDANTS SONT ENTHOUSIASTES À L'IDÉE DE POUVOIR À NOUVEAU VOYAGER. CET ENTHOUSIASME EST PARTICULIÈREMENT PRÉSENT EN CHINE, EN AUTRICHE, EN SUISSE ET AU PORTUGAL

ENTHUSIASME POUR LE PROCHAIN VOYAGE (MOYENNE /10)



DANS LA PLUPART DES PAYS, LES BUDGETS VACANCES REPRÉSENTENT UN POSTE DE DÉPENSES QUE LES RÉPONDANTS NE VEULENT PAS TOUCHER. C'EST PARTICULIÈREMENT LE CAS EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, POLOGNE ET FRANCE

IMPORTANCE DU BUDGET VACANCES



De laquelle des propositions suivantes vous sentez-vous le plus proche ? Cette année, les vacances d'été sont un poste de dépenses...

Auquel vous ne voulez pas toucher Sur lequel vous voulez faire des économies significatives Sur lequel vous voulez faire des économies limitées **Auquel vous renoncez** Aucun

CONCERNANT LEUR PROCHAIN VOYAGE, LES RÉPONDANTS CRAIGNENT PRINCIPALEMENT LES PROBLÈMES LIÉS À LA CRISE SANITAIRE. LES AMÉRICAINS SONT SYSTÉMATIQUEMENT MOINS PRÉOCCUPÉS QUE LES CHINOIS OU LES THAÏLANDAIS

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (1/2)

(%)

EUROPE



Impossibilité d'effectuer les activités habituelles à cause de la Covid



Flambée épidémique pendant le voyage



Fermetures de restaurants, de bars ou d'hôtels à cause de la Covid



Mise en quarantaine à l'étranger



Possibilité de tomber malade pendant le trajet ou sur le lieu de destination



Obligation d'annuler



Impossibilité de rentrer chez vous



Quelles sont vos principales craintes pour votre prochain voyage ?

Très préoccupé(e) Assez préoccupé(e) Pas vraiment préoccupé(e) Pas du tout préoccupé(e)

GAME CHANGERS



LES AUTRES RISQUES SONT REDOUTÉS PAR MOINS D'UN RÉPONDANT SUR DEUX

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (2/2)

(%)

EUROPE



Qualité des établissements médicaux sur le lieu de destination



55

40

74

79

Mauvaise expérience



49

39

77

70

Retards imprévus



49

43

75

75

Manque d'argent



47

38

62

80

Crainte pour la sécurité physique



46

37

77

83

Vol/perte de quelque chose d'important



46

34

71

77

Mauvais temps sur le lieu de destination



45

39

78

75

Quelles sont vos principales craintes pour votre prochain voyage ?

Très préoccupé(e) Assez préoccupé(e) Pas vraiment préoccupé(e) Pas du tout préoccupé(e)

GAME CHANGERS



LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS ET LES ITALIENS (ET LES POLONAIS DANS UNE MOINDRE MESURE) SONT LES PLUS PRÉOCCUPÉS PAR LES RISQUES MÉDICAUX TELS QUE LA QUARANTAINE OU LE FAIT DE TOMBER MALADE. LES SUISSES ET LES AUTRICHIENS SONT LES MOINS PRÉOCCUPÉS.

PRINCIPALES CRAINTES (1/2)

(%)

											
Impossibilité d'effectuer les activités habituelles à cause de la Covid	51	63	52	70	59	68	72	71	67	53	64
Flambée épidémique pendant le voyage	48	64	50	63	54	68	65	81	82	47	64
Fermetures de restaurants, de bars ou d'hôtels à cause de la Covid	55	68	52	66	64	63	65	64	64	58	64
Mise en quarantaine à l'étranger	56	66	51	56	62	71	61	73	76	58	59
Possibilité de tomber malade pendant le trajet ou sur le lieu de destination	46	54	47	54	51	71	66	75	82	44	50
Obligation d'annuler	48	55	44	60	54	62	59	64	66	51	60
Impossibilité de rentrer chez vous	48	53	44	56	54	56	62	72	77	45	57

ILS SONT DONC PARTICULIÈREMENT INQUIETS CONCERNANT LA QUALITÉ DES ÉTABLISSEMENTS MÉDICAUX À DESTINATION

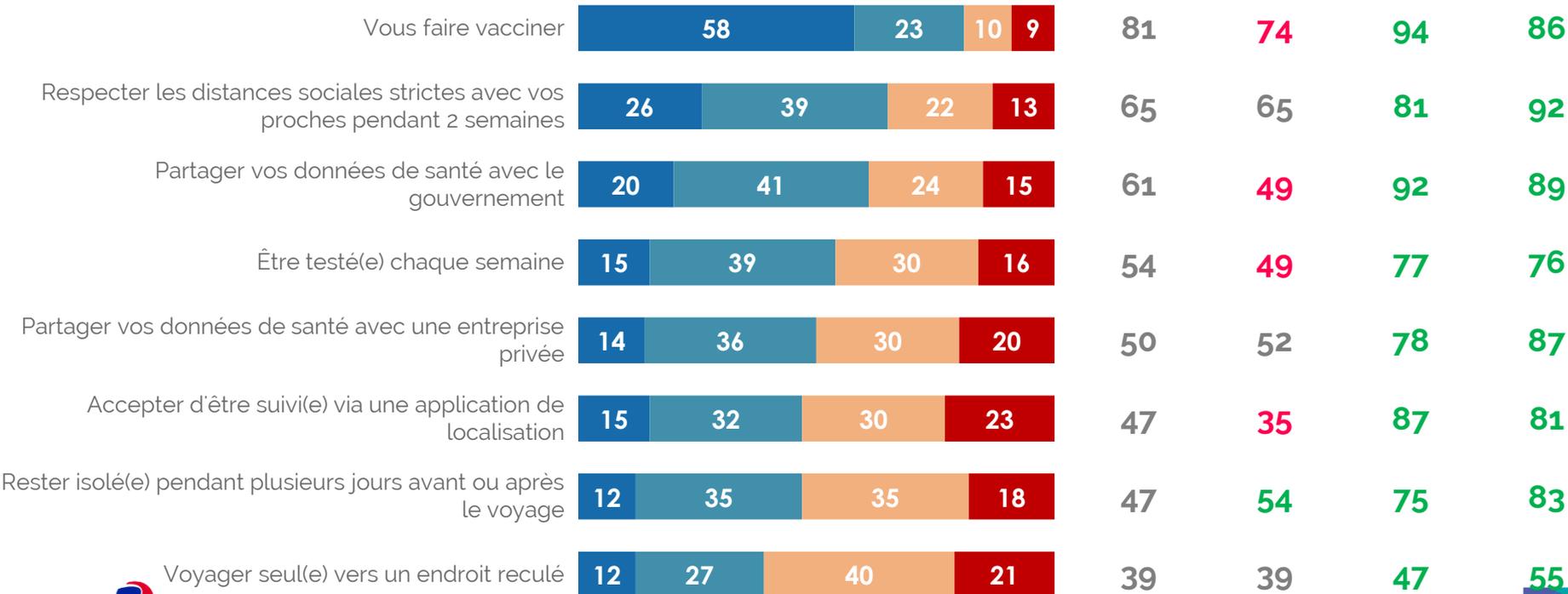
PRINCIPALES CRAINTES (2/2) (%)

											
Qualité des établissements médicaux sur le lieu de destination	46	49	39	51	51	63	58	70	73	41	49
Mauvaise expérience	37	41	32	43	46	59	29	66	71	32	52
Retards imprévus	42	37	33	37	50	50	51	60	62	40	54
Manque d'argent	37	39	33	49	37	58	61	67	64	36	31
Crainte pour la sécurité physique	35	40	32	43	41	55	56	64	63	29	35
Vol/perde de quelque chose d'important	34	41	38	47	34	52	56	66	69	30	36
Mauvais temps sur le lieu de destination	35	39	39	49	32	53	56	60	50	31	42

LES RÉPONDANTS SONT PRINCIPALEMENT PRÊTS À SE FAIRE VACCINER POUR POUVOIR VOYAGER À NOUVEAU. LES AMÉRICAINS SONT PLUS RÉTICENTS À PARTAGER LEURS DONNÉES DE SANTÉ AVEC LE GOUVERNEMENT ET À ÊTRE SUIVIS PAR LE BIAIS D'APPLICATIONS DE LOCALISATION

ACTIONS ENVISAGÉES POUR POUVOIR VOYAGER À NOUVEAU (%)

EUROPE



PARMI LES EUROPÉENS, LES BRITANNIQUES, LES ITALIENS ET LES PORTUGAIS SONT LES PLUS DISPOSÉS À PRENDRE DES MESURES POUR POUVOIR VOYAGER À NOUVEAU

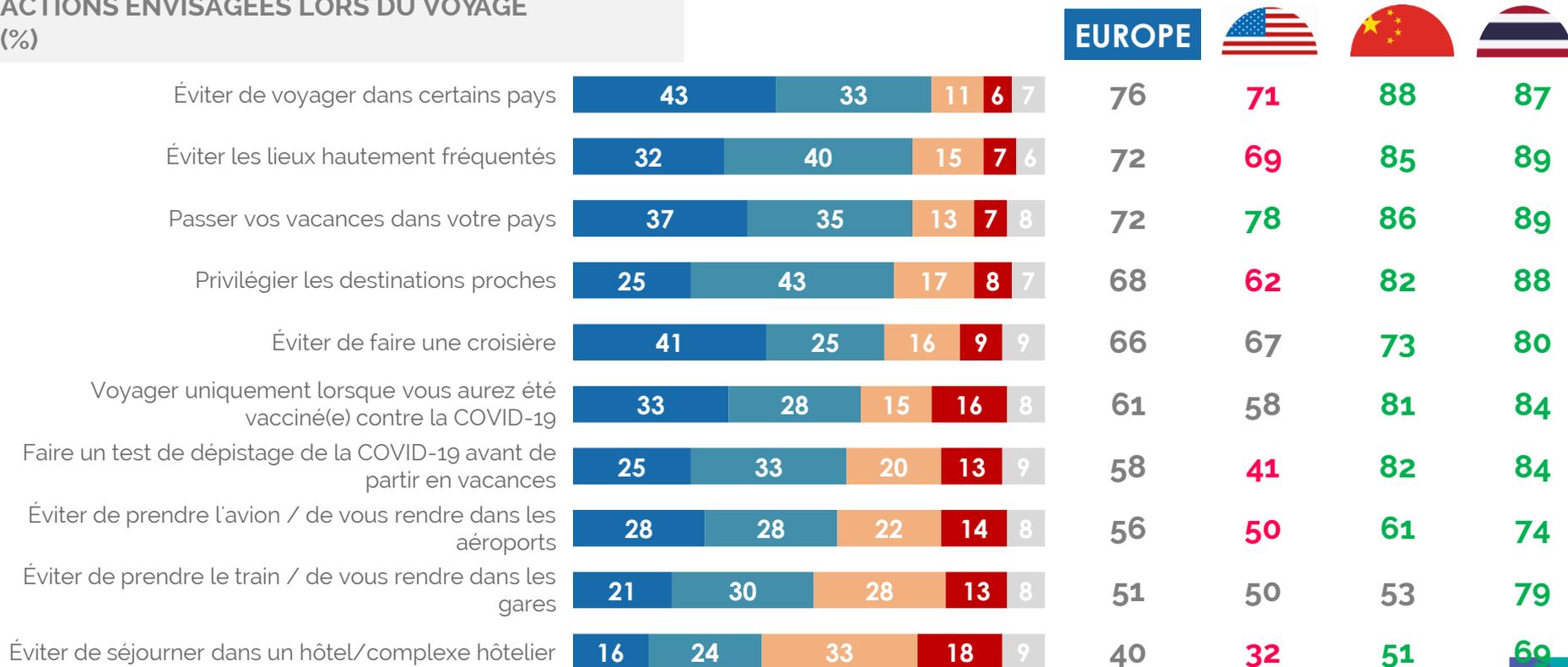
ACTIONS ENVISAGÉES POUR POUVOIR VOYAGER À NOUVEAU (%)

											
Vous faire vacciner	76	84	71	74	76	88	71	87	87	73	92
Respecter les distances sociales strictes	41	58	49	79	43	75	54	86	68	50	79
Partager vos données de santé avec le gouvernement	63	58	50	50	61	74	35	74	65	57	73
Être testé(e) chaque semaine	63	39	42	44	56	60	40	63	58	45	67
Partager vos données de santé avec une entreprise privée	46	42	50	40	45	60	36	65	53	48	61
Accepter d'être suivi(e) via une application de localisation	46	34	34	38	52	54	21	50	54	51	56
Rester isolé(e) plusieurs jours avant ou après le voyage	39	42	39	49	44	54	38	53	47	40	53
Voyager seul(e) vers un endroit reculé	39	38	50	39	45	41	28	41	39	47	35

Pour chacun des éléments suivants, seriez-vous prêt à les faire pour voyager à nouveau ? Certainement + probablement

LA PLUPART DES PERSONNES INTERROGÉES EN EUROPE SONT PRÊTES À CHOISIR LEUR DESTINATION AVEC CIRCONSPÉCTION EN ÉVITANT CERTAINS PAYS ET EN FAVORISANT MÊME LES VACANCES DANS LEUR PROPRE PAYS (EN PARTICULIER LES AMÉRICAINS, LES CHINOIS ET LES THAÏLANDAIS)

ACTIONS ENVISAGÉES LORS DU VOYAGE (%)



LES FRANÇAIS, LES ITALIENS, LES PORTUGAIS ET LES ESPAGNOLS SONT CEUX QUI ONT LE PLUS L'INTENTION DE VOYAGER DANS LEUR PROPRE PAYS. CES 3 DERNIERS SONT AUSSI LES PLUS PRUDENTS

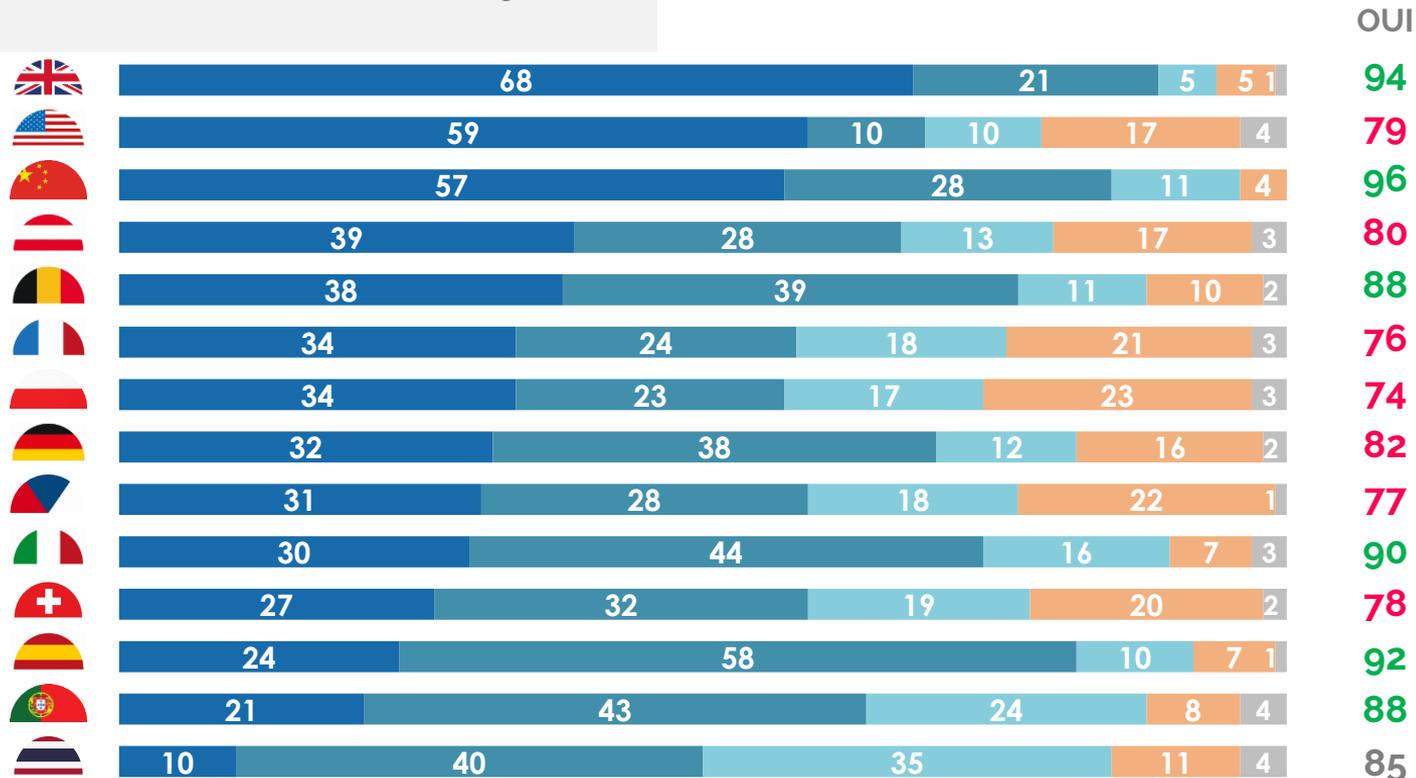
ACTIONS ENVISAGÉES LORS DU VOYAGE (%)

											
Éviter de voyager dans certains pays	76	73	69	76	73	80	62	85	81	70	82
Éviter les lieux hautement fréquentés	59	72	71	71	63	85	66	89	81	58	73
Passer vos vacances dans votre pays	66	50	69	75	63	84	68	85	83	61	66
Privilégier les destinations proches	69	63	64	65	63	77	56	83	79	63	66
Éviter de faire une croisière	70	61	37	68	71	69	44	67	67	62	73
Voyager uniquement lorsque vous aurez été vacciné contre la COVID-19	61	63	53	55	59	65	54	67	61	49	70
Faire un test de dépistage de la COVID-19 avant de partir en vacances	70	53	56	51	59	64	37	73	60	56	64
Éviter de prendre l'avion / vous rendre dans les aéroports	53	51	45	57	57	61	49	57	58	44	55
Éviter de prendre le train / vous rendre dans les gares	43	49	32	49	53	60	44	53	52	36	51
Éviter de séjourner dans un hôtel/ complexe hôtelier	34	36	33	42	41	39	35	43	42	31	38

LES BRITANNIQUES, LES AMÉRICAINS ET LES CHINOIS SONT CEUX QUI ONT ÉTÉ LE PLUS VACCINÉS CONTRE LA COVID-19. LES POLONAIS, LES TCHÈQUES, LES FRANÇAIS ET LES SUISSES SONT LES PLUS RÉTICENTS À RECEVOIR LE VACCIN

INTENTION DE VACCINATION CONTRE LA COVID-19

(%)



Prévoyez-vous de vous faire vacciner contre la COVID-19 ?

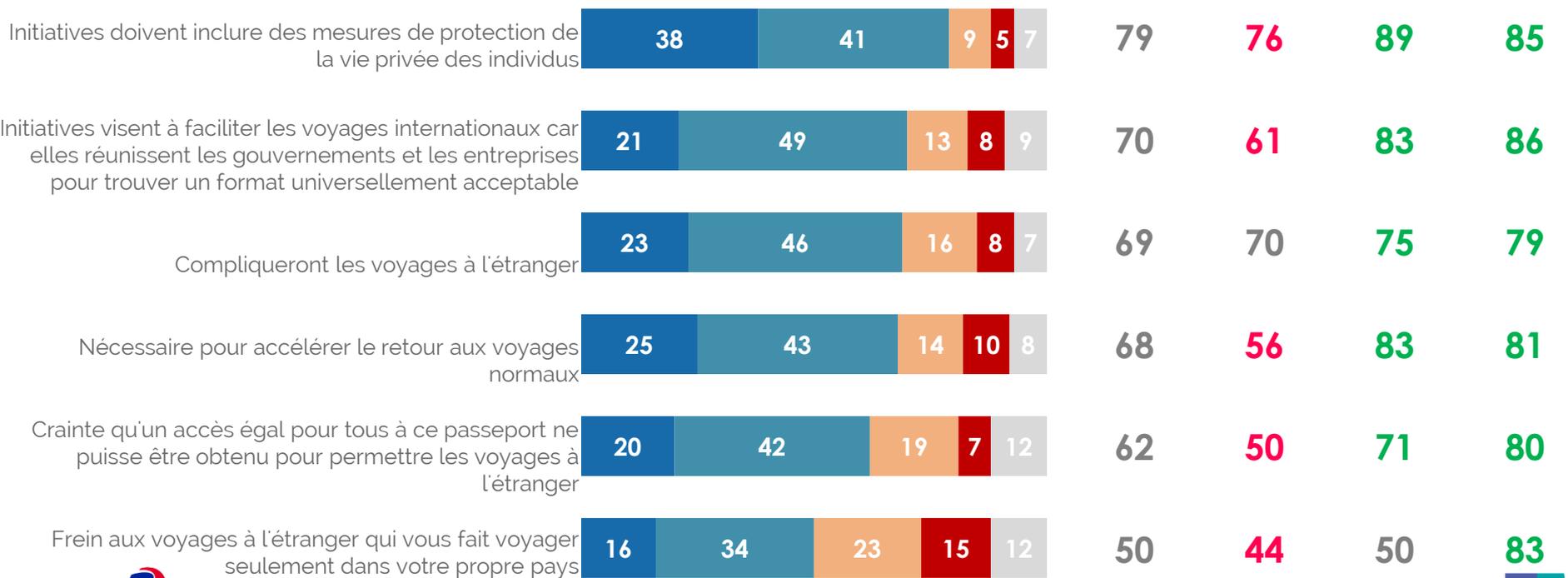
Déjà vacciné(e) Sera vacciné(e) dès que possible Préfère attendre un peu Non Je ne sais pas

GAME CHANGERS



LES RÉPONDANTS SONT MAJORITAIREMENT D'ACCORD SUR LE FAIT QUE LE PASSEPORT DE SANTÉ NUMÉRIQUE DOIT GARANTIR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DES INDIVIDUS. À L'EXCEPTION DES THAÏLANDAIS, IL N'EST PAS CONSIDÉRÉ COMME UN FREIN AUX VOYAGES À L'ÉTRANGER

AVIS SUR LE CERTIFICAT DE VACCINATION/ LE PASSEPORT SANTÉ NUMÉRIQUE (%)



LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS, LES ITALIENS ET LES FRANÇAIS SONT CEUX QUI CONSIDÈRENT LE PLUS QUE LE CARNET DE SANTÉ NUMÉRIQUE EST UN FREIN POUR VOYAGER À L'ÉTRANGER

AVIS SUR LE CERTIFICAT DE VACCINATION/ LE PASSEPORT SANTÉ NUMÉRIQUE

(%)

											
Initiatives doivent inclure des mesures de protection de la vie privée des individus	75	78	79	81	72	80	80	88	84	77	81
Réunissent les gouvernements et les entreprises pour trouver un format universellement acceptable	68	68	66	64	66	79	60	85	77	66	74
Compliciteront les voyages à l'étranger	71	59	70	60	67	70	65	78	68	69	84
Nécessaire pour accélérer le retour aux voyages normaux	68	65	61	63	64	77	56	83	75	62	70
Crainte qu'un accès égal pour tous à ce passeport ne puisse être obtenu pour permettre les voyages à l'étranger	65	60	63	54	62	64	64	61	74	61	56
Frein aux voyages à l'étranger qui vous fait voyager seulement dans votre propre pays	48	42	51	55	41	56	53	61	54	50	47

4.

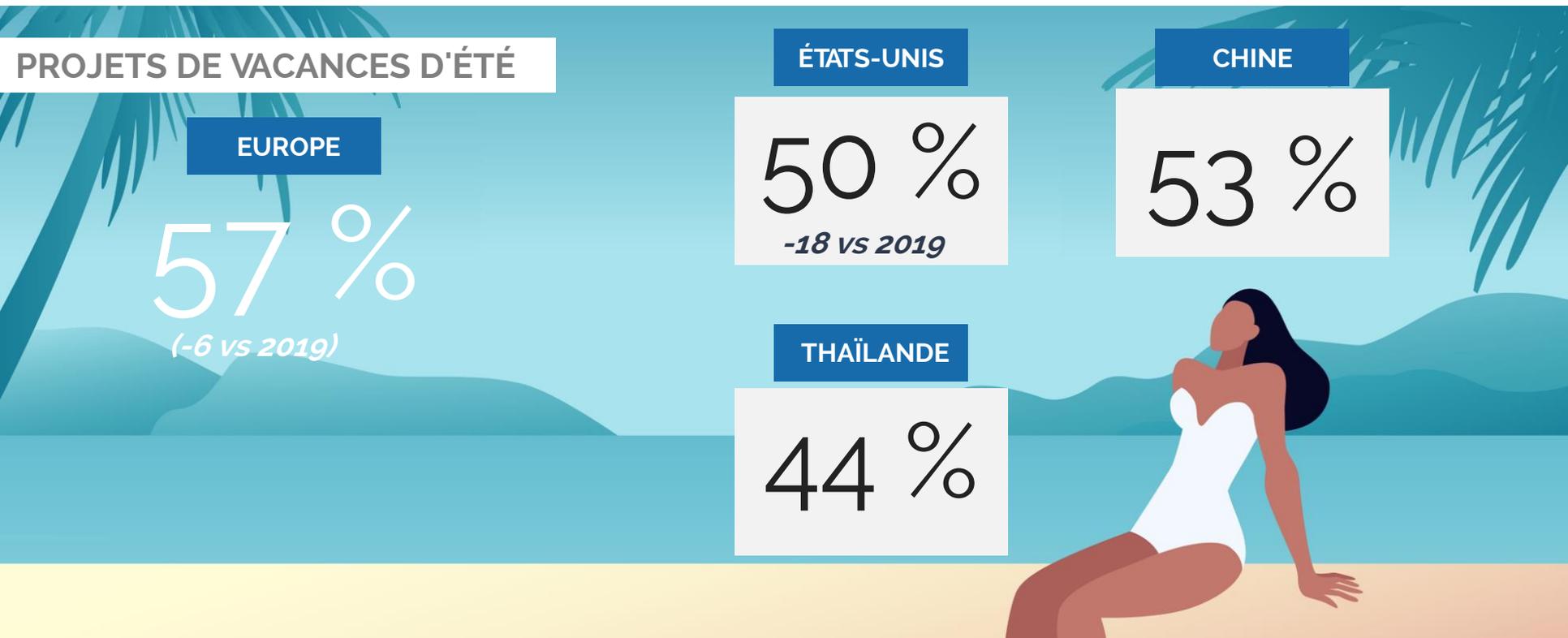
ÉTÉ 2021

PROJETS DE VACANCES

- > Projets de vacances d'été
- > Budget
- > Durée des vacances d'été



LES PROJETS DE DÉPART POUR LES VACANCES D'ÉTÉ SONT EN BAISSÉ PAR RAPPORT À 2019, EN PARTICULIER AUX ÉTATS-UNIS



LA TENDANCE POSITIVE CONSTATÉE ENTRE 2017 ET 2019 FAIT PLACE À UNE TENDANCE NÉGATIVE

ÉVOLUTION DES PROJETS DE VACANCES (%)

EUROPE ÉTATS-UNIS



EN EUROPE, LES CHIFFRES DIFFÈRENT SELON LES PAYS

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ

AUTRICHE

61 %

-9 vs 2019

BELGIQUE

53 %

-12 %

RÉP.TCHÈQUE

65 %

FRANCE

67 %

-2 %

ALLEMAGNE

42 %

-21 %

ITALIE

67 %

+6 %

POLOGNE

66 %

+5 %

PORTUGAL

62 %

+2 %

ESPAGNE

58 %

-2 %

SUISSE

63 %

+1 %

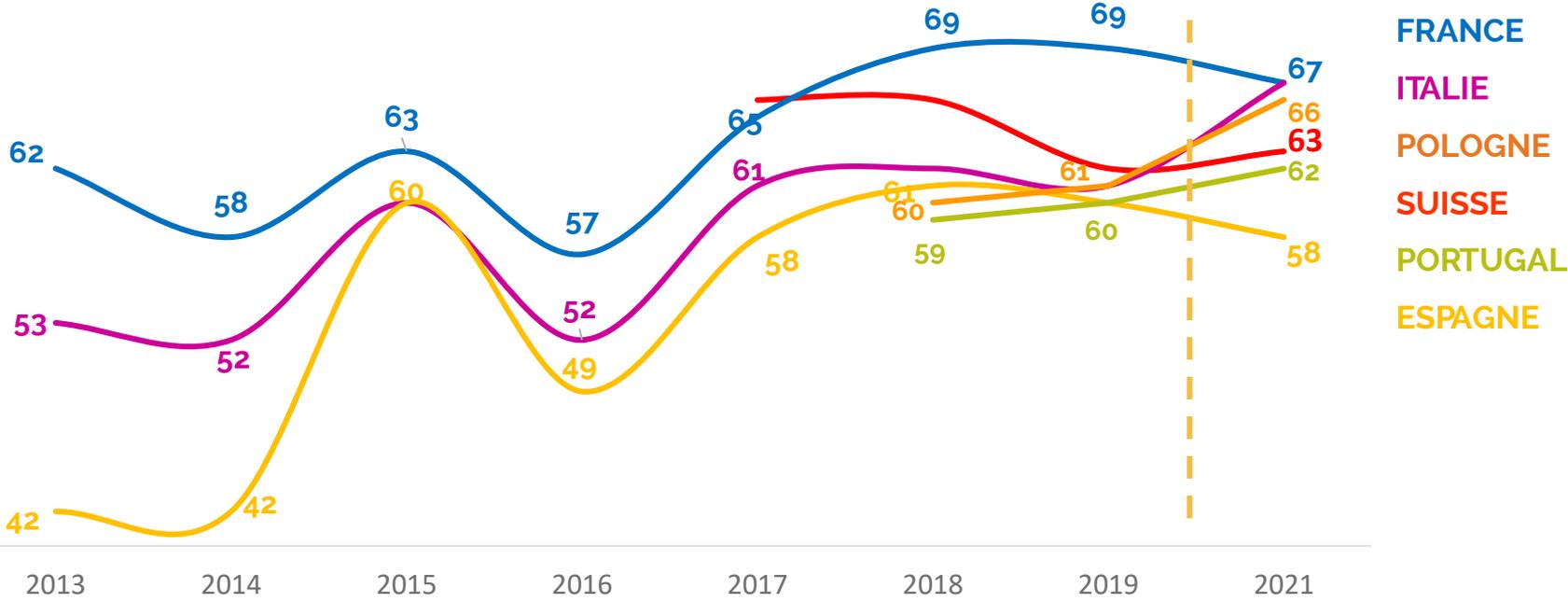
ROYAUME-UNI

50 %

-14 %

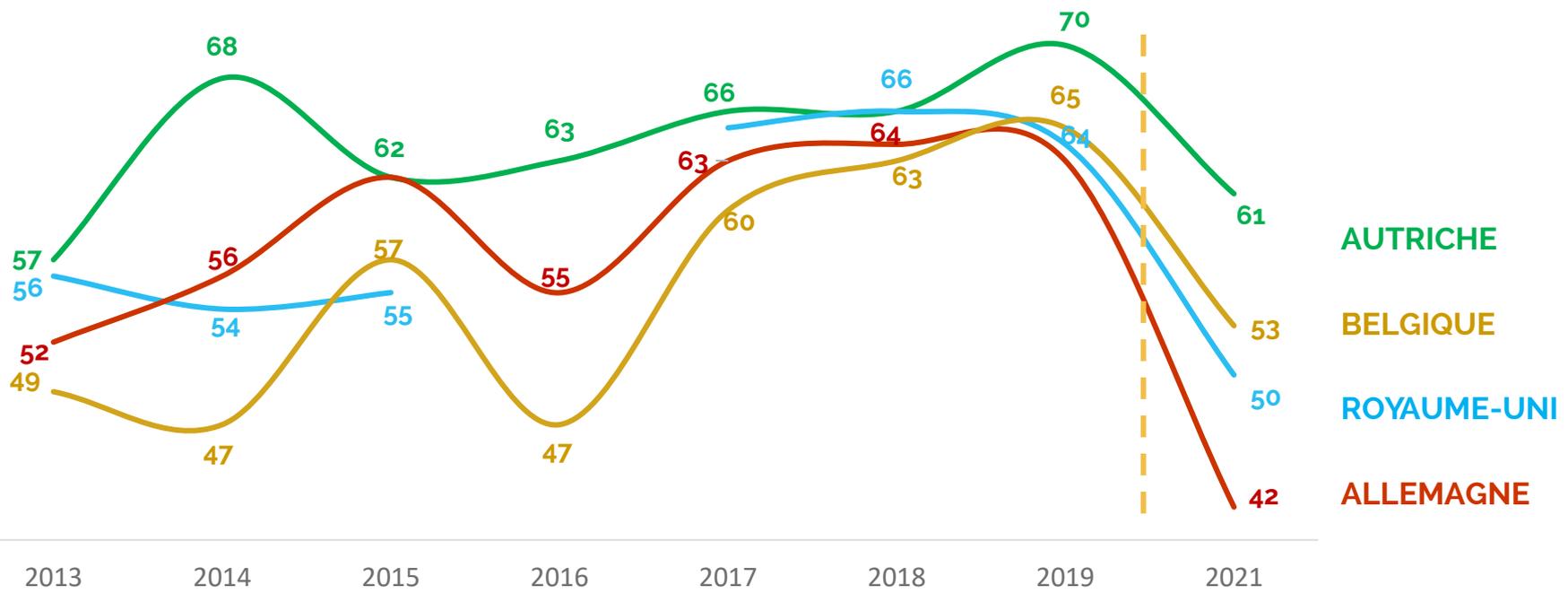
L'INTENTION DE PARTIR EN VACANCES RESTE STABLE EN FRANCE, AU PORTUGAL, EN ESPAGNE ET EN SUISSE. ELLE AUGMENTE LÉGÈREMENT EN ITALIE ET EN POLOGNE

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN (%)



AU CONTRAIRE, ELLE EST PARTICULIÈREMENT EN BAISSÉ EN ALLEMAGNE, AU ROYAUME-UNI, EN BELGIQUE ET EN AUTRICHE

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN (%)



LES RESTRICTIONS BUDGÉTAIRES AFFECTENT PRINCIPALEMENT LES EUROPÉENS ET LES AMÉRICAINS. LES THAÏLANDAIS SONT CEUX QUI REDOUTENT LE PLUS LA PANDÉMIE

PRINCIPALES RAISONS POUR NE PAS PARTIR EN VACANCES EN 2021 (%)

	EUROPE			
Vous n'en avez pas les moyens	27	36	16	24
Vous ne voulez pas partir en vacances, compte tenu des conditions sanitaires strictes dues à la COVID	27	12	37	45
Vous avez peur de la pandémie de COVID	26	26	27	57
Vous ne voulez pas risquer une quarantaine à votre retour	19	11	25	31
Vous économisez de l'argent	16	29	21	30

LES RAISONS BUDGÉTAIRES ONT UN PLUS GRAND IMPACT SUR LA DÉCISION DE NE PAS PARTIR EN VACANCES CET ÉTÉ PAR RAPPORT À 2020, TANDIS QUE LES RAISONS SANITAIRES ONT UN IMPACT MOINDRE

PRINCIPALES RAISONS POUR NE PAS PARTIR EN VACANCES EN 2021 PAR RAPPORT AUX PRINCIPALES RAISONS POUR NE PAS PARTIR EN VACANCES EN 2020 (%)

	EUROPE							
	2020	2021						
Vous n'en avez pas les moyens	22	27	25	36	12	16	21	24
Vous ne voulez pas partir en vacances, compte tenu des conditions sanitaires strictes dues à la COVID	29	27	21	12	45	37	35	45
Vous avez peur de la pandémie de COVID	33	26	41	26	40	27	49	57
Vous ne voulez pas risquer une quarantaine à votre retour	20	19	17	11	32	25	32	31

GLOBALEMENT, LE BUDGET MOYEN DES VACANCES EST EN BAISSÉ PAR RAPPORT À 2019

BUDGET DES VACANCES D'ÉTÉ

EUROPE

1 581 €

-23% par rapport à 2019

Évolution calculée à périmètre constant par rapport à 2019

CHINE

11 850 ¥
1 422 €

ÉTATS-UNIS

2 319 \$
-2 %
1 878 €

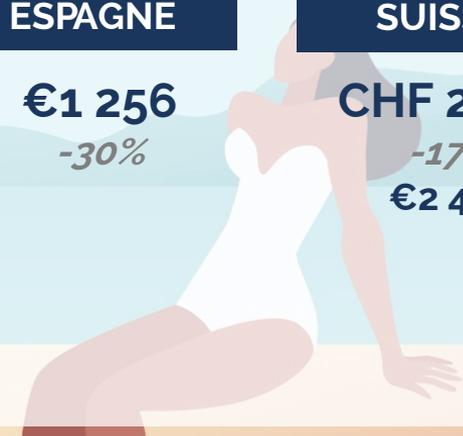
THAÏLANDE

53 400 ฿
1 068 €

LA DIMINUTION DU BUDGET PAR RAPPORT À 2019 EST PARTICULIÈREMENT IMPORTANTE EN ESPAGNE, EN FRANCE, EN ALLEMAGNE ET EN AUTRICHE. LE PORTUGAL EST LE SEUL PAYS À MAINTENIR UN BUDGET STABLE

BUDGET DES VACANCES D'ÉTÉ

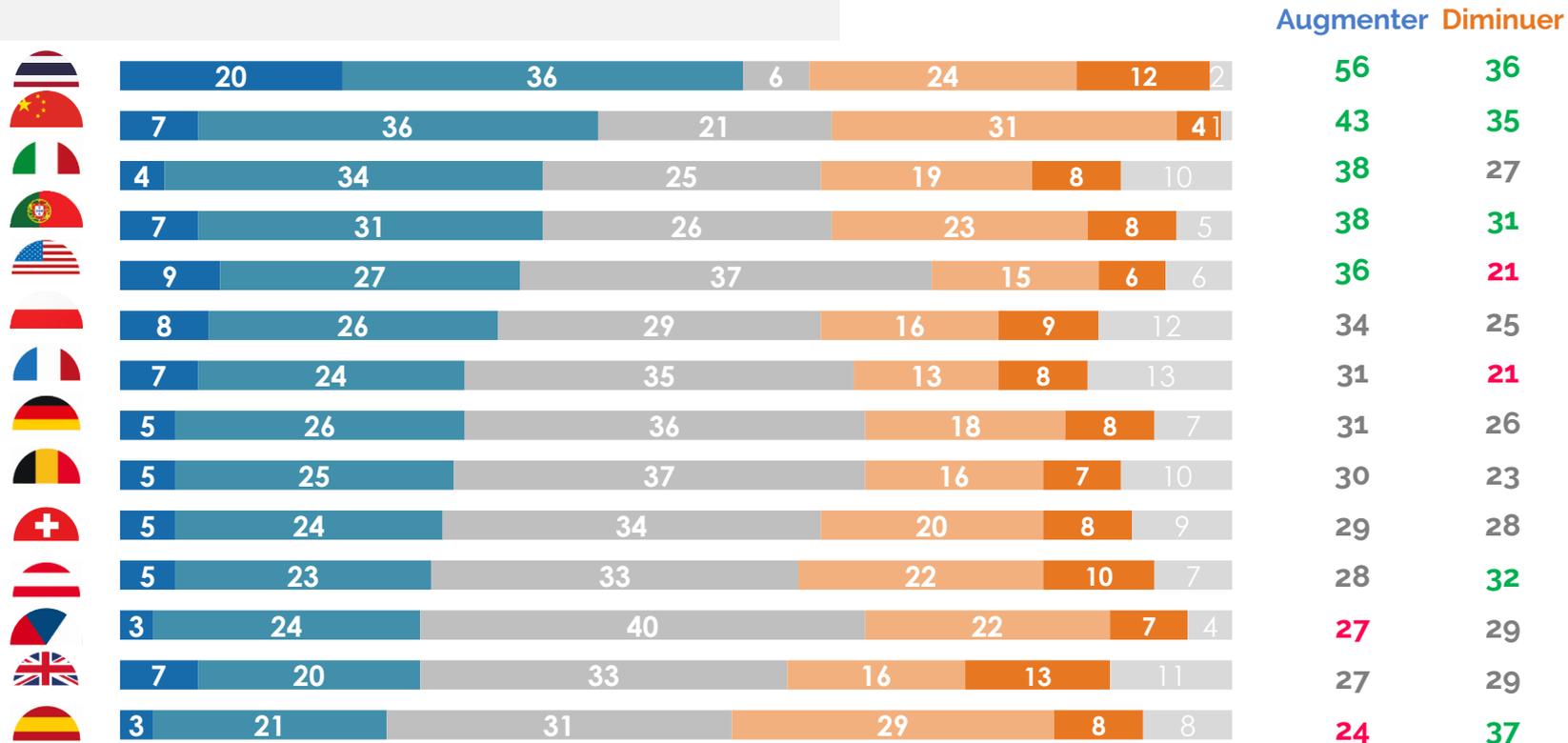
AUTRICHE €2 088 -21%	BELGIQUE €1 983 -12%	RÉP. TCHÈQUE Kč 26 900 €1 056	FRANCE €1 627 -26%	ALLEMAGNE €1 843 -25%
ITALIE €1 589 -10%	POLOGNE Zł 3 950 -9% €885	PORTUGAL €1 339 =	ESPAGNE €1 256 -30%	SUISSE CHF 2 713 -17% €2 473
		ROYAUME-UNI £1 543 -17% €1 792		



CETTE DIMINUTION DU BUDGET MOYEN CACHE LES DISPARITÉS AU SEIN DES PAYS : ENTRE 1/4 (ESPAGNE) ET PLUS DE LA MOITIÉ (THAÏLANDE) DES RÉPONDANTS ONT L'INTENTION D'AUGMENTER LEUR BUDGET, TANDIS QU'ENTRE 1/5 (FRANCE, ÉTATS-UNIS) ET PLUS D'1/3 (THAÏLANDE, CHINE) ONT L'INTENTION DE LE RÉDUIRE.

ÉVOLUTION DU BUDGET CONSACRÉ AUX VACANCES

(%)



Comment le budget consacré à vos vacances d'été est-il susceptible d'évoluer par rapport à ce que vous dépensez habituellement? Est-ce qu'il :

Augmentera fortement Augmentera légèrement Ne changera pas Diminuera légèrement Diminuera beaucoup NSP

GAME CHANGERS



AVEC UN BUDGET DOUBLÉ, LES VACANCIERS VOYAGERAIENT PLUS SOUVENT ET PLUS LONGTEMPS

SI LE BUDGET ALLOUÉ À VOTRE VOYAGE D'ÉTÉ ÉTAIT DOUBLÉ, COMMENT LE DÉPENSERIEZ-VOUS ?

	EUROPE			
Partir plus souvent	28	25	22	9
Partir plus longtemps	22	18	23	18
Dépenser plus d'argent sur place	16	18	20	14
Changer de destination	15	13	14	23
Réserver un meilleur hébergement	11	12	12	13
Changer de moyen de transport	4	6	4	12
Partir avec plus de personnes	4	8	5	11

AVEC UN BUDGET RÉDUIT, LES VACANCIERS DÉPENSERAIENT MOINS SUR PLACE, VOYAGERAIENT VERS UNE DESTINATION PLUS PROCHE ET RÉSERVERAIENT DES HÉBERGEMENTS MOINS CHERS

ET SI LE BUDGET ALLOUÉ À VOTRE VOYAGE D'ÉTÉ ÉTAIT RÉDUIT, OÙ POURRIEZ-VOUS ÉCONOMISER DE L'ARGENT ?

	EUROPE			
Dépenser moins sur place	19	15	26	14
Voyager vers une destination plus proche	17	17	19	18
Réserver un hébergement moins cher	16	10	15	18
Sacrifier autre chose dans la vie de tous les jours	13	14	12	12
Voyager moins fréquemment	11	14	10	11
Voyager vers d'autres destinations	9	6	3	6
Rendre visite à votre famille au lieu de payer l'hébergement	9	14	4	9
Passer à un mode de transport moins cher	4	5	10	8
Voyager avec moins de personnes	2	5	1	4

LES FRANÇAIS, LES SUISSES ET LES TCHÈQUES SONT LES SEULS À PRENDRE 2 SEMAINES OU PLUS DE VACANCES ESTIVALES

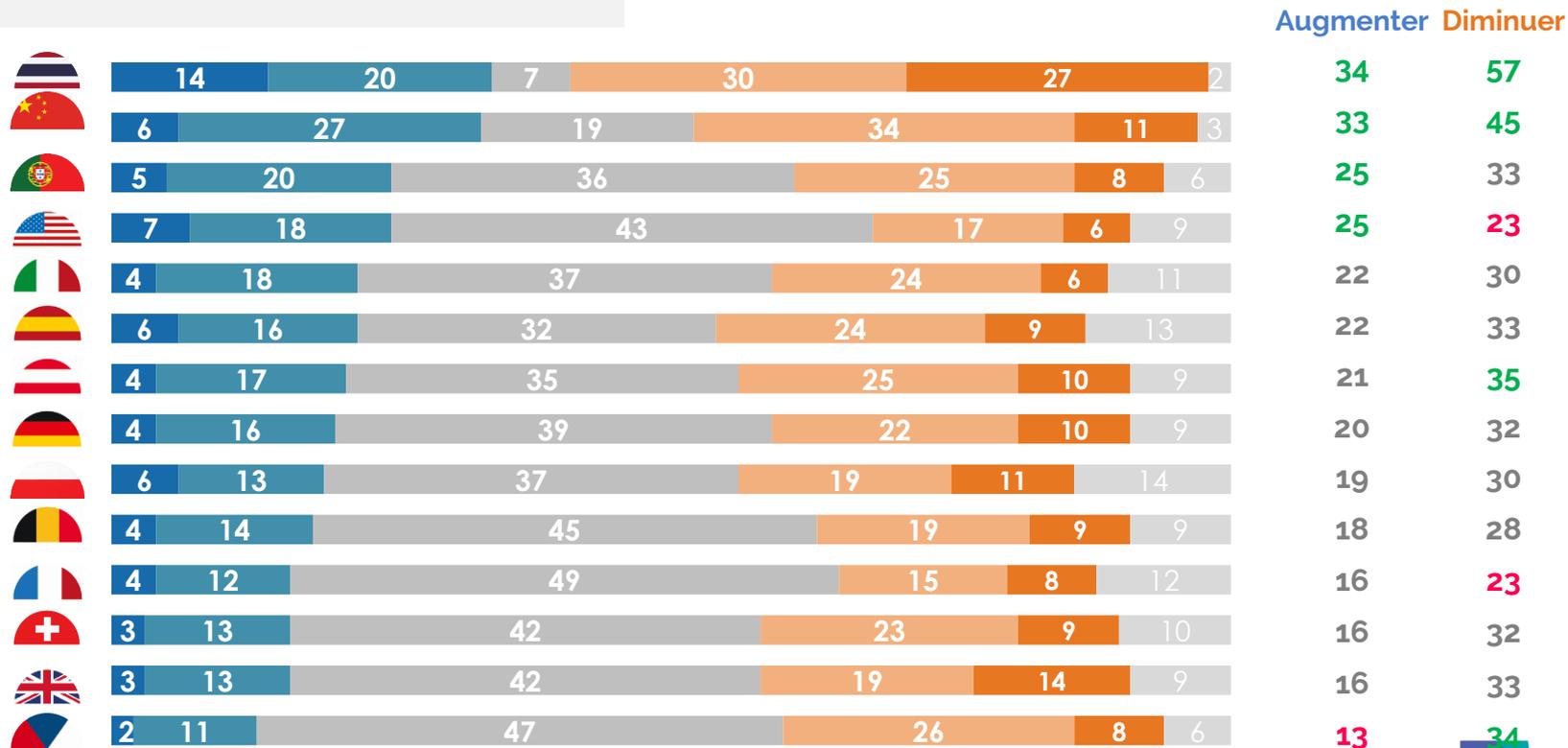
DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ

(semaines en moyenne)



LES VACANCIERS DE THAÏLANDE, DE CHINE ET D'AUTRICHE CONSIDÈRENT LE PLUS QUE LA DURÉE DE LEURS VACANCES VA DIMINUER CETTE ANNÉE

EVOLUTION DE LA DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ



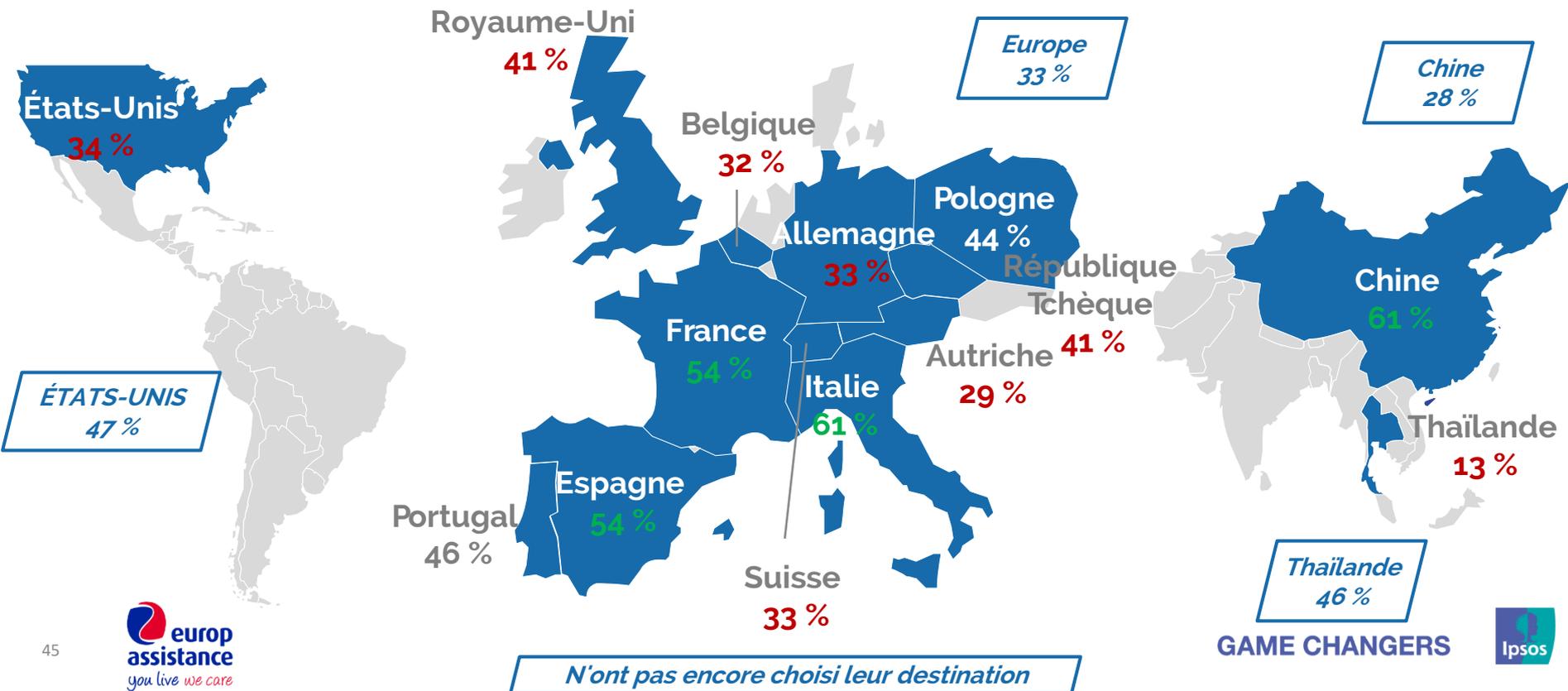
5.

DESTINATIONS FAVORITES

- > Destinations estivales (pays)
- > Destinations estivales (type de lieu)
- > Critères de choix pour la destination

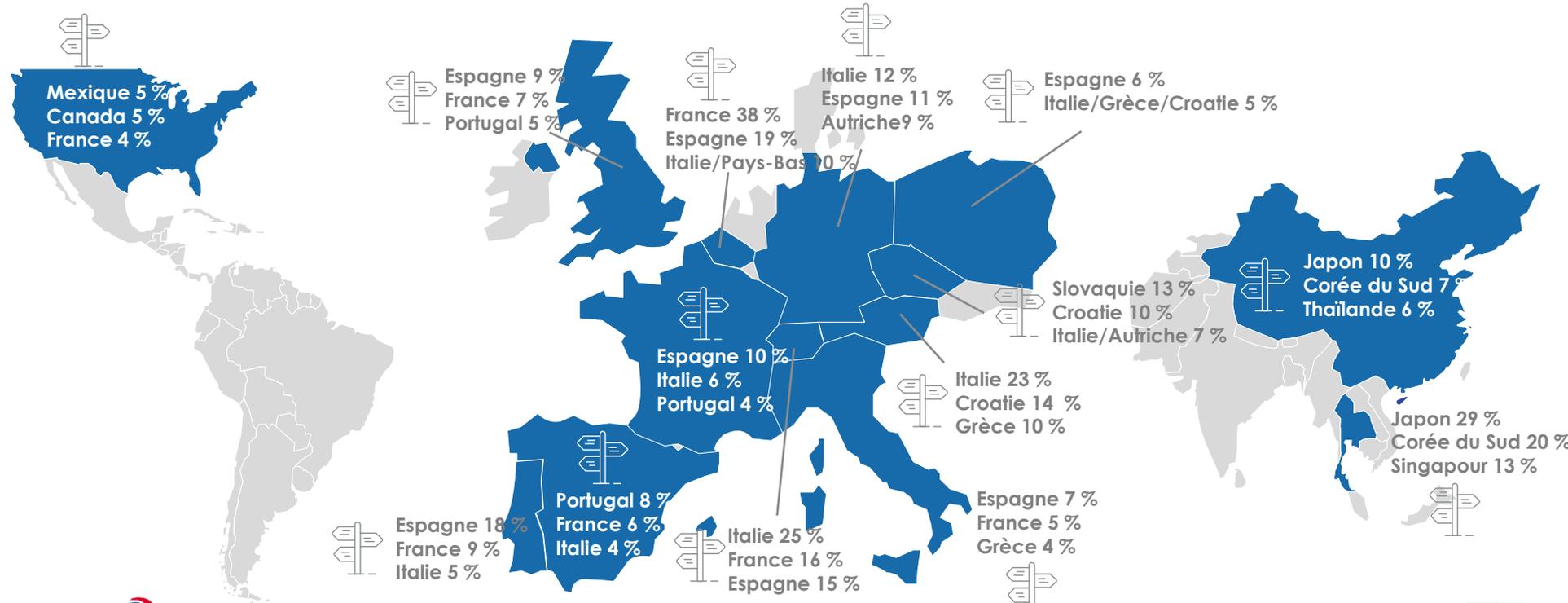
LES VACANCIERS CHINOIS, ITALIENS, FRANÇAIS ET ESPAGNOLS RESTENT PRINCIPALEMENT DANS LEUR PROPRE PAYS PENDANT L'ÉTÉ. LES AMÉRICAINS ET LES THAÏLANDAIS SONT LES PLUS INDÉCIS

PROJETS DE VACANCES DANS SON PROPRE PAYS POUR CET ÉTÉ



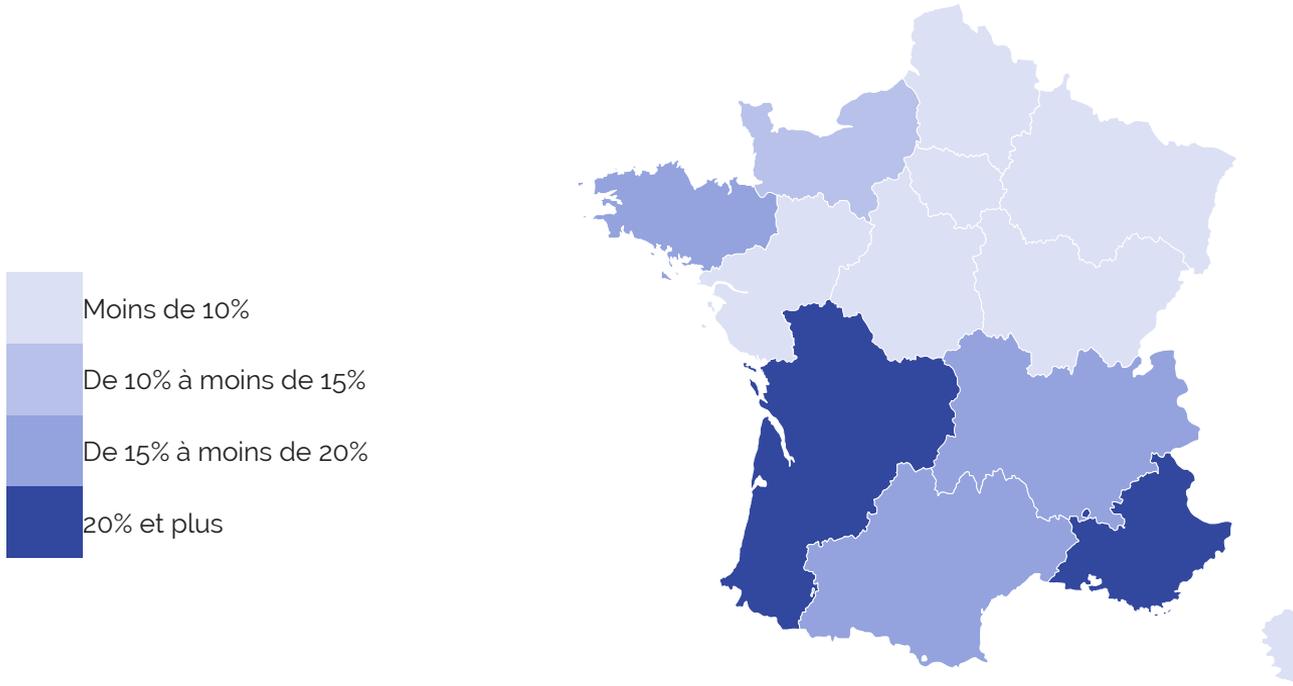
LORSQU'ILS PRÉVOIENT DE VOYAGER À L'ÉTRANGER, LES VACANCIERS CHOISISSENT PRINCIPALEMENT LES PAYS VOISINS DU LEUR. EN EUROPE, LA FRANCE, L'ITALIE ET L'ESPAGNE RESTENT LES PAYS LES PLUS ATTRACTIFS

DESTINATIONS ÉTRANGÈRES PRÉVUES POUR CET ÉTÉ



LES REGIONS PACA ET NOUVELLE AQUITAINE SONT LES PLUS ATTRACTIVES POUR LES VACANCIERS FRANÇAIS QUI PRÉVOIENT DE RESTER DANS LEUR PAYS

RÉGIONS FRANÇAISES LES PLUS ATTRACTIVES



LE BORD DE MER RESTE LA DESTINATION LE PLUS ATTRACTIVE POUR LES VACANCES D'ÉTÉ ; AUX ÉTATS-UNIS, IL EST SUIVI DE PRÈS PAR DES DESTINATIONS URBAINES

PRÉFÉRENCES POUR LES VACANCES D'ÉTÉ

	EUROPE			
	58	39	57	57
	26	24	32	34
	24	28	24	40
	21	35	38	29
	18	18	32	25



LES EUROPÉENS SONT DE PLUS EN PLUS ATTIRÉS PAR LA CAMPAGNE ET LA MONTAGNE

PRÉFÉRENCES POUR LES VACANCES D'ÉTÉ

											
	51	55	37	62	55	71	59	56	61	49	48
	32	31	39	32	25	10	19	32	27	30	40
	+9	+8		+8				+9	+7	+8	+6
	27	21	31	22	22	25	36	19	29	25	12
	+11				+6	+6				+7	
	23	20	26	13	22	14	19	23	33	24	24



25

21

24

14

20

17

23

10

16

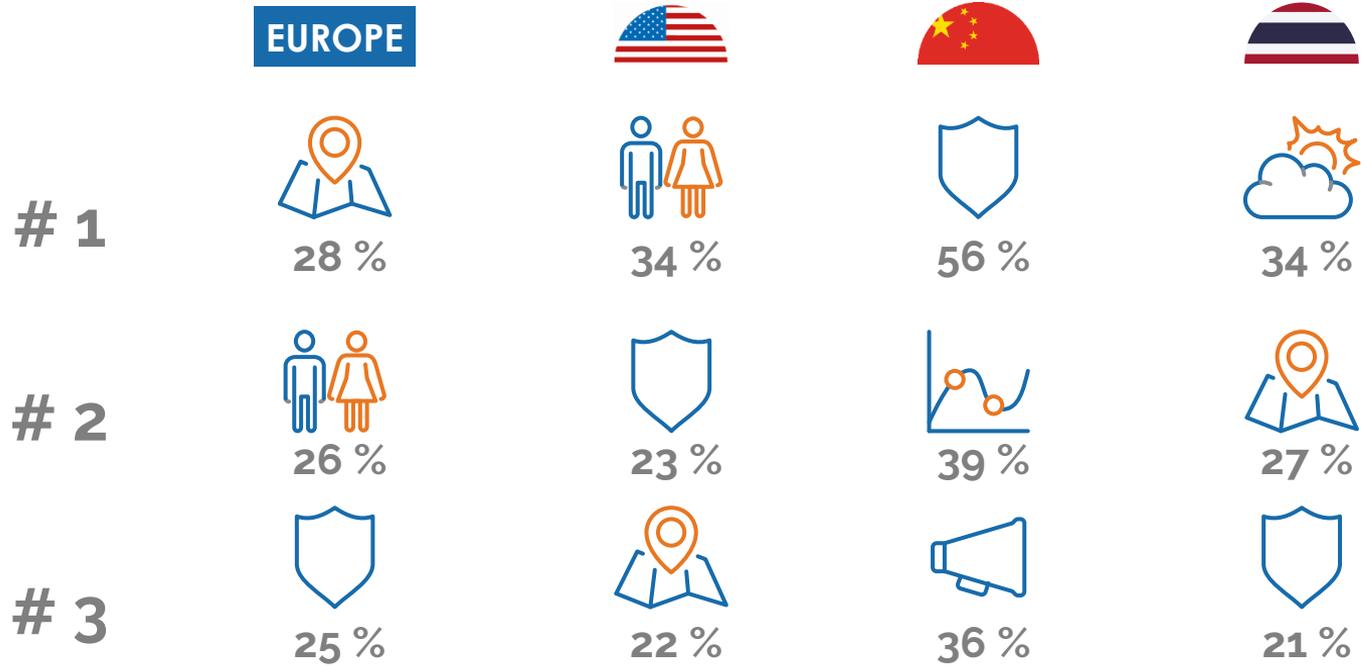
23

16



LA SÉCURITÉ ET LA CONNAISSANCE DE LA DESTINATION SONT LES CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS DANS LE CHOIX DE LA DESTINATION. EN CHINE, LA SÉCURITÉ LIÉE À LA COVID EST TRÈS IMPORTANTE

RAISONS AYANT MOTIVÉ LE CHOIX DE LA DESTINATION



SI LES EUROPÉENS CHOISISSENT LEUR DESTINATION EN FONCTION DE LEUR BUDGET, LES AMÉRICAINS PRENNENT D'AVANTAGE EN COMPTE LES OPPORTUNITÉS DE LOISIRS ET CULTURELLES TANDIS QUE LES ASIATIQUES ACCORDENT UNE PLUS GRANDE IMPORTANCE AUX RISQUES

FACTEURS JOUANT UN RÔLE « ESSENTIEL »
DANS LE CHOIX DE LA DESTINATION 1/2

	EUROPE			
Budget que vous comptiez allouer	44	#2	#7	#4
Le climat	44	#3	#11	#5
Le risque d'une infection par le coronavirus	42	#4	#1	#1
Les risques sanitaires (autres que la COVID)	39	#7	#2	#2
Possibilités d'activités culturelles ou de loisirs	38	#1	#11	#17
Les risques d'attentats	35	#11	#4	#8
La qualité des infrastructures touristiques sur place	35	#10	#9	#8
Le risque d'attaque personnelle	33	#7	#3	#3
Le temps de trajet vers votre lieu de vacances	29	#5	#10	#11
Les risques de troubles sociaux	27	#9	#5	#11

LES ASIATIQUES SONT FORTEMENT EFFRAYÉS PAR LE RISQUE DE CATASTROPHE NATURELLE PAR RAPPORT AUX AUTRES PAYS, TANDIS QUE LES AMÉRICAINS REDOUTENT PLUTÔT LA LANGUE

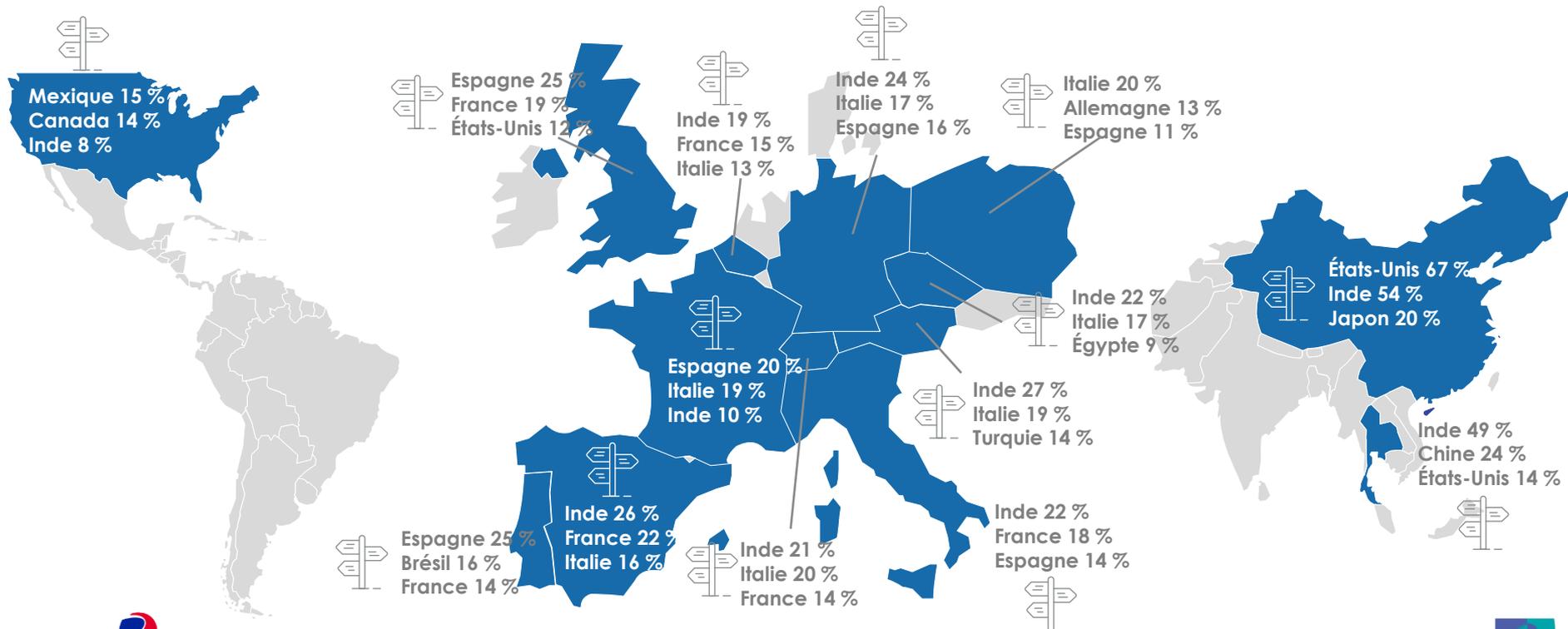
FACTEURS JOUANT UN RÔLE « ESSENTIEL » POUR CHOISIR UNE DESTINATION 2/2

CLASSEMENT 2021

	EUROPE			
La situation politique dans le pays de destination	27	#11	#8	#11
Les risques de catastrophe naturelle	25	#15	#6	#5
Votre capacité à parler la langue du pays de destination	20	#6	#15	#16
La qualité de l'accès à Internet	20	#13	#13	#5
La situation économique dans le pays de destination	18	#14	#17	#11
L'empreinte écologique du voyage	17	#17	#13	#8
Le taux de change de la monnaie du pays de destination	14	#15	#16	#15

DANS LE CONTEXTE DE LA PANDÉMIE, LES VACANCIERS ÉVITERONT SURTOUT DE SE RENDRE EN INDE CET ÉTÉ. LES EUROPÉENS ÉVITERONT ÉGALEMENT LA FRANCE ET L'ITALIE

DESTINATIONS ÉTRANGÈRES ÉVITÉES CET ÉTÉ



*Dans quel(s) pays avez-vous renoncé à vous rendre cette année ?
Question posée à ceux qui ont déclaré que le risque d'infection par la COVID-19 a joué un rôle dans leur choix de destination*

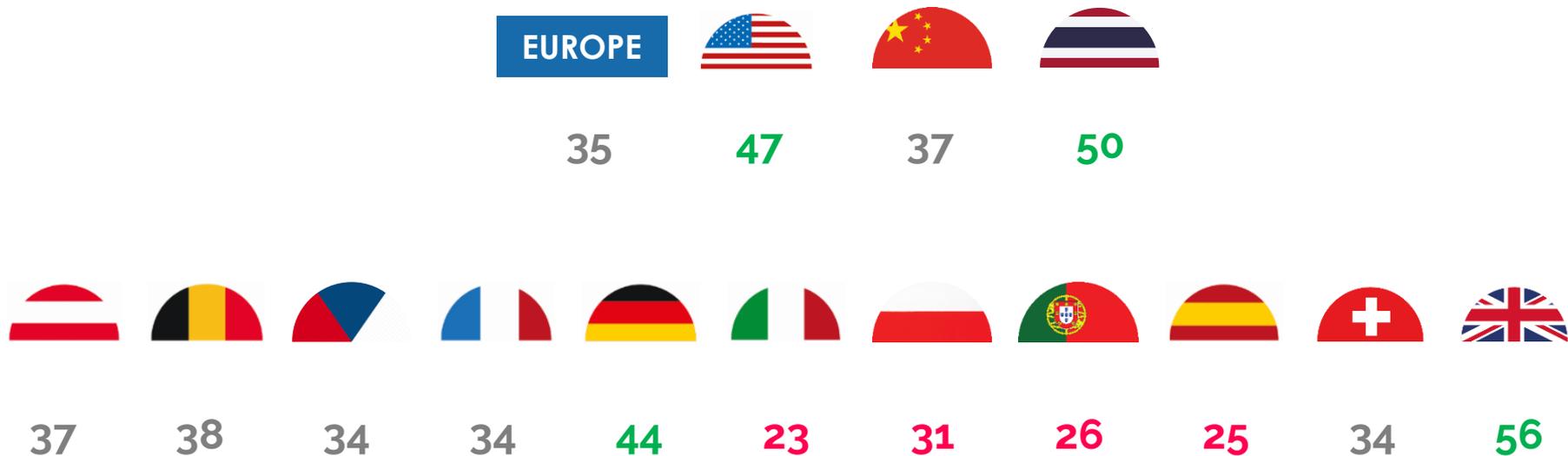
6.

ORGANISATION DES VACANCES D'ÉTÉ 2021

- > Réservation des vacances
- > Compagnons de voyage
- > Transport
- > Hébergement
- > Activités

LA PLUPART DES VACANCIERS N'ONT PAS ENCORE RÉSERVÉ LEUR VOYAGE. LES BRITANNIQUES, LES THAÏLANDAIS, LES AMÉRICAINS ET LES BELGES SONT LES PLUS ORGANISÉS, CAR ILS ONT DÉJÀ RÉSERVÉ AU MOINS UNE PARTIE DE LEUR VOYAGE

RÉSERVATION DES VACANCES D'ÉTÉ (%)



LES VACANCES D'ÉTÉ SONT PRINCIPALEMENT PARTAGÉES AVEC LES MEMBRES LES PLUS PROCHES DE LA FAMILLE (CONJOINT(E) ET ENFANTS)

COMPAGNONS DE VOYAGE	EUROPE			
Conjoint(e)	66	50	64	29
Enfants	32	33	35	51
Amis	16	21	21	16
Seul(e)	10	16	16	12
Parents	9	15	14	18
Famille élargie	8	14	7	19
Frère(s) et sœur(s)	7	12	6	14

Avec qui prévoyez-vous de partir en voyage cet été ?

LES VACANCES D'ÉTÉ SONT PRINCIPALEMENT PARTAGÉES AVEC LES MEMBRES LES PLUS PROCHES DE LA FAMILLE (CONJOINT ET ENFANTS), EN PARTICULIER EN ITALIE, AU PORTUGAL ET EN AUTRICHE.

COMPAGNONS DE VOYAGE

											
Conjoint(e)	63	63	64	66	64	70	63	67	66	59	66
Enfants	24	31	36	34	23	35	40	37	29	26	29
Amis	16	16	25	14	12	16	21	11	17	19	15
Seul(e)	12	9	11	9	15	7	10	8	8	14	10
Parents	8	10	11	9	8	7	10	10	11	10	12
Famille élargie	6	5	9	9	3	10	11	9	8	6	8
Frère(s) et sœur(s)	6	8	6	7	5	6	8	6	10	5	5

LES EUROPÉENS PRÉFÈRENT UTILISER LA VOITURE POUR SE RENDRE À LEUR DESTINATION DE VACANCES, TANDIS QUE LES ASIATIQUES PRÉFÈRENT PRENDRE L'AVION

MOYENS DE TRANSPORT

	EUROPE			
Voiture personnelle	64	55	28	48
Avion	22	38	55	42
Train	14	5	43	7
Bus	5	6	11	7
Bateau	4	3	3	3
Voiture de location par le biais d'une agence	3	10	4	5
Vélo	3	5	2	4
Camping-car	3	5	1	7
Voiture de location entre particuliers	2	6	5	8
Covoiturage	2	6	4	6
Moto	2	3	1	7

GAME CHANGERS

LA VOITURE PERSONNELLE EST LE MODE DE TRANSPORT PRÉFÉRÉ DANS TOUTE L'EUROPE. L'AVION EST ÉGALEMENT APPRÉCIÉ EN SUISSE, EN BELGIQUE ET AU PORTUGAL

MOYENS DE TRANSPORT

											
Voiture personnelle	63	62	59	69	60	70	65	58	70	51	57
Avion	25	30	21	16	26	18	19	34	20	34	28
Train	16	12	21	15	13	13	17	11	13	17	13
Bus	5	5	17	2	4	2	9	7	6	5	6
Bateau	3	2	2	3	4	7	1	4	2	3	5
Voiture de location - agence	2	3	2	3	3	3	1	4	5	2	4
Vélo	3	3	7	2	6	2	3	1	1	2	3
Camping-car	4	3	4	3	5	3	3	2	2	4	2
Voiture de location - particuliers	3	2	2	1	1	3	2	4	2	3	3
Covoiturage	3	2	3	3	3	1	1	2	4	1	2
Moto	3	2	2	2	5	2	1	2	1	3	1

LES VACANCIERS CHOISISSENT PRINCIPALEMENT LEUR MODE DE TRANSPORT PAR COMMODITÉ OU PAR HABITUDE

CRITÈRES POUR LE CHOIX DU MODE DE TRANSPORT

	EUROPE			
C'est le moyen le plus pratique pour atteindre la destination	57	63	62	51
Vous avez l'habitude de prendre ce mode de transport	43	43	41	38
Le coût est plus abordable pour votre budget	25	37	36	35
Le risque d'infection est moindre	22	23	33	36
Le risque d'infecter les autres est moindre	13	17	21	28

L'HÔTEL RESTE L'HÉBERGEMENT LE PLUS POPULAIRE PARMIS LES VACANCIERS, EN PARTICULIER EN CHINE. LES EUROPÉENS APPRÉCIENT ÉGALEMENT LA LOCATION SAISONNIÈRE, LES AMÉRICAINS PRÉFÈRENT SÉJOURNER CHEZ LEURS PROCHES

TYPE D'HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ

	EUROPE			
Hôtel	37	48	64	40
Location de maison/appartement	32	20	29	16
Gratuitement chez des amis/famille	27	33	18	31
Bed & Breakfast	12	13	22	43
Camping	12	15	7	17
Camping-car/caravane	5	9	6	10
Bateau	3	7	4	10

Et à quel(s) mode(s) d'hébergement aurez-vous recours pendant ces vacances d'été 2021 ?

GAME CHANGERS

PARMI LES EUROPÉENS, L'HÔTEL EST PARTICULIÈREMENT APPRÉCIÉ EN AUTRICHE, EN ESPAGNE, EN POLOGNE ET EN SUISSE. EN FRANCE, LA MAISON FAMILIALE ET LES LOCATIONS SONT PARTICULIÈREMENT PRISÉES

TYPE D'HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ

											
Hôtel	52	35	39	25	41	38	43	35	45	43	31
Location de maison/appartement	22	39	12	35	34	33	25	32	35	26	31
Gratuitement chez des amis/famille	21	25	29	37	21	26	24	28	29	30	23
Bed & Breakfast	13	11	30	4	10	20	11	25	9	10	12
Camping	9	10	19	19	13	8	9	7	6	11	13

LES VACANCIERS RÊVENT TOUJOURS DE PROFITER DE VACANCES D'ÉTÉ RELAXANTES, EN FAMILLE. LES CHINOIS SOUHAITENT ÉGALEMENT DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CULTURES. LES THAÏLANDAIS VEULENT PROFITER DE LEUR MAISON

ACTIVITÉS IDÉALES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ	EUROPE			
Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	56	47	35	48
Se reposer avoir l'esprit tranquille	48	41	27	48
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	35	29	37	31
Profiter de votre chez-soi	16	20	27	46
Faire du sport	12	13	32	9
Faire de nouvelles rencontres	11	13	13	4
Prendre le temps de lire, se cultiver	9	14	27	10

LES VACANCIERS FRANÇAIS ET POLONAIS RÊVENT DE PASSER DU TEMPS EN FAMILLE. LES VACANCIERS ESPAGNOLS, PORTUGAIS ET BRITANNIQUES APPRÉCIENT PLUS QUE LES AUTRES DE DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CULTURES

ACTIVITÉS IDÉALES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ

											
Temps en famille	53	57	53	62	50	56	61	50	57	50	53
Repos	34	45	55	44	43	58	52	59	53	47	45
Découverte de nouvelles cultures	28	33	28	36	27	35	32	46	39	35	42
Profiter de chez-soi	26	17	15	13	25	11	12	10	11	17	16
Faire du sport	17	10	21	14	12	11	12	11	10	13	7
Nouvelles rencontres	16	13	10	12	11	11	13	8	11	11	9

LES VACANCIERS PRENDRONT LE TEMPS DE SE DÉTENDRE ET DE PASSER DU TEMPS AVEC LES MEMBRES DE LEUR FAMILLE. ILS PROFITERONT ÉGALEMENT DE LEUR MAISON, EN PARTICULIER EN THAÏLANDE

ACTIVITÉS RÉELLES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ

	EUROPE			
Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	40	34	31	26
Se reposer avoir l'esprit tranquille	34	28	25	36
Profiter de votre chez-soi	24	29	29	47
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	11	10	26	16
Prendre le temps de lire, se cultiver	10	14	28	15
Faire du sport	10	10	25	7
Faire de nouvelles rencontres	5	7	9	3

LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS, LES TCHÈQUES ET LES POLONAIS VONT SURTOUT SE DÉTENDRE, TANDIS QUE LES BELGES ET LES FRANÇAIS VONT PRIVILÉGIER LES MOMENTS PASSÉS EN FAMILLE.

ACTIVITÉS RÉELLES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ

											
Temps en famille	43	44	43	46	35	43	34	37	41	37	38
Repos	24	30	41	28	30	41	41	45	44	30	28
Profiter de chez-soi	30	31	24	15	34	14	19	22	17	28	32
Découverte de nouvelles cultures	12	13	8	14	8	13	10	14	12	11	11
Lire, se cultiver	11	12	7	8	11	8	10	13	12	10	8
Faire du sport	13	10	18	12	10	7	9	8	9	13	8
Nouvelles rencontres	8	7	6	5	5	7	5	4	5	7	4

POUR LES EUROPÉENS, LES ACTIVITÉS RÉELLEMENT RÉALISÉES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ NE SONT PAS SI ÉLOIGNÉES DE L'IDÉAL. SEULE LA DÉCOUVERTE DE NOUVELLES CULTURES SEMBLE UN PEU UTOPIQUE CETTE ANNÉE, TANDIS QUE LE FAIT DE PROFITER DE SA MAISON SEMBLE PLUS RÉALISTE

ACTIVITÉS IDÉALES/RÉELLES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ

EUROPE



IDÉALES

Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	56	47	35	48
Se reposer avoir l'esprit tranquille	48	41	27	48
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	35	29	37	31
Profiter de votre chez-soi	16	20	27	46

RÉELLES

Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	40	34	31	26
Se reposer avoir l'esprit tranquille	34	28	25	36
Profiter de votre chez-soi	24	29	29	47
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	11	10	26	16

FOCUS SUR LES VOYAGEURS PLUS ÂGÉS

PROJETS DE VACANCES Senior par l'ensemble de l'échantillon

	EUROPE	USA
PROJETS DE VACANCES	54 % vs 57 %	44 % vs 50 %
BUDGET	1821 € vs 1556 €	1892 € vs 1878 €
Partiront pendant 3 / 4 semaines	28 % vs 20 %	11 % vs 12 %
Moins enclins à adopter des initiatives pour voyager DE MANIÈRE PLUS DURABLE		
Hébergement certifié écologique	73 % (vs 78 %)	44 % (vs 64 %)
Apport de produits à donner	57 % (vs 70 %)	44 % (vs 64 %)

CE QU'ILS PENSENT DE LA COVID ET DE SON IMPACT

	EUROPE	USA
DÉJÀ VACCINÉS	71% vs 37%	89% vs 59%
Plus OUVERTS à des mesures à l'échelle mondiale pour relancer les voyages :		
Nécessaire pour accélérer le retour aux voyages normaux	76% vs 68%	63% vs 56%
Mais plus réticents à faire des efforts		
Rester isolé(e) pendant plusieurs jours avant ou après le voyage	41% vs 47%	42% vs 54%
Voyager seul(e) vers un endroit reculé	28% vs 39%	24% vs 39%
Plus OPTIMISTES : Être en mesure de voyager à nouveau dans des « conditions normales » en 2022		
	46% vs 39%	44% vs 41%

Note de lecture : 54 % des Européens de plus de 65 ans prévoient de partir en vacances cet été, contre 57 % pour l'ensemble des Européens

GAME CHANGERS



FOCUS SUR LES VOYAGEURS SENIORS

PROJETS DE VACANCES

Senior par l'ensemble de l'échantillon

EUROPE



PROJETS VACANCES

54% vs 57%

66% vs 67%

BUDGET

1821€ vs €1556

1827€ vs €1627

Partiront

pendant 3 / 4 semaines

28% vs 20%

39% vs 28%

Moins enclins à adopter des initiatives pour voyager
DE MANIÈRE PLUS DURABLE

Hébergement

certifié écologique

73% (vs 78%)

69% (vs 74%)

Apport de produits à donner

57% (vs 70%)

60% (vs 71%)

CE QU'ILS PENSENT DE LA COVID ET DE SON IMPACT

EUROPE



DÉJÀ VACCINÉS

71% vs 37%

66% vs 34%

Plus OUVERTS à des mesures à l'échelle mondiale pour relancer les voyages :

Nécessaire pour accélérer le retour aux voyages normaux

76% vs 68%

73% vs 63%

Mais **plus réticents** à faire des efforts

Rester isolé(e) pendant plusieurs jours avant ou après le voyage

41% vs 47%

43% vs 49%

Voyager seul(e) vers un endroit reculé

28% vs 39%

31% vs 39%

Plus OPTIMISTES : Être en mesure de voyager à nouveau dans des « conditions normales » en 2022

46% vs 39%

51% vs 37%

Note de lecture : 54 % des Européens de plus de 65 ans prévoient de partir en vacances cet été, contre 57 % pour l'ensemble des Européens

GAME CHANGERS



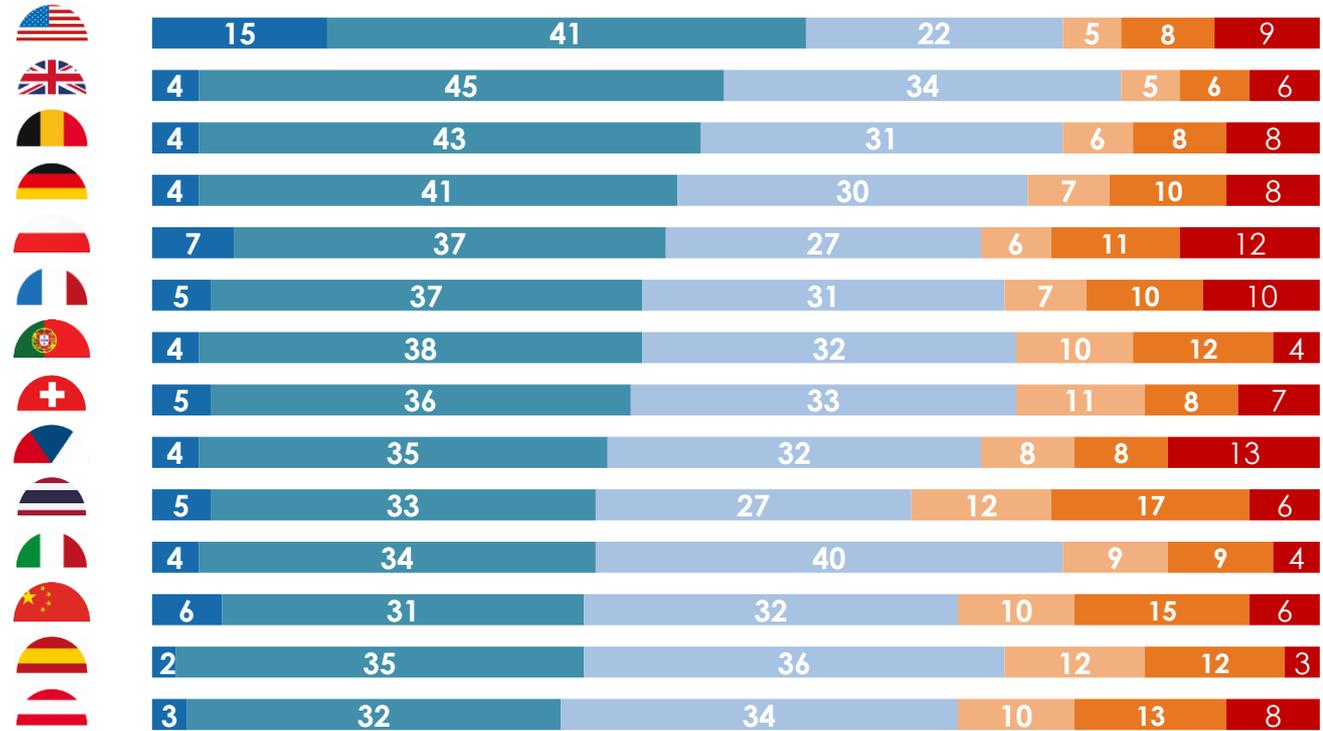
7.

NOUVELLES PRATIQUES DE VOYAGE

- > Optimisme quant au retour à la normale
- > Impact durable sur les habitudes de voyage
- > Voyage durable
- > Travail sur le lieu de vacances

LES AMÉRICAINS, LES BRITANNIQUES ET LES BELGES SONT LES PLUS OPTIMISTES QUANT AU RETOUR À DES CONDITIONS NORMALES DE VOYAGE. LES TCHÈQUES, LES POLONAIS ET LES FRANÇAIS SONT CEUX QUI PENSENT LE PLUS QUE NOUS NE POURRONS JAMAIS REVENIR À LA VIE D'AVANT LA PANDÉMIE

OPTIMISME QUANT AU RETOUR AUX CONDITIONS NORMALES DE VOYAGE (%)



Quand pensez-vous que nous serons en mesure de voyager à nouveau dans des « conditions normales », et sans masques ni tests ?

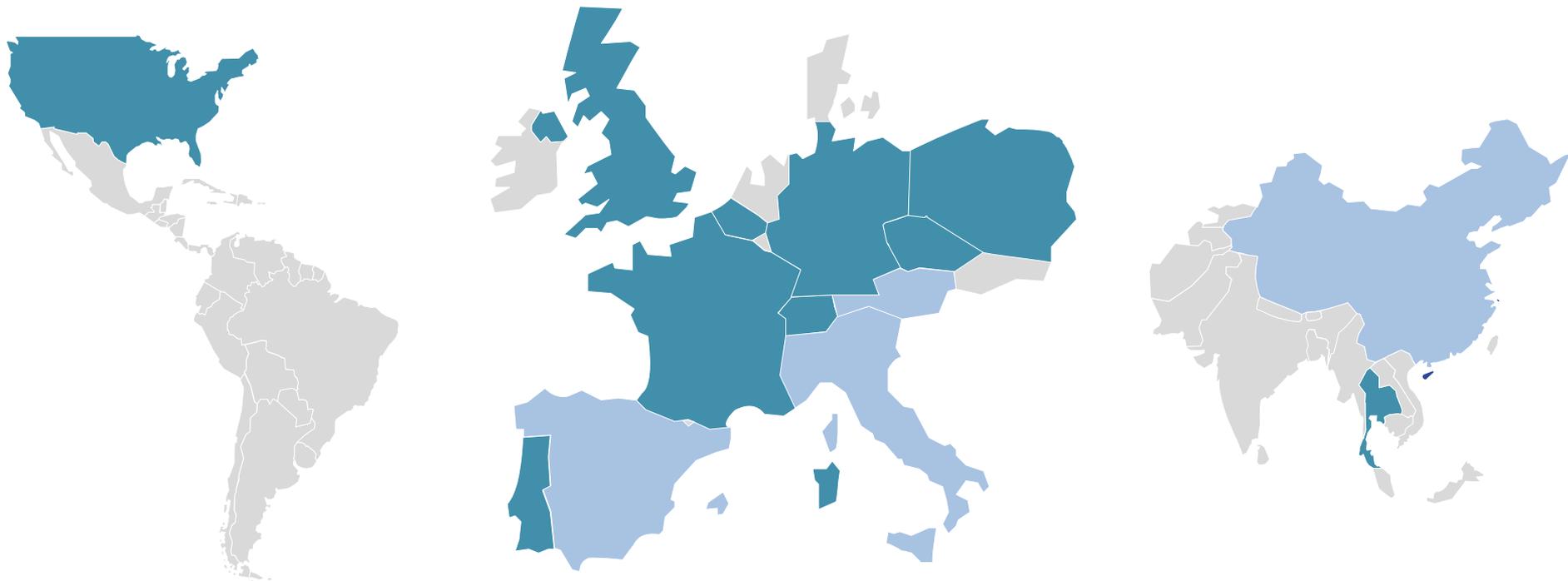
2021 2022 2023 2024 après 2024 jamais

GAME CHANGERS



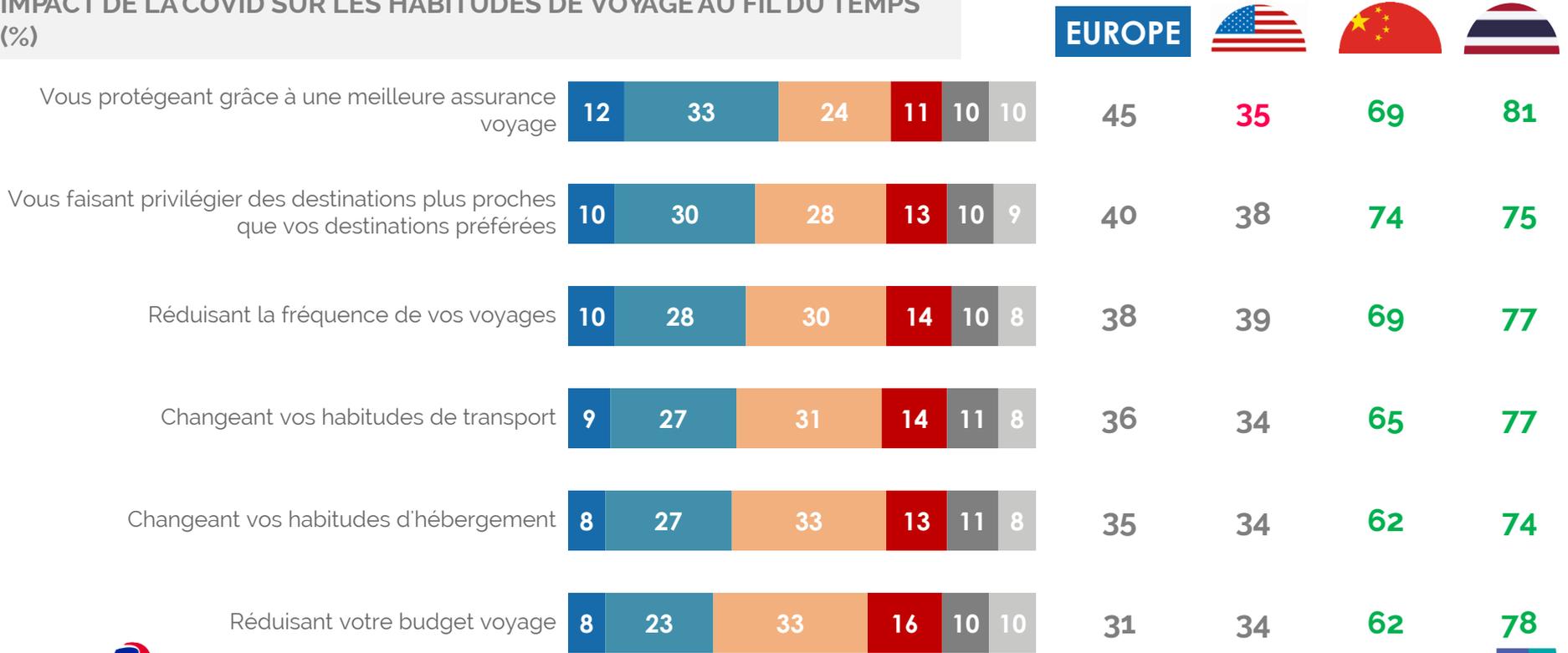
LA PLUPART DES CHINOIS, ITALIENS, AUTRICHIENS ET ESPAGNOLS PENSENT QUE NOUS NE POURRONS PAS VOYAGER DANS DES CONDITIONS NORMALES AVANT 2023

OPTIMISME QUANT AU RETOUR AUX CONDITIONS NORMALES DE VOYAGE (%)



LES ASSURANCES VOYAGE SONT UNE OPTION INTÉRESSANTE POUR VOYAGER EN TOUTE TRANQUILLITÉ D'ESPRIT. C'EST UNE SOLUTION QUI SEMBLE PLUS FACILE/PLUS ATTRAYANTE QUE DE MODIFIER SES HABITUDES DE VOYAGE (DESTINATIONS, TRANSPORTS OU FRÉQUENCE)

IMPACT DE LA COVID SUR LES HABITUDES DE VOYAGE AU FIL DU TEMPS (%)



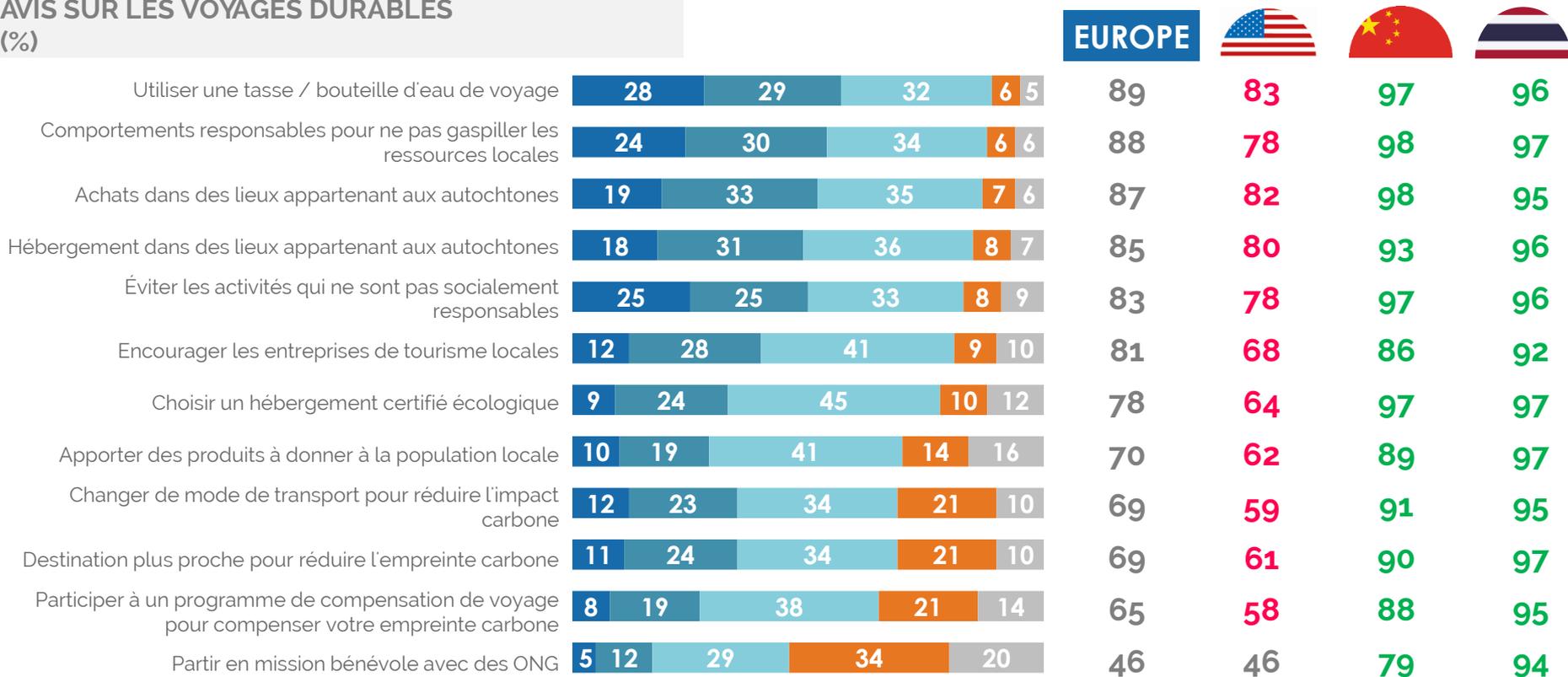
LÀ ENCORE, PARMIS LES VOYAGEURS EUROPÉENS, LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS ET LES ITALIENS SONT LES PLUS DISPOSÉS À CHANGER LEURS HABITUDES DANS TOUS LES DOMAINES

IMPACT DE LA COVID SUR LES HABITUDES DE VOYAGE AU FIL DU TEMPS (%)

											
Meilleure assurance voyage	44	40	44	37	38	51	32	52	59	39	56
Destinations plus proches	40	33	35	45	34	48	28	55	52	36	34
Reduction de la fréquence de voyage	36	30	33	36	33	46	30	51	48	35	38
Changer les habitudes de transport	31	27	30	31	27	50	27	51	49	27	34
Changer les habitudes d'hébergement	32	26	31	32	27	49	27	50	47	25	31
Réduire le budget	29	23	30	31	22	43	28	48	42	25	26

CERTAINES ACTIONS SONT DÉJÀ BIEN ANCRÉES DANS LES HABITUDES DES VOYAGEURS, COMME ÉVITER L'UTILISATION EXCESSIVE DE PLASTIQUE, ÉVITER LES ACTIVITÉS QUI NE SONT PAS SOCIALEMENT RESPONSABLES OU RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT/DE LA FAUNE OU NE PAS GASPILLER LES RESSOURCES LOCALES

AVIS SUR LES VOYAGES DURABLES (%)



Oui, et systématiquement Oui, quand cela est possible
Oui, disposé à le faire Non, pas disposé à le faire Pas concerné(e)
you live we care

Le voyage durable consiste à vouloir avoir un impact positif sur l'environnement, la société et l'économie lorsque l'on voyage. Voici quelques initiatives pour voyager de façon plus durable. Seriez-vous disposé(e) à les adopter ?

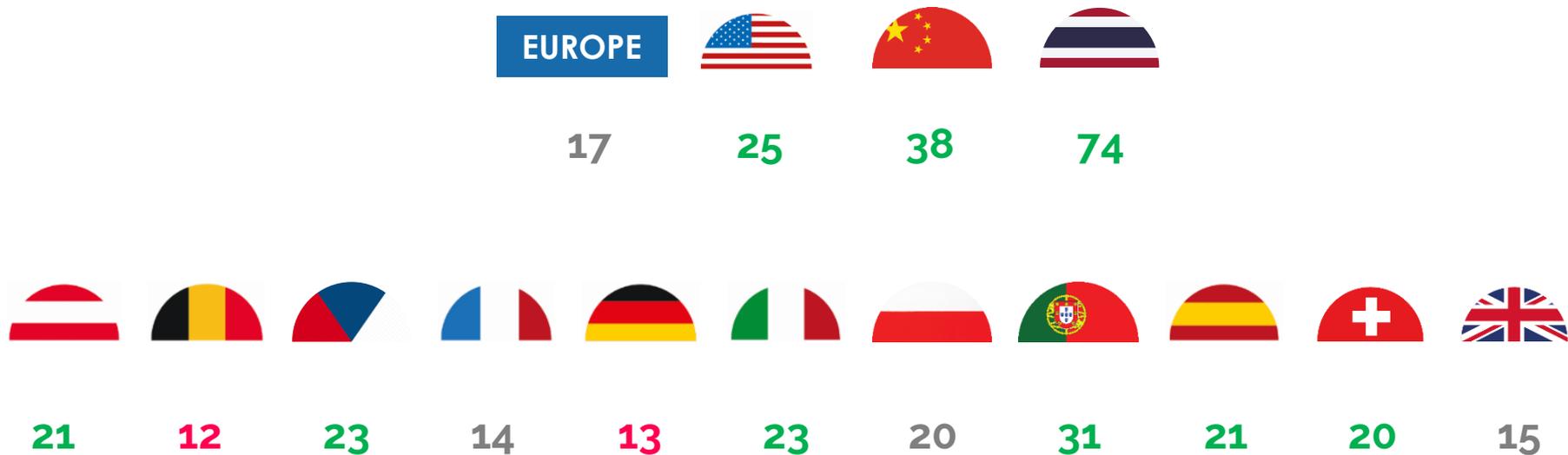
LES ITALIENS ET LES PORTUGAIS SONT LES PLUS PROMPTS À ORGANISER LEURS VOYAGES DE MANIÈRE PLUS DURABLE ET PLUS RESPECTUEUSE

AVIS SUR LES VOYAGES DURABLES (%)

											
Utiliser une tasse / bouteille d'eau de voyage	87	84	86	89	85	92	91	94	91	86	87
Comportements responsables pour ne pas gaspiller les ressources locales	88	82	61	91	80	93	87	95	94	86	85
Achats dans des lieux appartenant aux autochtones	90	87	89	82	85	93	86	92	88	86	90
Hébergement dans des lieux appartenant aux autochtones	88	77	83	76	86	90	90	91	89	85	84
Éviter les activités qui ne sont pas socialement responsables	84	83	73	80	82	91	81	93	86	79	81
Encourager les entreprises de tourisme locales	82	76	66	84	79	79	82	89	92	83	75
Choisir un hébergement certifié écologique	75	74	68	74	73	86	79	90	87	73	73
Apporter des produits à donner à la population locale	63	66	67	71	62	77	72	83	75	70	61
Changer de mode de transport pour réduire l'impact carbone	66	63	63	64	61	80	70	82	81	62	60
Destination plus proche pour réduire l'empreinte carbone	68	61	62	66	60	81	66	85	77	62	64
Participer à un programme de compensation de voyage pour compenser votre empreinte carbone	60	51	51	53	57	80	76	82	72	56	60
Partir en mission bénévole avec des ONG	46	36	42	36	48	54	56	65	50	48	34

LES ASIATIQUES, LES AMÉRICAINS ET LES PORTUGAIS SEMBLENT LES PLUS FRIANDS DU TRAVAIL SUR UN LIEU DE VACANCES

INTENTION DE TRAVAILLER SUR UN LIEU DE VACANCES PARMIS LES ACTIFS (%)



POUR LE TRAVAIL SUR UN LIEU DE VACANCES, LES PAYS EUROPÉENS ET LA THAÏLANDE PRÉFÈRENT SÉJOURNER CHEZ UN PROCHE OU DANS LEUR MAISON DE VACANCES. LES AMÉRICAINS ET LES CHINOIS SONT ÉGALEMENT PRÊTS À RÉSERVER UN HÔTEL

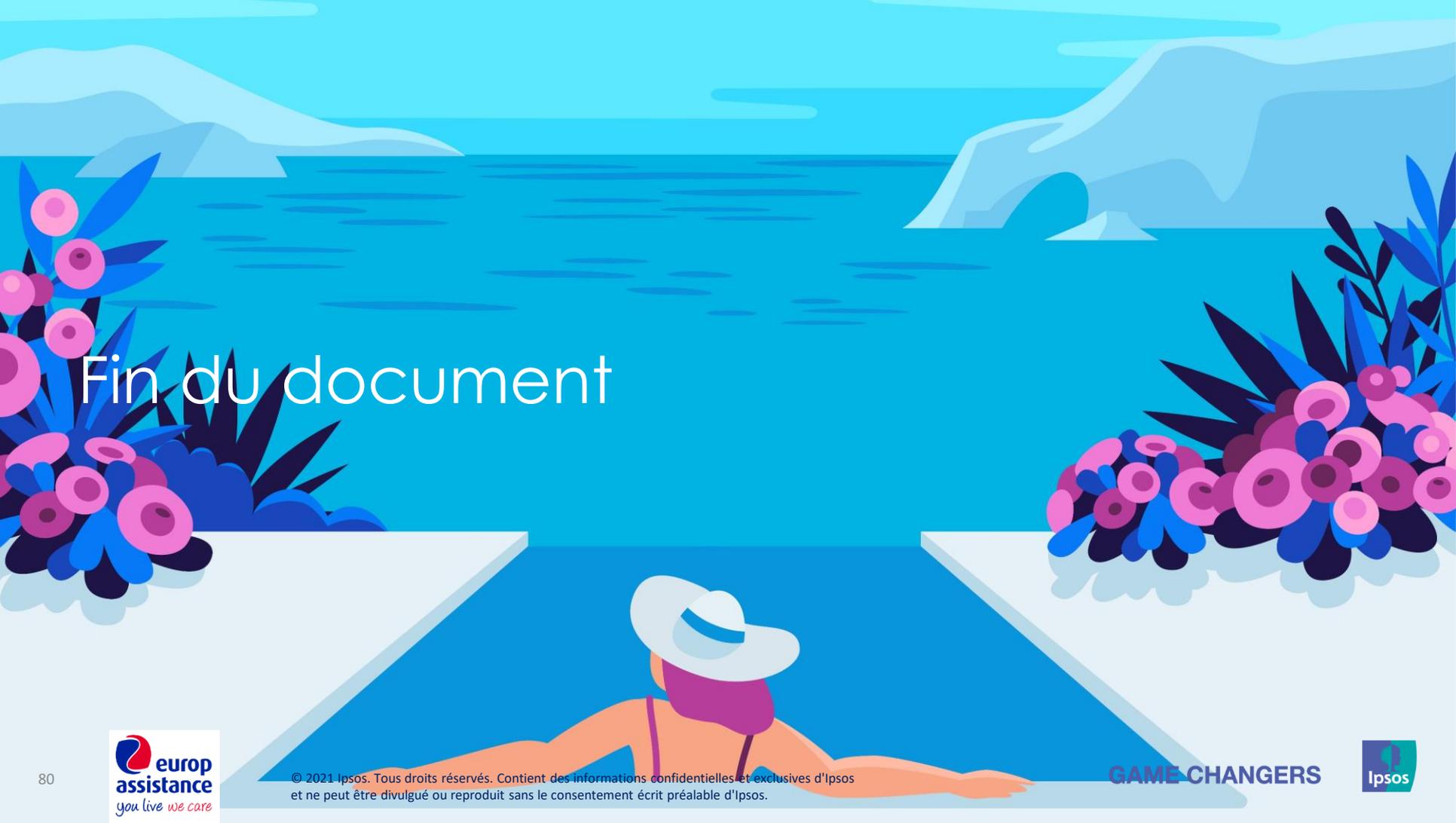
HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ POUR LE TÉLÉTRAVAIL

	EUROPE			
Séjourner chez un ami, un proche ou dans ma maison secondaire	34	30	28	46
Louer un appartement/une maison	27	19	21	9
Réserver un hôtel	19	29	33	11
Séjourner dans un Bed & Breakfast	17	20	17	31
Autre	3	2	1	3

LES HABITUDES DE TÉLÉTRAVAIL SONT PLUTÔT HOMOGENES PARMIS LES EUROPEENS

HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ POUR LE TÉLÉTRAVAIL

											
Séjourner chez un ami / un proche	27	32	42	40	25	34	44	31	34	35	34
Louer un appartement/une maison	18	33	21	23	30	31	17	32	36	29	21
Réserver un hôtel	30	21	19	20	24	17	13	23	16	15	19
Séjourner dans un Bed & Breakfast	21	9	14	13	21	14	20	12	13	16	22
Autre	4	5	4	4	0	4	6	2	1	5	4



Fin du document

ANNEXES

CONTACTS

SARAH DUHAUTOIS

Directrice adjointe du département
Corporate Reputation

sarah.duhautois@ipsos.com

01 41 98 98 31



STEPHANIE STORNE

Chargée d'études Sénior

stephanie.storne@ipsos.com

01 41 98 93 48



Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos.

Il a été relu et validé par : *Sarah Duhautois, Directrice adjointe du département Corporate Reputation*



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



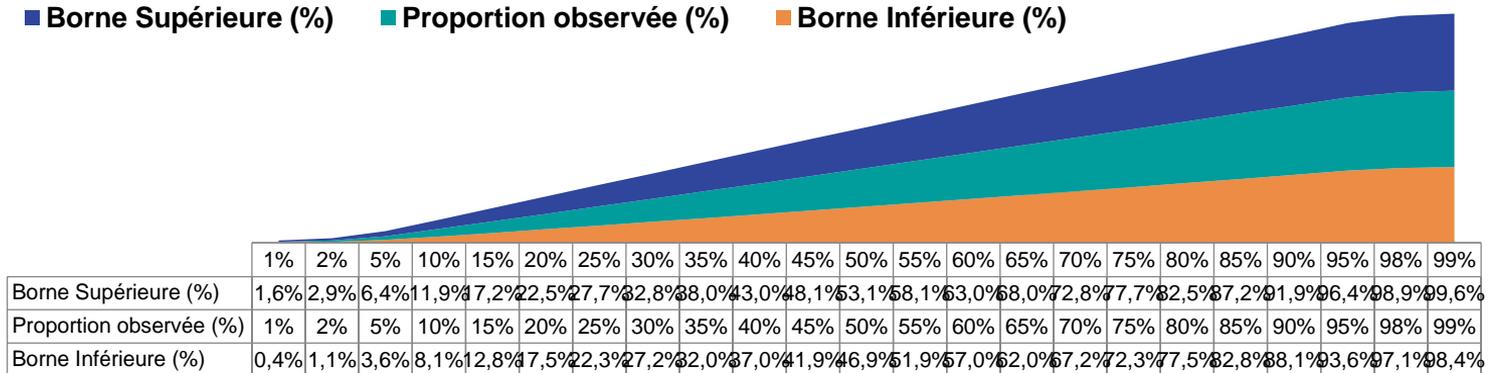
Fiabilité des résultats

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1 000**

Les proportions observées sont comprises entre :



Étude CAWI sur panel IIS



ÉCHANTILLON

- **Population cible** : Homme/femme âgé(e) de 18 ans et plus
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué sur la méthode des quotas
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge, profession, région, catégorie d'agglomération



COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 5 au 20 mai 2021
- **Taille de l'échantillon final** : 14002 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.



TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : âge, sexe, région, profession

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.

FICHE TECHNIQUE

Organisation (Étude sur panel online)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination et validation des traductions
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse



LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Traduction
- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données
- Traitement des données
- Mise en forme des résultats

À PROPOS D' IPSOS

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.