



**Bilan tourisme  
Et lancement de l'opération  
« Vacances 2010 »**

Jeudi 1<sup>er</sup> juillet 2010

**Hervé NOVELLI**  
**Secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat,**  
**des Petites et moyennes entreprises, du Tourisme,**  
**des Services et de la Consommation**

Dossier de presse

<http://www.economie.gouv.fr>

**BILAN DU DEBUT D'ANNEE ET PERSPECTIVES ESTIVALES**  
**« 2010 : NETTE REPRISE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE »**

# Sommaire

<b>1 – Bilan du début d’année et perspectives estivales</b>	p.3
---	-----

## **2 - Présentation des outils statistiques**

- |   |       |
|---|-------|
| • Enquête de conjoncture ATOUT FRANCE<br>en partenariat avec le RN2D, la FNOTSI et SKI France | p. 9  |
| • Baromètre mensuel de conjoncture touristique<br>ATOUT FRANCE - TNS Sofres                   | p. 11 |

## **3 – Annexes**

- |   |       |
|---|-------|
| • Synthèse du Baromètre TNS Sofres-ATOUT FRANCE   | p. 14 |
| • Synthèse de l’Enquête de conjoncture ATOUT FRANCE<br>en partenariat avec le RN2D, la FNOTSI et SKI France | p. 17 |

### 1 LA DEMANDE EST DE RETOUR

Source : Baromètre TNS Sofres - ATOUT FRANCE

#### 1.1 Les visiteurs sont de nouveau au rendez-vous au premier semestre 2010...

**Que ce soit pour les Français ou pour les visiteurs étrangers, 2010 semble être l'année de la reprise.**

Selon les estimations du Baromètre ATOUT FRANCE-TNS Sofres pour les six premiers mois de l'année, la **fréquentation des Français aurait augmenté de +12%** en voyages comme en nuitées, retrouvant son niveau normal, c'est-à-dire celui du premier semestre 2008. Cette croissance prend appui sur une bonne fréquentation de la montagne en hiver, une nette reprise de la fréquentation à Paris, une bonne performance des vacances de printemps et un redémarrage des voyages professionnels bénéficiant, au mois de mai, d'un calendrier favorable (moins de ponts en mai 2010 qu'en mai 2009).

En ce qui concerne **les visiteurs étrangers, la croissance en nombre de voyages serait de +5,5%** sur les 5 premières clientèles européennes. Ce regain, qui pourrait être plus important en termes de nuitées à la faveur d'un allongement des durées de séjour, est notamment dû au retour des clientèles britannique (en recul particulièrement fort en 2009), allemande, et néerlandaise. La clientèle russe serait par ailleurs en croissance très forte (+24% sur les 5 premiers mois de l'année) selon l'enquête de fréquentation hôtelière (EFH) de l'INSEE.

Pour les **marchés lointains**, la croissance est également soutenue du fait des clientèles asiatiques. L'effet de la parité Euro/Dollar n'est pas encore perceptible sur l'ensemble de la période, mais laisse présager un net redressement des clientèles américaines à compter de mai (+6,6% au mois de mai -chiffres provisoires- contre -10,5% au mois d'avril, effet volcan inclus, et -3,7% en mars selon l'EFH).

#### 1.2 ...mais la tendance reste incertaine en ce qui concerne les dépenses

En termes de dépenses par nuitée sur les 5 premiers mois, une légère croissance de **+3%** a été observée pour les **Français**. En revanche, pour les **Européens**, ces dépenses auraient connu une baisse de **-11%**.

C'est donc bien sur le budget moyen que va se jouer la saison. On remarque que dans cette période de crise économique comme le soulignait l'étude TNS Sofres sur les évolutions des comportements liés à la crise, les départs en vacances sont bien préservés, l'ajustement se faisant en amont sur les autres postes de consommation et pendant le voyage par le respect d'un budget préalablement établi.

#### 1.3 Prévisions juillet-août : accentuation de la tendance à la hausse de la fréquentation

Concernant la fréquentation en séjours des **Français**, les perspectives **de juillet (+18%)** sont nettement plus favorables que celles **d'août (+7%)**. Cependant en termes de nuitées, ces tendances seront un peu moins bonnes (+15% en juillet et stabilité en août).

Du côté des **Européens**, tout se passe comme s'ils confirmaient leur retour, et ce de façon très nette puisque les intentions de départs sont en croissance de +23% en juillet et de +10% en août. Ces chiffres sont encore meilleurs pour ce qui concerne les nuitées (+36% en juillet et +11% en août) confirmant la tendance déjà constatée d'un allongement des durées de séjours.

## 2 LES ACTEURS DU TOURISME CONFIRMENT LA TENDANCE

*Source : Enquête de conjoncture ATOUT FRANCE en partenariat avec le RN2D, la FNOTSI et SKI France et Baromètre TNS Sofres-ATOUT FRANCE*

### 2.1 Avril-mai 2010 : un bilan très honorable

**Avril 2010** : selon le Baromètre, l'activité a été relativement bonne, même si elle a été un peu en deçà de ce que prévoyaient les professionnels au début du mois. Le marché français a été particulièrement présent avec des dépenses en progression par rapport à 2009 et si la clientèle étrangère était plutôt en léger repli, ses dépenses ont plutôt augmenté, avec une plus grande part d'hébergements marchands qu'en avril 2009.

Les conditions météorologiques sont majoritairement perçues comme satisfaisantes par les offices de tourisme et syndicats d'initiative et les comités départementaux de tourisme, voire excellentes sur une bonne partie du littoral ouest (l'espace montagne étant le seul à se démarquer). En cohérence avec ce constat, la fréquentation est ressentie presque partout comme satisfaisante. Si, bien entendu, cette perception est nuancée en fonction des espaces et des destinations (perception d'augmentation sur le littoral, plus mitigée pour l'urbain et la montagne), la tendance de la fréquentation apparaît à toutes les catégories d'acteurs plus favorable pour la clientèle française que pour la clientèle étrangère.

**Mai 2010** : l'activité a été bonne comparativement à mai 2009 d'après le Baromètre. Cela se vérifie tant dans les déclarations des professionnels qu'en observant les différents marchés : clientèle française plus présente (avec des dépenses totales en hausse) et présence étrangère maintenue.

Du point de vue des offices et comités départementaux de tourisme, les conditions météorologiques ont été très majoritairement perçues comme mauvaises, sauf en Provence, Bretagne et Normandie. La fréquentation est néanmoins majoritairement perçue comme assez satisfaisante partout, à l'exception de la montagne. En avril et mai, le niveau de fréquentation des littoraux charentais et vendéen est en chute, fortement impacté par le passage de la tempête Xynthia fin février.

### 2.2 D'excellentes perspectives pour l'été 2010

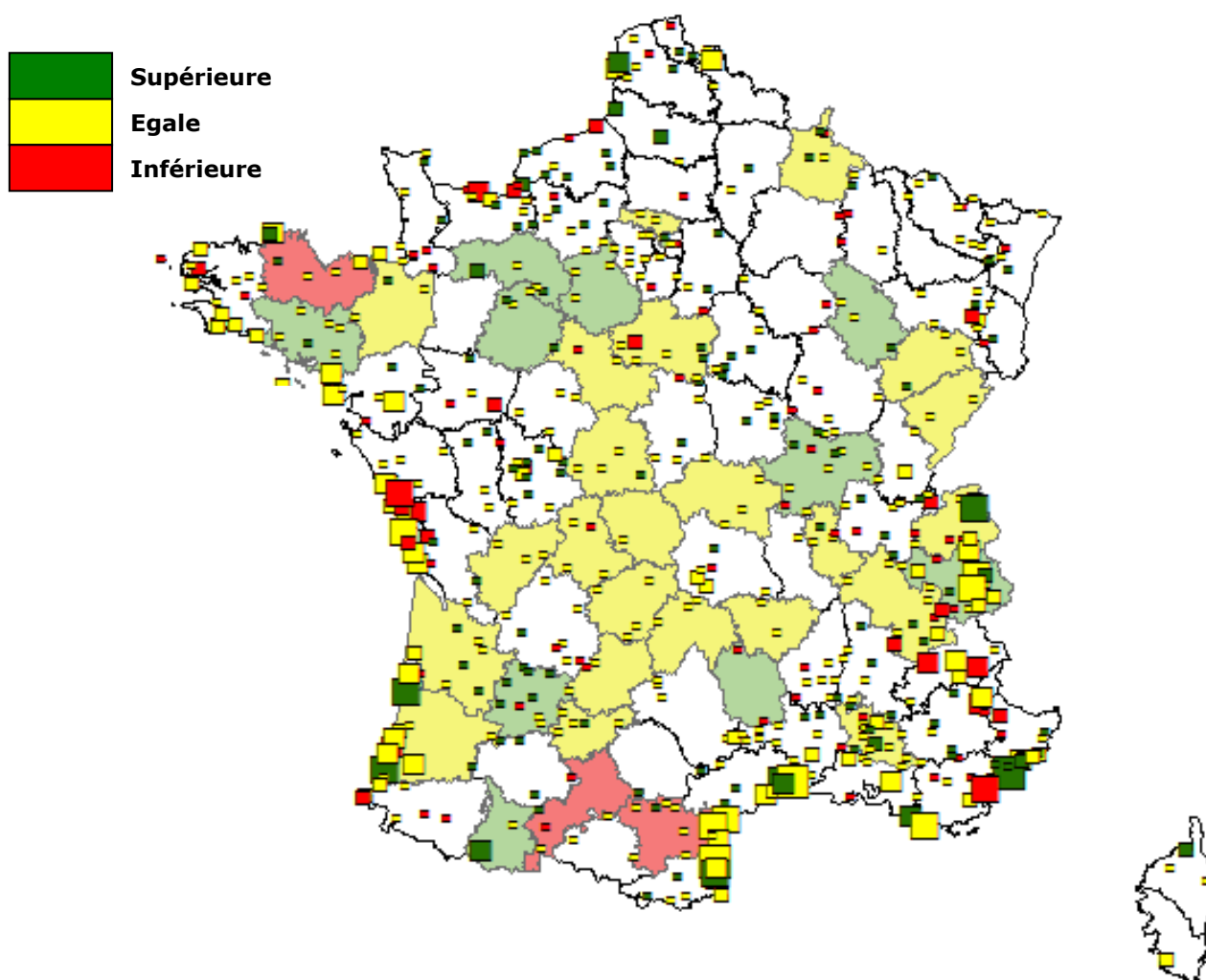
**Juin 2010** : Selon le baromètre ATOUT FRANCE-TNS SOFRES, les clientèles **françaises et étrangères seraient très présentes**, notamment les Allemands, les Britanniques qui font leur retour et, dans une moindre mesure, les Italiens. Pour les hôteliers, les loueurs d'hébergements et les gérants de campings, les taux de réservation sont similaires à ceux de 2009, voire en progression pour la location collective. L'état d'esprit des professionnels est plutôt positif chez tous, hormis chez les loueurs d'hébergements individuels qui sont plus partagés.

C'est à une stabilité de la fréquentation que s'attendent de leur côté la plupart des offices et des comités départementaux du tourisme.

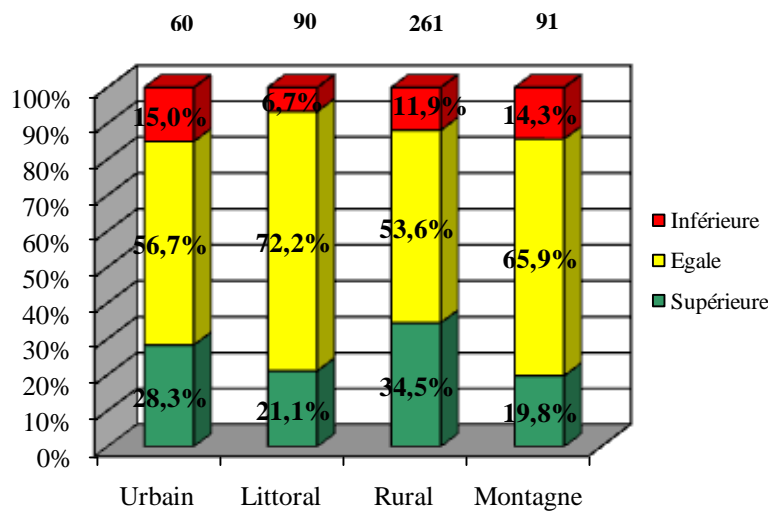
### **Juillet 2010 : les perspectives seraient bien meilleures qu'en juillet 2009**

Selon le Baromètre, pour les professionnels de l'hébergement interrogés, les taux de réservation sont similaires, voire pour les campings meilleurs que ceux de l'année dernière. Les clientèles françaises et étrangères s'annonceraient en progression, surtout pour les Britanniques, les Néerlandais et les Allemands.

**Perception de la tendance de la fréquentation totale  
par les OTSI et les CDT pour le mois de juillet 2010**



**Perception de la tendance de la fréquentation  
française pour août 2010 selon le type d'espace**



Selon les départements et les offices ruraux et urbains, les professionnels qui considèrent la fréquentation en hausse sont plus nombreux que ceux qui considèrent qu'elle est en baisse. Pour les offices littoraux, ce ressenti est au contraire en baisse. Enfin, en montagne, surtout en station, le ressenti des professionnels est majoritairement négatif. Ce constat vaut à la fois pour les clientèles française et étrangère.

### **Août 2010 : les prévisions annoncent un mois au même niveau ou un peu meilleur qu'août 2009**

Les clientèles **françaises et étrangères** interrogées dans le cadre du Baromètre seraient globalement aussi présentes qu'en 2009. La clientèle britannique (première en nombre) devrait connaître une croissance particulièrement importante. Il faut toutefois tenir compte du caractère incertain des intentions et des décisions de dernière minute.

Les acteurs du tourisme, à l'exception des stations de montagne, ont majoritairement un sentiment de stabilité par rapport à la même période en 2009. Le nombre d'acteurs à avoir une perception d'augmentation de la fréquentation est supérieur au nombre de ceux qui ressentent une baisse.

Cette perspective favorable serait nettement imputable à la clientèle française, le solde hausses-baisse pour les clientèles étrangères n'étant positif qu'en espace montagne, (malgré une situation nettement inverse au niveau des stations, équilibré en milieu rural et faiblement négatif ailleurs).

## **3. L'OFFRE- FOCUS PAR SEGMENTS D'ACTIVITES**

*Source : Baromètre TNS Sofres pour ATOUT FRANCE*

### **3.1 Hôtellerie**

**Avril 2010** : 58% des hôteliers déclarent une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année dernière, activité qui s'est révélée en deçà de ce qu'ils avaient prévu début avril (66% de déclarations en hausse ou stable).

Selon l'EFH, si la fréquentation globale poursuit sa tendance à la hausse amorcée en février 2010 (+ 1,8 %), le mois d'avril est contrasté : la fréquentation française croît de +3,3 % alors que la fréquentation étrangère recule à nouveau (- 1 %). Toutes catégories confondues, le taux d'occupation reste quasiment stable en avril.

Les événements tels que le nuage de cendres volcaniques (cf encadré p.8) ou les grèves à la SNCF expliquent peut-être ces phénomènes.

**Mai 2010** : 69% des hôteliers déclarent une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année dernière. C'est la 2<sup>ème</sup> fois depuis janvier 2008, que les hôteliers sont aussi nombreux à prévoir une activité en augmentation ou stable. **Cette tendance se décline néanmoins différemment selon les régions** : très favorable en région parisienne, favorable dans le sud-est et le nord-est, mais tout juste correcte dans l'ouest et encore fragile dans le sud-ouest.

**Juin 2010** : L'état d'esprit est à l'optimisme avec 65% des hôteliers se déclarant satisfaits du niveau d'activité prévisionnel, chiffre un peu supérieur à celui de juin 2009 (61%).

**Tendances à 6 mois** : Le taux de réservation est similaire à celui estimé en juin 2009 pour juillet 2009. Mais il est jugé encore préoccupant par une majorité d'hôteliers pour les 6 prochains mois : seulement 47% de satisfaits. Ce taux est tout de même en hausse par rapport à l'an dernier (32%).

Dans ce contexte la confiance en l'avenir se maintient à un bon niveau, avec 71% des hôteliers optimistes par rapport à l'avenir (+ 7 points par rapport à l'an passé). 13% d'entre eux envisagent de recruter des permanents dans les 12 prochains mois, comme l'an dernier à la même période, et les intentions de recrutement de saisonniers sont elles aussi semblables à celles de l'année dernière (26%).

### 3.2 La restauration

En **avril 2010**, **62%** des restaurateurs déclarent une activité stable ou en hausse par rapport à 2009.

En **mai 2010**, **60%** d'entre eux déclarent une activité stable ou en hausse par rapport à 2009. On remarque que la part des restaurateurs déclarant une activité en hausse (33%) est supérieure à la part de ceux déclarant une activité stable (27%), ce qui n'était pas arrivé depuis juin 2009.

D'avril à juin, **l'état d'esprit se maintient**. 60% des restaurateurs se déclarent satisfaits du niveau d'activité prévu pour le mois en cours.

**La confiance en l'avenir progresse de 8 points** ce mois-ci à 74% d'optimistes pour l'avenir de leur établissement (un niveau plus élevé que juin 2009, 69% d'optimistes). **1 restaurateur sur 4** envisage de **recruter du personnel permanent dans les 12 mois** et 44% d'entre eux envisagent de recruter des saisonniers (vs respectivement 34% et 40% en 2009 à la veille de la baisse de la TVA).

### 3.3 Les campings

**Avril 2010** : les gérants de campings sont 61% à déclarer une activité stable ou en hausse.

**Mai 2010** : ils sont 56% à déclarer cette activité stable ou en hausse par rapport à mai 2009 qui avait été très bon. Ce taux décevant est imputable aux mauvais résultats des emplacements nus alors que les perceptions concernant l'activité Mobil-Home/bungalows sont nettement plus favorables.

**Juin 2010** : l'état d'esprit sur l'activité est plutôt positif : 63% se déclarent satisfaits de la prévision d'activité (contre 70% en 2009).

**Juillet 2010** : le taux de réservation prévu pour juillet est plus élevé que celui prévu l'année dernière à la même période : 58% versus 47% en 2009. Et il est jugé très favorable pour les 6 mois qui viennent et donc pour la saison estivale, avec 82% de satisfaits des perspectives de réservations à 6 mois, bien plus que l'an passé (58% en juin 2009).

Au final, une saison qui s'annonce excellente, avec 86% de gestionnaires optimistes face à l'avenir. 51% d'entre eux envisagent de recruter des saisonniers à 2 mois (vs 56% en 2009).

### 3.4 Les loueurs

**Avril 2010** : 69% des loueurs de résidences collectives et 64% des loueurs de logements individuels ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à avril 2009.

**Mai 2010** : 75% des loueurs de résidences collectives et 64% des loueurs de logements individuels ont déclaré une activité stable ou en hausse par rapport à mai 2009, dont tout de même 49% de déclarations de niveau d'activité stable chez les loueurs individuels.

**Juin 2010** : l'état d'esprit par rapport à la prévision d'activité est également contrasté selon le type de loueur : mitigé pour les loueurs de logements individuels (53% se déclarent satisfaits des perspectives d'activité), alors qu'il demeure positif chez les loueurs collectifs (65% de satisfaits).

**Juillet 2010** : les taux de réservation sont relativement stables par rapport à l'année dernière : 58% pour la location individuelle (vs 56% en juin 2009) et 64% pour la location collective (vs 62% en 2009).

Si seulement 46% des loueurs individuels sont satisfaits des perspectives de réservations à 6 mois (perception qui se dégrade par rapport à ces 3 derniers mois, mais qui reste proche de celle de juin 2009), ils sont 63% chez les loueurs de résidences collectives : ce niveau de satisfaction est plus élevé que celui déclaré l'année dernière à la même période (42%).

Après un fléchissement le mois dernier, la confiance en l'avenir est à un niveau élevé chez les loueurs de résidences collectives, avec 77% d'optimistes. La confiance se maintient toujours – à un niveau bas – ce mois, avec 63% d'optimistes chez les loueurs individuels, niveau proche de celui de juin 2009.



## RETOUR SUR LES VACANCES D'HIVER DES FRANÇAIS

(décembre 2009 à mars 2010)

Cette année, les Français sont partis en vacances d'hiver sensiblement aussi nombreux que les autres années, selon l'enquête réalisée par le CREDOC. 17% des Français sont partis entre décembre 2009 et mars 2010 et 7% sont partis plusieurs fois. Ces chiffres sont comparables aux années précédentes.

Sur la période d'hiver, 9% sont partis pendant les vacances de Noël, 8% pendant les vacances de février et 8% hors vacances scolaires. Quant au budget de vacances d'hiver, il est sensiblement identique à celui de l'an passé, qui était déjà une année de crise.

En ce qui concerne les destinations, la France métropolitaine a été prédominante cet hiver (76%), 20% des séjours ont eu lieu à l'étranger et 2% dans les DOM. Les voyages à l'étranger et dans les DOM ont été presque deux fois plus nombreux pour les vacances de février ou hors vacances scolaires qu'aux vacances de Noël. La montagne a été surtout prédominante pendant les vacances de février (62%) et hors vacances scolaires (46%), même si, pour ces dernières elles sont concurrencées par d'autres destinations (mer ou découverte culturelle).

## L'IMPACT DE L'ERUPTION DU VOLCAN ISLANDAIS

En avril, période fortement touristique en raison des fêtes de Pâques et des vacances scolaires, le trafic aérien a été fortement perturbé par l'éruption du volcan islandais Eyjafjöll, qui a entraîné la fermeture totale de l'espace aérien européen du 16 au 19 avril. La baisse du trafic aérien a été de l'ordre de 20% par rapport à avril 2009.

La fermeture de l'espace aérien a entraîné des changements de destination dans les voyages des Français selon l'enquête *Suivi de la Demande Touristique* de la DGCIS. Une partie de leurs voyages étant annulée, ils se sont rabattus sur des destinations plus proches. Les voyages en France ont progressé de 3% en avril 2010 par rapport à avril 2009, avec une augmentation sensible de la région parisienne et du sud-est. Pour les destinations à l'étranger, les voyages sont globalement en hausse de 2%, (+8% pour l'Europe et -15% pour les autres destinations). Concernant les moyens de transport, les voyages en avion diminuent de 13% en avril 2010 par rapport à avril 2009, au profit essentiellement de la route (+5%), car des grèves à la SNCF à cette période n'ont pas permis de report massif vers le train.

Dans l'hôtellerie, l'impact de la fermeture de l'espace aérien au mois d'avril est difficile à mesurer. Certaines clientèles lointaines sont en baisse en termes de nuitées dans l'hôtellerie en avril, alors qu'elles progressaient depuis le début de l'année. La clientèle des pays scandinaves baisse en avril de 3,1% alors qu'elle progressait de 6% au premier trimestre. La croissance de la fréquentation des Chinois est également beaucoup plus faible en avril. Mais les Russes, les Américains centraux et du sud et les clients originaires du Proche et du Moyen-Orient sont toujours en forte hausse. Il est vrai que l'indicateur de nuitée n'est pas forcément le bon indicateur, mais les données sur les arrivées n'indiquent pas de baisse entre avril 2009 et avril 2010. Par ailleurs, la durée moyenne de séjour des étrangers n'a pas augmenté.

En ce qui concerne les régions, la Basse-Normandie semble avoir particulièrement attiré la clientèle française, en croissance de +11,2% par rapport à avril 2009. Les grandes régions touristiques, Provence-Alpes Côte d'Azur et Aquitaine voient leur fréquentation nettement progresser, aussi bien pour les clientèles françaises qu'étrangères ainsi que la Bourgogne. Globalement, le littoral bénéficie d'une excellente fréquentation des clientèles françaises et étrangères.

## **PRESENTATION DES OUTILS STATISTIQUES**

### **Enquête de conjoncture ATOUT FRANCE menée en partenariat avec 3 réseaux professionnels :**

- Le RN2D (Réseau National des Destinations Départementales),
- la FNOTSI (Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative)
- et SKI France (Association Nationales des Maires de Stations de Montagne)

Cette enquête conjoncturelle a pour vocation de dresser la physionomie de la saison écoulée et de révéler les tendances sur la saison à venir à partir de la perception qu'en ont les répondants.

Du 31 mai au 11 juin derniers, un questionnaire en ligne a donc été mis à disposition des 3 réseaux, portant sur leur perception des taux de fréquentation, des durées de séjours ou bien les confirmations faites auprès de leurs centrales de réservations.

Le parti a été pris de limiter le dispositif à 3 vagues, tout en étendant par rapport aux dispositifs antérieurs la période couverte à l'avant-saison et à l'arrière-saison.

Cette 1<sup>ère</sup> vague de conjoncture 2010 a rassemblé 833 répondants répartis comme suit :

- 746 offices de tourisme,
- 57 comités départementaux du tourisme
- 30 stations de montagne Ski France



## Rn2D, le Réseau National des Destinations Départementales

Le Réseau National des Destinations Départementales (Rn2D) est un réseau dynamique de 113 adhérents, agences de développement Touristique et/ou de réservation au niveau départemental. Le Réseau représente plus de 2000 salariés et un budget cumulé de 193 millions d'euros. Ses missions sont de :

- Représenter ses adhérents et leurs intérêts au niveau national
- Animer le réseau, favoriser les échanges et mutualiser les moyens
- Apporter analyse et expertise (partenariats publics et privés, conventions...)
- Diffuser de l'information sur le réseau

Les agences de développement touristiques (ou comités départementaux du tourisme) sont des professionnels de terrain. Véritables bras armés des Conseils Généraux, ils œuvrent en faveur du développement touristique de leur territoire. Leur expertise couvre la communication, la mise en réseau des professionnels, la qualification de l'offre etc. Ils ont également créé en relation avec les Comités Régionaux du Tourisme, des observatoires touristiques départementaux. Ils participent depuis 2001 à cette enquête de conjoncture annuelle nationale.

**Contacts presse :** Rn2D - Claire Bourgeois : 01 44 11 10 44 – [c.bourgeois@Rn2d.net](mailto:c.bourgeois@Rn2d.net)  
Agence AB3C - Stéphane Barthélémi – 01 53 30 74 00 - [stephane@ab3c.com](mailto:stephane@ab3c.com)



## FNOTSI

### Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative

Présidée par Jean BURTIN, la FNOTSI, assure la représentativité de ses 3000 adhérents auprès de toutes les instances du tourisme : pouvoirs publics, collectivités, partenaires institutionnels et privés...

La structuration de son Réseau, présent aux niveaux local, départemental et régional, permet une forte réactivité et une évolution permanente des missions. A ce titre, la FNOTSI est le relais du développement et de l'application des politiques touristiques : Marque Qualité Tourisme, Actions Tourisme et Handicap, Certification Afnor..., en même temps qu'elle conseille les municipalités et favorise le maillage des territoires.

Avec plus de 3 000 portes d'entrées en France et dans les DOM, gérées par 13 000 salariés permanents et 70 000 administrateurs bénévoles, les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives accueillent, conseillent chaque année plus de 60 millions de visiteurs français et étrangers. Son site internet, [www.tourisme.fr](http://www.tourisme.fr), est l'un des premiers vecteurs de communication du tourisme en France avec plus de 10 millions d'internautes par an.

**Contact Presse :** Anne-Catherine AYE - Tél : 01 44 11 72 80 – [communication@fnotsi.net](mailto:communication@fnotsi.net)



Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

## SKI France

### L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

Président : Gilbert BLANC TAILLEUR, Maire de St Bon Courchevel

L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM) a pour objet de faire valoir les spécificités touristiques des 101 stations de montagne auprès des Pouvoirs Publics. Elle développe une capacité d'expertise et d'analyse juridique et contribue à des actions nationales de prévention sur la sécurité sur les domaines skiables et en montagne l'été.

L'ANMSM met notamment en œuvre le dispositif d'observation conjoncturelle sur les saisons d'hiver et d'été. Le Groupe de travail « Observatoire des Stations de Montagne Ski France » traite et établit les tendances de fréquentations touristiques des stations à destination des professionnels et des médias. Les résultats sont communiqués par l'ANMSM à la presse, 7 à 8 fois par an. L'ANMSM concourt en outre à la promotion des stations de montagne puisqu'elle participe activement aux travaux de France Montagnes.

Site Internet grand public : [www.france-montagnes.com](http://www.france-montagnes.com) - Site institutionnel [www.anmsm.fr](http://www.anmsm.fr)

**Contact presse :** Agence Adocom RP – 01 48 05 19 00

## **Baromètre mensuel de conjoncture touristique ATOUT FRANCE - TNS Sofres**

Enquête menée auprès des professionnels français de l'hébergement et de la restauration touristique ainsi qu'auprès des clientèles françaises et des 5 principaux marchés européens.

Hervé Novelli, a souhaité début 2008, la mise en place d'un baromètre mensuel de l'activité touristique permettant de disposer dans un laps de temps très court d'une véritable mesure des évolutions de la conjoncture touristique.

Cette analyse mensuelle est désormais menée depuis plus de deux ans en coopération avec TNS Sofres. Elle permet donc d'ores et déjà de mesurer les différences de comportement des voyageurs entre les étés 2008, 2009 et 2010.

### **Un baromètre de mesure l'offre et de la demande**

Ce baromètre se compose de deux volets, respectivement relatifs à l'offre et à la demande.

**Le volet « offre »** consiste à interroger téléphoniquement un panel de professionnels représentatifs de quatre secteurs de l'hébergement (hôtels, campings, loueurs de résidences collectives et loueurs de logements individuels) et de la restauration à vocation touristique.

Les questions portent sur l'appréciation en niveau et en évolution de l'activité du mois précédent, sur la perception de l'activité du mois en cours et sur les perspectives pour les mois à venir, à travers les réservations enregistrées, les intentions de recrutement et plus généralement la confiance dans l'avenir. Suivant la saison, l'effectif et la composition de ce panel varie, d'environ 500 professionnels en basse saison à 1 000 en haute saison.

**Le volet « demande »** quant à lui vise à couvrir la clientèle française ainsi que celle des 5 principaux marchés européens visitant la France : Allemagne, Belgique, Grande-Bretagne, Italie et Pays-Bas.

Il permet de mesurer, mensuellement, les voyages effectués et des intentions de départ de ces clientèles par grande zone touristique française de destination, mode de transport, type d'hébergement, durée de séjour, canal de distribution de l'offre. Le budget consacré aux séjours est lui aussi collecté. Seuls les voyages comportant au moins une nuit passée en France sont pris en compte.

L'interrogation est administrée auprès d'un panel de 3 000 internautes de chacun de ces pays.

Une clé d'extrapolation des résultats à l'ensemble de la population des individus âgés de 15 à 65 ans de chaque pays (internautes + non internautes) est appliquée. Cette clé est construite à partir de différentes sources statistiques croisant comportement de voyage et équipement (utilisation Internet).

### **ATOOUT FRANCE - la nécessité de développer et d'adapter l'offre touristique française**

ATOOUT FRANCE, l'agence de développement touristique de la France, est née de la volonté d'Hervé Novelli, secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation, de doter la France d'un opérateur unique en matière de tourisme.

Le groupement d'intérêt économique (GIE) ATOOUT FRANCE, rassemble désormais aux côtés des professionnels du tourisme et des grands secteurs de l'économie française, l'Etat et les collectivités territoriales dans une démarche partenariale. Au total, ce sont près de 1300 adhérents, représentatifs de l'offre touristique française, qui s'appuient sur son expertise.

### **ATOOUT FRANCE - Soutenir la compétitivité du secteur économique du tourisme**

L'agence de développement touristique doit permettre à l'industrie du tourisme français de déployer tout son potentiel de croissance par le biais de différentes missions :

- *MARKETING ET PROMOTION TOURISTIQUE DE LA FRANCE*

2 000 opérations de marketing et de promotion sont mises en œuvre chaque année, à destination du grand public, de la presse et des professionnels à partir d'un plan stratégique et opérationnel de la destination afin de faire rayonner le territoire en France et à l'international : campagnes de communication, voyages de presse dans les régions françaises, participation à des salons sur les marchés étrangers, organisation d'événements ponctuels divers.

- *INGENIERIE TOURISTIQUE ET PLATE-FORME STRATEGIQUE*

ATOOUT FRANCE œuvre également à améliorer la compétitivité de l'offre française et son adaptation aux exigences du tourisme international. L'agence est aux côtés des professionnels français et internationaux dans l'analyse de leur politique touristique, leurs stratégies territoriales ou leurs projets d'investissement. Elle contribue à stimuler l'innovation et la qualité des produits par la veille concurrentielle, l'analyse de la conjoncture et la conduite d'études de marchés liées à des filières, des destinations ou des segments de clientèle.

- *QUALITE*

Depuis 2010, l'agence est en charge de préparer l'élaboration des référentiels de classement des hébergements touristiques.

Elle assure également, à travers la commission d'immatriculation installée en son sein, la tenue du registre national des opérateurs de voyages et des exploitants de voiture de tourisme avec chauffeur.

Enfin, ATOOUT FRANCE est également en charge de la formation aux métiers du tourisme afin de mieux adapter les enseignements dispensés aux besoins des entreprises du secteur.

Ces différentes missions sont mises en œuvre grâce à un réseau de 37 bureaux à l'étranger, un siège à Paris ainsi que des services implantés en France métropolitaine et d'outre-mer.

### **Pour en savoir plus :**

[www.franceguide.com](http://www.franceguide.com) ou [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

## ANNEXES

- Synthèse de l'Enquête de conjoncture ATOUT FRANCE en partenariat avec le RN2D, la FNOTSI et SKI France
- Synthèse du Baromètre TNS Sofres-ATOUT FRANCE

### **La fréquentation du mois d'avril 2010**

Pour le mois d'avril 2010, la fréquentation est globalement perçue comme satisfaisante sur l'ensemble des espaces, sauf pour la montagne où la perception d'une fréquentation assez médiocre l'emporte. En cohérence avec ce constat, les professionnels considèrent majoritairement que les conditions météorologiques ont été satisfaisantes, voire excellentes sur une bonne partie du littoral Ouest, l'espace montagne étant là encore le seul à se démarquer.

Pour les CDT, la fréquentation touristique apparaît majoritairement stable par rapport à avril 2009 avec néanmoins davantage de perceptions à la hausse qu'à la baisse. La perception des offices de tourisme diffère, quant à elle, suivant le type d'espace. Si les offices littoraux perçoivent majoritairement une hausse, les offices des autres types d'espace sont plus partagés entre sentiments de hausse, de stabilité et de baisse. Tout en respectant cette diversité de perception selon les types d'espace, la tendance de la fréquentation française apparaît partout nettement plus favorable que celle de la fréquentation étrangère. En effet, là où pour la fréquentation française les 4/5 des départements répondants se partagent entre sentiment de hausse et de stabilité, c'est entre sentiment de stabilité et de baisse que se partagent les 4/5 des départements en ce qui concerne la fréquentation étrangère.

Les professionnels imputent principalement ces tendances aux conditions météorologiques et à la conjoncture économique.

Par ailleurs, le sentiment dominant au niveau des départements dotés de centrale de réservation d'une hausse des réservations de dernière minute ne se retrouve guère au niveau des offices pour lesquels les perceptions de baisse de réservation l'emportent dans la plupart des espaces sur celles de hausse.

### **La fréquentation du mois de mai 2010**

Pour le mois de mai 2010, les conditions météorologiques ont été très majoritairement perçues comme mauvaises, sauf en Provence, en Bretagne et en Normandie. La fréquentation est néanmoins ressentie comme assez satisfaisante partout, à l'exception de la montagne où la perception d'une fréquentation assez voire très médiocre l'emporte.

Ceci n'empêche pas que la perception d'une baisse de fréquentation par rapport à mai 2009 soit dominante partout, jusqu'à être majoritaire en montagne, notamment en station, et quasi majoritaire pour les espaces urbain et littoral. Pour les professionnels des offices de tourisme, quel que soit leur espace d'appartenance, le primat des sentiments de baisse est plus marqué pour la clientèle française qu'étrangère, alors que c'est l'inverse pour les CDT, dont les sentiments de hausse équilibrent ceux de baisse en ce qui concerne la clientèle française.

Les ventes de courts séjours par les répondants dotés de centrales de réservation apparaissent globalement stables en milieu urbain et littoral et en fort retrait sur les autres types d'espace. La perception par une majorité de départements d'une hausse des réservations de dernière minute ne renvoyant qu'au sentiment des quelques offices littoraux répondants.

Les professionnels expliquent principalement ces tendances par les conditions météorologiques et le calendrier (1<sup>er</sup> et 8 mai tombant un samedi), ce dernier facteur apparaissant même prépondérant aux CDT, alors que la conjoncture économique n'arrive qu'en troisième rang.

Enfin, que ce soit en mai ou en avril, le niveau de fréquentation touristique des littoraux charentais et vendéen apparaît impacté par le passage fin février de la tempête Xynthia.

### **La fréquentation touristique depuis début avril**

La fréquentation de la clientèle étrangère depuis le début du mois d'avril se caractérise globalement par davantage de perceptions à la baisse qu'à la hausse.

Ce constat est particulièrement marqué en ce qui concerne la clientèle britannique, notamment pour les départements de l'Ouest du territoire, même si la stabilité reste nettement dominante pour l'espace montagne, y compris les stations. Cette orientation globalement négative de la fréquentation britannique ne remet pas en cause le fait que cette clientèle soit considérée comme première clientèle étrangère par près de la moitié des répondants.

La tendance est plus équilibrée en ce qui concerne la clientèle allemande, belge et néerlandaise, sauf pour cette dernière en espace montagne où les sentiments de stabilité d'abord et de baisse en second lieu l'emportent nettement. Dans le cadre d'une stabilité dominante, la tendance apparaît globalement orientée à la baisse pour les clientèles espagnole et italienne, quelque soit la catégorie de répondants dans le premier cas mais à l'exception notable de l'espace littoral et des stations de montagne dans le second. Une tendance équilibrée dominée par la stabilité marque les clientèles suisse, est-européenne et nord-américaine, à l'exception pour cette dernière de l'espace montagne (y compris les stations) où elle est très majoritairement perçue à la hausse. Enfin, dans le cadre d'une stabilité dominante, les perceptions de baisse sont partout prédominantes sur celles de hausse pour les clientèles asiatiques.

En ce qui concerne les hébergements, la tendance est le plus souvent perçue comme majoritairement stable avec néanmoins davantage de perceptions à la baisse qu'à la hausse. Cette orientation globale à la baisse est amplifiée en montagne, notamment pour les hôtels en station ainsi que pour les meublés sur l'ensemble de l'espace y compris les stations. La situation apparaît plus particulièrement défavorable en ce qui concerne les meublés ainsi que, dans une moindre mesure, pour les campings, sans doute en relation avec la météo médiocre du mois de mai. La fréquentation des restaurants est, quant à elle, marquée par une nette domination des sentiments de baisse sur ceux de hausse même si le sentiment de stabilité l'emporte de peu, et ce quel que soit le type d'espace.

Les demandes d'activités relatives à la nature et à la randonnée sont très majoritairement perçues à la hausse, les demandes d'activité sportives s'inscrivant dans la même tendance avec toutefois un primat du sentiment de stabilité.

Les demandes d'activités culturelles et de circuits touristiques sont, quant à elles, très majoritairement ressenties comme stables avec des perceptions de hausse supérieures à celles de baisse, la tendance étant plus équilibrée en ce qui concerne les visites guidées. L'orientation globale à la hausse est encore plus nette concernant les festivals, les parcs de loisirs et les demandes de vins et produits du terroir.

A l'inverse, s'agissant des sites militaires, des sites industriels, des musées techniques et des musées des beaux-arts, la stabilité domine mais avec davantage de perceptions à la baisse qu'à la hausse.

Enfin, la demande d'animations est presque partout perçue de façon dominante à la hausse. En ce qui concerne les types de clientèles, si la fréquentation des couples et des familles avec enfants en bas âge est très majoritairement perçue à la hausse par les offices quel que soit le type d'espace, celle des familles avec adolescents et des groupes d'enfants est plutôt perçue à la baisse.

Une autre tendance très nette est le sentiment d'une baisse de la fréquentation des groupes d'adultes (comités d'entreprises,...), particulièrement en montagne, mais à l'exception de l'espace urbain. Concernant les sportifs, les perceptions, majoritairement à la hausse pour les individuels et plus équilibrées pour les groupes, sont plus favorables en espace urbain et littoral qu'en milieu rural et montagne.



### **Perspectives de fréquentation pour la saison estivale 2010**

Très majoritairement, toutes les catégories de répondants s'attendent à un niveau de fréquentation générale stable sur la saison par rapport à l'an passé, avec néanmoins des nuances : davantage de perceptions à la baisse qu'à la hausse pour l'ensemble des offices de tourisme, l'inverse pour les CDT répondants. La cause principale en est la conjoncture économique tant du point de vue des offices que des CDT, seules les stations de montagne accordant plus d'importance aux conditions météorologiques.

En ce qui concerne les clientèles étrangères, dans un contexte de stabilité globale de la fréquentation, les acteurs du tourisme de tous les types d'espaces sont plus nombreux à prévoir une hausse de la fréquentation sur l'ensemble de la saison estivale des clientèles allemande et autrichienne, belge, néerlandaise et suisse. Concernant les clientèles britannique, italienne, espagnole et scandinave, un des quatre espaces se démarque de cette tendance, la montagne dans le cas des Britanniques, l'urbain s'agissant des deux clientèles latines et le rural pour les Scandinaves..La clientèle américaine enfin est majoritairement perçue en hausse sur tous les espaces.

En juin, dans le cadre d'une stabilité dominante, les départements seraient plus optimistes que les offices de tourisme, les prévisions de baisse équilibrant pour eux celles de hausse contrairement aux offices pour lesquels les sentiments de baisse l'emporteraient nettement sur ceux de hausse, et ce pour l'ensemble des espaces. L'orientation serait plus favorable pour la clientèle française qu'étrangère du point de vue des départements, alors que là aussi ce serait l'inverse pour les offices.

Les perspectives de fréquentation pour le mois de juillet sont contrastées suivant les répondants. Si les départements ainsi que les offices ruraux et urbains annoncent nettement plus de perceptions à la hausse qu'à la baisse, les baisses l'emporteraient légèrement sur les hausses pour les professionnels de l'espace littoral. En ce qui concerne l'espace montagne, les sentiments de baisse dominent plus nettement, en particulier pour les stations. Avec des répartitions parfois un peu différentes, ce constat vaut à la fois pour les clientèles française et étrangère.

En août, les professionnels s'attendent à une amélioration de la situation. Toutes les catégories de répondants s'accordent en effet sur une orientation à la hausse dans le cadre d'une stabilité dominante, à l'exception de ceux des stations de montagne, pour lesquels les conditions météorologiques ainsi que les réservations de dernière minute sont néanmoins susceptibles d'infléchir la tendance. Cette perspective favorable serait cette fois nettement imputable à la clientèle française tant de l'avis des départements que des offices de tourisme. Les clientèles étrangères se caractérisent quant à elles sur la plupart des espaces par des perspectives de fréquentation légèrement à la baisse, au mieux équilibrées entre hausses et baisses dans le cas du milieu rural. Seul l'espace montagne hors stations se démarque avec un niveau des perceptions de hausse légèrement supérieur à celui des perceptions à la baisse au global sur l'espace montagne.



# Enquête mensuelle de conjoncture auprès des Français et Étrangers et des acteurs du tourisme

Juin 2010

## Résumé Au global

**Demande :** pratiques de mai 2010, intentions pour juin, juillet et août 2010

**Offre :** bilan du mois de mai 2010, perspectives pour juin 2010 et au-delà

\* En mai 2010 l'activité a été bonne comparativement à mai 2009

\* Cela se vérifie tant dans les déclarations des professionnels qu'en observant les différents marchés : clientèle française plus présente (avec des dépenses totales en hausse) et présence étrangère maintenue. A l'exception notable de la clientèle britannique, en repli, et pour qui les réalisations ont été bien moins favorables que prévu, la plupart des clientèles étrangères ont été tout aussi présentes que l'année dernière, voire davantage pour les Belges et les Néerlandais.

\* Les perspectives pour le mois de juin 2010 seraient très bonnes :

\* Côté demande, les clientèles française et étrangères seraient très présentes, notamment les Allemands, les Britanniques et dans une moindre mesure les Italiens. Toutefois pour les Britanniques, la médiocre conversion des intentions en pratiques observée les mois précédents doit inciter à la prudence.

\* Pour les hôteliers, les loueurs et les gérants de campings les taux de réservation sont similaires à ceux de l'an passé, voire en progression pour la location collective. L'état d'esprit des professionnels par rapport à leurs prévisions d'activité de juin est plutôt positif chez tous, hormis chez les loueurs individuels qui sont plus partagés.

\* Les perspectives pour juillet 2010 seraient bien meilleures qu'en juillet 2009 : chez les professionnels de l'hébergement, les taux de réservation sont similaires, voire meilleurs que ceux de l'année dernière à la même période pour les campings. Les clientèles française et étrangères s'annonceraient en progression, surtout s'agissant des Britanniques, des Néerlandais et des Allemands.

\* Les prévisions pour août 2010 annoncent un mois plutôt proche ou un peu meilleur que l'an passé : les clientèles française et étrangères seraient au global sensiblement aussi présentes qu'en 2009. Mais les Britanniques sont encore une fois attendus en nombre et en forte hausse. Il faut toutefois tenir compte du caractère incertain des intentions et des décisions de dernière minute.

## La demande

Nombre total de nuitées réalisées ou projetées en France en 2010, versus 2009 (en milliers)

	France	ST 5 pays	Allemagne	Belgique	Royaume-Uni	Italie	Pays-Bas
<b>Réalisations</b>							
mai-10	65 011	12 899	4 025	2 063	2 387	2 354	2 070
mai-09	49 901 (+30%)	12 141 (+6%)	3 523	1 593	3 561	2 138	1 325
<b>Intentions</b>							
juin-10	52 258	18 087	5 794	2 693	3 198	4 324	2 077
juin-09	44 351 (+18%)	13 316 (+36%)	3 176	2 828	1 500	3 727	2 086
juil-10	94 912	20 675	4 344	5 123	3 353	3 494	4 360
juil-09	82 492 (+15%)	15 171 (+36%)	2 681	5 371	1 749	2 950	2 421
août-10	124 203	28 522	6 287	5 361	6 135	4 598	6 141
août-09	124 730 (-0%)	25 808 (+11%)	7 912	5 951	2 315	4 122	5 507

### Les Français

\* Au mois de mai 2010 on a enregistré un volume de nuitées des Français en France en forte hausse (+30%) par rapport à celui de mai 2009 : progression de la mobilité et durée de séjour stable. Ce résultat est supérieur à ce qui était attendu lors de la déclaration en avril des intentions pour mai : les réalisations ont été supérieures aux intentions contrairement à l'année dernière (+13% vs. -19%). Les dépenses totales sont également en augmentation (+51%) : mobilité significativement en hausse et dépense moyenne par voyageur en hausse.

\* Les perspectives relatives aux nuitées pour juin 2010 seraient aussi en forte hausse (+18%) par rapport à celles de l'année dernière : progression de la mobilité alors que la durée des séjours serait similaire. L'an dernier toutefois les intentions de nuitées sous-estimaient de 12% le volume de nuitées réalisé en fine. Si la sous-estimation était moindre cette année, les prévisions pourraient s'avérer trop optimistes.

\* En juillet 2010, pour les Français, les perspectives seraient aussi en hausse par rapport à celles de l'année dernière : taux de départ en progression (tant vers la France que toutes destinations confondues), alors que le nombre de voyages vers la France par partant ou les durées de séjour seraient stables. Comme l'année dernière les intentions de nuitées sous-estimaient fortement (de 20%) le volume de nuitées réalisé en juillet, si la sous-estimation était moindre cette année la croissance pourrait, comme en juin, s'avérer moins importante que prévu.

\* Les perspectives relatives aux nuitées pour août 2010 annoncées en juin sont à la stabilité par rapport à celles de l'année dernière : la progression de la mobilité serait contrebalancée par des séjours plus courts. Notons que l'an dernier les intentions de nuitées sous-estimaient de 7% le volume de nuitées réalisé en fine en août.

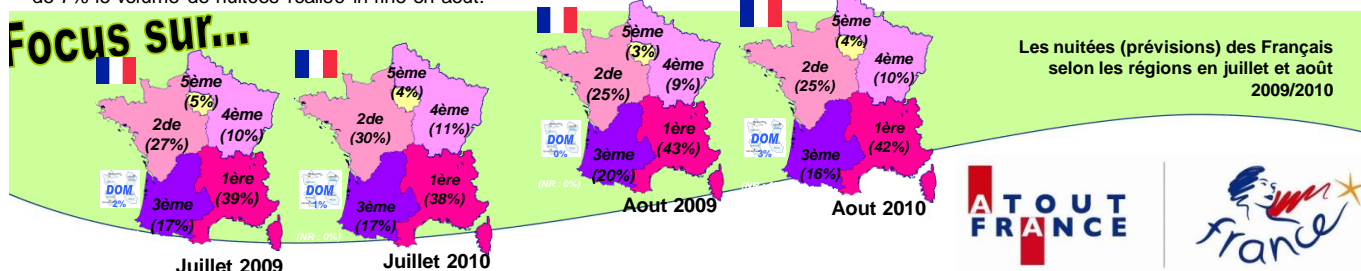
### Les résidents des 5 pays étrangers

\* La demande étrangère en France apparaît en mai 2010, en termes de nuitées, plutôt stable par rapport à celle de mai 2009 (+6%) sur le cumul des 5 pays étudiés ; mais le nombre de nuitées des Néerlandais et des Belges est en hausse significative, les nuitées britanniques sont en baisse et les nuitées allemandes ou italiennes sont relativement stables. Les prévisions laissent escompter une hausse des nuitées comparativement aux prévisions de l'année dernière. Les évolutions s'avèrent moins favorables qu'estimé : bonne prévision des pratiques (légère surestimation de 3%) pour 2010 versus sous-estimation en 2009 (de 35%).

\* En termes de nuitées la tendance pour juin 2010 sur le cumul des 5 pays serait nettement orientée à la hausse (+36%), la progression étant particulièrement nette en ce qui concerne l'Allemagne et le Royaume-Uni et dans une moindre mesure les Italiens. Pour les Néerlandais et les Belges les prévisions sont à la stabilité. Les perspectives pour juillet 2010 seraient aussi à une forte hausse globale des nuitées par rapport à juillet 2009 (+36%) sur le cumul des 5 pays européens étudiés. Tous les pays, hormis la Belgique, participeraient à cette progression, grâce à une hausse de la mobilité couplée avec des séjours plus longs que l'année dernière. Pour les Belges la stabilité (mobilité, durée de séjour) prévaudrait. L'an dernier, le niveau des réalisations, mesuré en septembre 2009, avait été supérieur de 32% aux prévisions faites en juin 2009. Si l'écart n'était pas aussi fort cette année, la croissance pourrait être moindre que prévu.

\* En termes de nuitées la tendance pour août 2010 sur le cumul des 5 pays serait également à la hausse (dans une moindre mesure toutefois que pour juin et juillet) par rapport à août 2009. Ce sont les prévisions à la hausse des nuitées britanniques (hausse de la mobilité, amplifiée par des séjours plus longs) qui impacteraient principalement le cumul des nuitées des 5 marchés. Les nuitées seraient en recul pour les Allemands (séjours plus courts), et relativement stables pour les Belges, les Néerlandais et les Italiens. Pour ces derniers toutefois les séjours pourraient être plus longs que l'an passé. L'an dernier les prévisions s'étaient avérées, au cumul des 5 pays, proches des pratiques.

## Focus sur...

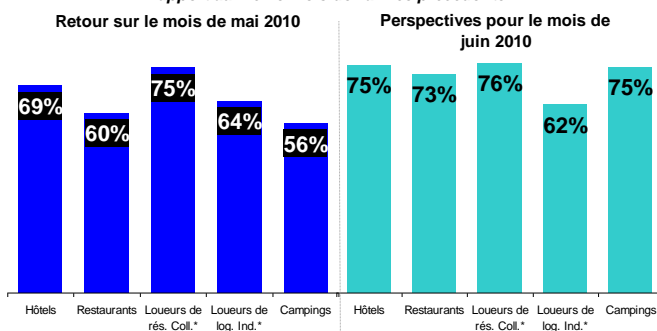


## L'offre : Les professionnels

### L'activité Retour sur le mois de mai 2010

Pour le **mois de mai 2010**, au calendrier moins favorable qu'en 2009, **tous les professionnels du tourisme déclarent majoritairement un niveau d'activité en hausse ou surtout stable** par rapport à la même période de l'année précédente (qui globalement avait été médiocre rappelons-le). **Ces taux sont différents selon la catégorie** : très bons chez les loueurs collectifs, bons chez les hôteliers, corrects chez les loueurs individuels et les restaurateurs. Seuls les gérants de campings sont nettement plus en retrait avec 56% de déclarations d'activité stable ou en hausse (tiré vers le bas par l'activité des emplacements nus alors que l'activité des mobil-homes/bungalows est bonne). **L'état d'esprit des professionnels est contrasté** : les loueurs collectifs et dans un moindre mesure les hôteliers se montrent très satisfaits de l'activité de mai, les loueurs individuels et les gérants de campings sont très partagés avec une très faible majorité de satisfaits. Quant aux restaurateurs, ils sont dans une situation intermédiaire.

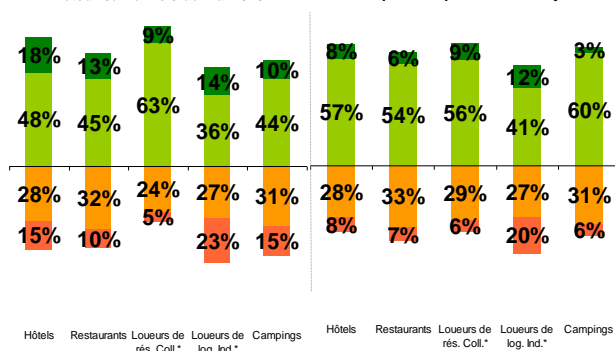
% des professionnels déclarant une activité en hausse ou stable par rapport au même mois de l'année précédente



### Perspectives pour le mois de juin 2010

Pour ce **mois de juin**, les **perspectives d'activité seraient très favorables pour tous**, un peu moins tout de même pour les loueurs de logements individuels, plus en retrait que les autres professionnels. **L'état d'esprit par rapport au niveau d'activité prévu pour juin varie selon les professionnels** : positif chez les **hôteliers et les loueurs collectifs**, assez positif pour les gérants de campings et les restaurateurs, assez mitigé chez les loueurs individuels.

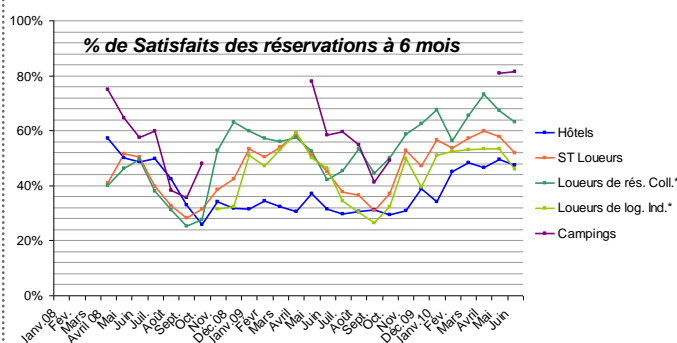
État d'esprit des établissements sur leur niveau d'activité (distribution de la satisfaction en %)



## L'avenir

### Les réservations

Les **taux de réservation** déclarés en juin pour le **mois de juillet 2010** diffèrent d'un secteur de l'hébergement à l'autre, mais sont **stables** par rapport à l'année dernière, **excepté chez les gérants de campings, en forte progression**. Les loueurs collectifs affichent comme toujours le taux de réservation le plus élevé des professionnels du tourisme (64% de lits réservés) ; 58% des lits en location individuelle et en hôtellerie de plein air, 32% dans l'hôtellerie sont déjà réservés pour juillet 2010. **Pour les 6 prochains mois**, qui incluent donc la période estivale, les perspectives concernant les niveaux de réservation reflètent des situations contrastées selon le type de professionnel : **les plus satisfaits** sont de loin les **gérants de campings** puis suivent les **loueurs de résidences collectives**. Les **hôteliers et les loueurs de logements individuels continuent de percevoir un avenir incertain** avec seulement 47% et 46% de satisfaits. Toutefois cette insatisfaction est à relativiser pour les hôteliers : ils étaient 32% à se déclarer satisfaits des réservations à 6 mois il y a un an.



### La confiance en l'avenir

La **confiance en l'avenir** est présente pour tous les professionnels du tourisme avec toutefois une **relative inquiétude chez les loueurs individuels** (avec 63% de déclarations d'optimisme, en recul par rapport aux quelque 70% d'optimistes observés tous les mois depuis un an). Avec **86% d'optimistes**, les **gérants de campings** sont, à l'opposée, et de loin, **les plus positifs**, et ce encore plus que l'année dernière. Viennent ensuite les **loueurs collectifs** (77%), en progression par rapport à juin 2009 (+12 points). **74% des restaurateurs** se déclarent optimistes quant à l'avenir de leur établissement, un peu haut dessus du niveau d'il y a un an. Enfin les **hôteliers**, avec 71% d'optimistes, taux similaire à celui des 3 mois précédents, sont en amélioration par rapport à la même période de l'année dernière (+ 10 points).

**Note méthodologique** : ATOUT FRANCE a confié à TNS Sofres la mise en place d'un Baromètre de Conjoncture Touristique constitué de deux volets :

**Un volet « demande »** : mesure mensuelle des voyages effectués et des intentions de départ des Français ainsi que des étrangers en provenance des 5 premiers marchés européens (Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Italie). Dans chaque pays émetteur, un échantillon de 3000 individus représentatif des internautes de 15 à 65 ans est interrogé par Internet chaque mois. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble des individus âgés de 15 à 65 ans. L'interrogation correspondant à la présente vague a eu lieu du 29 mai au 9 juin 2010.

**Un volet « offre »** : mesure de la perception mensuelle de l'activité récente, en cours et à venir et des intentions de recrutement pour quatre catégories de professionnels du tourisme : hôteliers, gestionnaires de campings, loueurs de résidences ou de logements individuels et restaurateurs. Entre 450 et 1100 établissements sont interrogés par téléphone chaque mois (848 en juin, interrogés du 1<sup>er</sup> au 9 juin 2010).

## Les dix désagréments à éviter

### 9 Pendant les loisirs, la vigilance toujours ...

#### • Barbecues

Recommandations :

- choisissez des barbecues stables, de préférence à quatre pieds
- utilisez du charbon de bois épuré, assurez-vous d'avoir un point d'eau proche en cas de début d'incendie
- n'avivez pas la flamme d'un barbecue à charbon de bois avec un produit allume-feu ou avec tout autre produit inflammable
- éloignez les enfants lors de la préparation

#### • Piscines privées

Ne laissez jamais les enfants sans surveillance et vérifiez :

- l'existence et le bon fonctionnement du dispositif de sécurité (abri, alarme, barrière ou couverture)
- le marquage CE et l'état de l'équipement des enfants : brassards, bouées, gilets

Neutralisez systématiquement l'accès extérieur à la piscine hors-sol après la baignade

#### • Aires de jeux

Les aires de jeux sont obligatoirement entretenues, de façon périodique ; elles doivent être en bon état :

- aucun obstacle ne doit se trouver dans une zone comprise entre 1,5 m et 2,5 m autour du jeu
- les zones de chute potentielle des enfants doivent être revêtues de matériaux amortissant les chocs
- en cas de doute sur l'équipement, ne l'utilisez pas

#### • VTT

En location comme à l'achat, assurez-vous de la présence :

- du marquage « conforme aux exigences de sécurité »
- des équipements de sécurité (double dispositif de freinage, éclairage, avertisseur sonore)

Pour évoluer en toute sécurité :

- portez un casque adapté
- portez-le correctement : bien ajusté sur la tête, la jugulaire bien positionnée sous le menton

#### • Mini-motos

Ces deux-roues ne doivent circuler que sur des pistes fermées agréées pour le moto-cross

- vérifiez la présence du marquage CE

## Les dix désagréments à éviter

#### • Quads

Quads homologués :

- ils peuvent emprunter la voie publique
- ils sont immatriculés
- le conducteur doit être titulaire du permis de conduire automobile

Quads non homologués :

- ils ne peuvent être utilisés que sur des terrains adaptés
- Refusez d'utiliser un quad si les protections des parties chaudes ou tournantes sont manquantes ou abîmées

#### • Centres équestres

- les responsables doivent avoir une carte professionnelle délivrée par le ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche
- les diplômes des moniteurs doivent être affichés au lieu d'accueil
- vérifiez l'état des équipements de protection qui doivent porter le marquage CE

#### • Pétards

- informez vos enfants du danger (brûlures, explosions, incendies)
- à l'achat, vérifiez le numéro d'agrément sur l'emballage
- lisez bien le mode et les précautions d'emploi

#### • Randonnée

- prévenez le risque de déshydratation en buvant régulièrement
- en montagne, prévoyez des équipements de protection contre le froid (gants, chaussettes, vêtements et chaussures adéquats)
- prévenez de l'endroit où vous allez et du parcours prévu

### 10 Parfums, sacs à main, lunettes de soleil ... préférez l'original à la copie

#### Comment reconnaître une contrefaçon ?

Un lieu de vente inhabituel, un vendeur mal identifié, un prix particulièrement bas, la mauvaise qualité du produit, l'imperfection des finitions, la fragilité des pièces, une étiquette mal imprimée ou présentant des fautes d'orthographe, un emballage inadapté à un produit de luxe, etc.

#### Le saviez-vous ?

En cas de détention d'objets contrefaits, vous risquez la saisie du produit et des sanctions pénales allant de 300 000 € à 3 ans de prison.

## Pour plus d'informations

**En cas de litige avec un professionnel portant sur une pratique commerciale déloyale (descriptif erroné des prestations, mauvais affichage des prix...), il est recommandé de :**

- rechercher un arrangement amiable avec le professionnel,
- prendre contact avec la direction départementale de la protection des populations du lieu où exerce le professionnel. Ce service pourra vous orienter ou recevoir votre réclamation.

**Pour plus de renseignements  
consultez le site de la DGCCRF**

*www.dgccrf.bercy.gouv.fr*

Vous pouvez également appeler le

**39 39, Allô, service public**

Du lundi au vendredi de 8h à 20h  
le samedi de 8h30 à 18h

(prix d'un appel local à partir d'un poste fixe)

**dgccrf**

Direction générale de la Concurrence, de la Consommation  
et de la Répression des Fraudes



## Dix désagréments à éviter pendant les vacances



« Nous avons conçu ce guide pour vous aider à passer des vacances en toute sérénité et en toute sécurité. La lecture de ce guide vous permettra de mieux connaître vos principaux droits en matière d'hébergement, de restauration ou d'activités de loisirs. N'hésitez pas à consulter également le site [www.dgccrf.bercy.gouv.fr](http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr) qui contient des informations plus détaillées. Je vous souhaite de bonnes vacances 2010. »

*H. Novelli*

**Hervé NOVELLI**,  
Secrétaire d'État chargé du Tourisme  
et de la Consommation

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE  
DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI



## Les dix désagréments à éviter

### 1 En panne sur l'autoroute : qui me dépanne et comment ?

- seuls les garagistes agréés peuvent intervenir sur le réseau autoroutier
- les tarifs des dépanneurs sont réglementés
- les prix forfaitaires doivent être affichés dans la cabine du camion et chez le dépanneur

#### Le saviez-vous ?

Le tarif du remorquage est de 113 € TTC pour un véhicule dont le poids total autorisé en charge (PTAC) est inférieur à 1,8 tonne. Il est de 140 € TTC pour les véhicules dont le PTAC est compris entre 1,8 et 3,5 tonnes.

Le tarif du dépannage sur place est de 113 € TTC quel que soit le PTAC du véhicule.

### 2 À l'hôtel : la chambre ne ressemble pas à la photo diffusée sur internet

- n'hésitez pas à réserver par écrit en précisant les caractéristiques de la chambre telles que vous les souhaitez et les dates du séjour
- il est prudent de demander ensuite à l'hôtelier de confirmer son accord sur les termes exacts de votre réservation

#### Le saviez-vous ?

En cas de vol à l'hôtel, l'hôtelier est responsable :

- de façon illimitée pour les objets déposés dans le coffre de l'hôtel
- à hauteur de 100 fois le prix de la nuit pour les objets non remis au coffre et volés dans l'hôtel
- à hauteur de 50 fois cette somme pour les objets volés dans votre voiture stationnée sur le parking de l'hôtel

### 3 Location de vacances : l'équipement ménager est insuffisant... ? Le carrefour routier voisin, trop bruyant ?

- le bailleur, quel qu'il soit (particulier, agence immobilière...), a l'obligation de fournir, avant signature du contrat, un des-

## Les dix désagréments à éviter

- criptif précis (nombre de pièces, équipements, tarifs, charges éventuelles, adresse et localisation géographique, distance des commerces...)
- n'hésitez pas à demander des informations complémentaires, une photographie par exemple
- exigez un contrat incluant les conditions de modification ou de résiliation du contrat et les conséquences financières qui s'imposent aux deux parties (remboursement et indemnité)
- vérifiez, de façon contradictoire, l'inventaire détaillé de l'équipement ainsi que l'état des lieux d'entrée et de sortie. Ces documents doivent vous être remis par le bailleur

#### Le saviez-vous ?

La communication de renseignements inexacts peut être sanctionnée d'une amende pouvant atteindre 37 500 € et/ou d'une peine de 2 ans de prison.

### 4 Chambres d'hôtes : oui au charme, non à l'improvisation

- l'accueil doit être assuré par la personne habitant la maison
- comme dans les hôtels, les prix des prestations doivent être affichés TTC et service compris à l'extérieur, au lieu de réception et au dos des portes
- une note détaillée (facture) doit être remise en fin de séjour

#### Le saviez-vous ?

- l'activité de chambres d'hôtes est limitée à 5 chambres et 15 hôtes au maximum
- les repas servis en table d'hôtes doivent être pris à la table familiale

### 5 Camping : le nombre de douches est insuffisant, le camping manque de confort...

- les terrains de camping font l'objet d'un classement réglementé qui permet d'en apprécier le confort et le niveau d'équipement : le nombre d'étoiles dépend notamment de la superficie totale, du nombre de m<sup>2</sup> par emplacement, des équipements sanitaires et collectifs...

## Les dix désagréments à éviter

- les prix sont librement fixés par l'exploitant
- une note détaillée doit vous être remise en fin de séjour

#### Le saviez-vous ?

Les prix et le règlement intérieur doivent être affichés à l'entrée principale du camping et à la réception.

### 6 Produits alimentaires : vous avez un doute sur leur fraîcheur ou leur qualité ?

Avant d'effectuer vos achats :

- assurez-vous que la date limite de consommation (DLC) des aliments préemballés périssables (charcuteries, viandes, produits laitiers) n'est pas dépassée
- sachez que la température de conservation des denrées périssables se situe à 4°C
- repérez les signes distinctifs : label, appellation d'origine contrôlée (AOC), indication géographique protégée (IGP) qui garantissent la spécificité des produits

#### Le saviez-vous ?

Le commerçant a l'obligation de retirer de la vente les marchandises dont la date limite de consommation est dépassée.

### 7 Restauration : éviter des additions indigestes

Les établissements assurant un service de restauration (restaurants, hôtels-restaurants, cafés, camions aménagés...) doivent afficher à l'extérieur et à l'intérieur :

- prix
- menus
- carte des vins
- dénomination des plats et des vins

Restaurateurs et hôteliers-restaurateurs doivent remettre une note (facture) détaillée au moment du paiement.

Il est donc utile de :

- lire attentivement les informations sur les prix

## Les dix désagréments à éviter

- vérifier que les plats servis correspondent à ceux décrits sur la carte (du surimi ne doit pas être servi pour du crabe ou de l'épaule pour du jambon)
- vérifier les additions

#### Le saviez-vous ?

De nombreux restaurants proposent en semaine un menu à « tarif réduit » qui disparaît souvent dès 20h 30. Ce menu ne peut vous être refusé que si la précision concernant l'heure ou la date est affichée à l'entrée du restaurant.

### 8 Comment préserver sa santé en vacances ?

Pensez à vous protéger du soleil : lunettes de soleil portant le marquage CE, vêtements, chapeau (surtout pour les enfants).

- **Produits de protection solaire** : vérifiez sur l'étiquette qu'ils :
  - protègent contre les UVA et UVB
  - possèdent un indice de protection adapté à votre peau

#### Le saviez-vous ?

Il n'existe pas de différence entre l'IP (indice de protection), le FPS (facteur de protection solaire) et le SPF (sunburn protection factor).

Les indices de protection solaire sont classés de la façon suivante :

Faible protection	de 6 à 10	Haute protection	de 30 à 50
Protection moyenne	de 15 à 25	Très haute protection	50+

Attention : utiliser une crème dotée d'un indice de protection élevé ne doit pas conduire à allonger la durée d'exposition. De même, quel que soit son indice, le produit de protection solaire doit être renouvelé toutes les 2 heures et après chaque bain.

- **Tatouages temporaires au henné noir** :
  - assurez-vous, en consultant l'étiquetage, qu'ils ne contiennent pas de paraphénylène diamine responsable d'allergies cutanées graves
  - n'hésitez pas à demander la composition des encres utilisées

#### • Préservatifs :

- assurez vous que le marquage CE apparaît sur l'emballage



**Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français »**  
(Janvier 2010)

**Un aperçu  
des vacances d'hiver  
au début 2010**

**- Premiers résultats -**

**Note réalisée à la demande de  
la Direction Générale de la Compétitivité,  
de l'Industrie et des Services (DGCIS)**

**Sandra Hoibian**  
**Sous la direction de Georges Hatchuel**

**Mars 2010**

## **CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS DES FRANCAIS**

**Document réalisé à la demande de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) - Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi.**

**Le département « Conditions de vie et Aspirations des Français » est composé de :**

- . Georges Hatchuel (Directeur Général Adjoint du CREDOC)
- . Régis Bigot, Sylvie Bourdon, Patricia Croutte, Isabelle Delakian, Catherine Duflos, Sandra Hoibian.

**C R E D O C**

# Sommaire

---

<b>AVANT PROPOS .....</b>	<b>4</b>
<b>SYNTHESE DES PREMIERS RESULTATS .....</b>	<b>6</b>
<b>CHAPITRE 1. UN APERÇU DES VACANCES D'HIVER 2009-2010.....</b>	<b>9</b>
1. 17% des Français partent régulièrement en vacances en hiver.....	9
2. La saison 2009-2010 des vacances d'hiver ne déroge pas à la règle .....	10
3. Des vacances d'hiver très majoritairement prises en France, principalement à la montagne.....	14
4. 10% des partants ont bénéficié d'une aide pour leurs vacances d'hiver .....	16
5. 9% des parents envoient leur(s) enfant(s) en vacances d'hiver avec de la famille ou des amis .....	16
<b>CHAPITRE 2. LES VACANCIERS D'HIVER SONT A L'AFFUT DES ECONOMIES .....</b>	<b>18</b>
1. Les deux tiers des voyages hivernaux se font en hébergement non marchand .....	18
2. Les vacanciers limitent le recours à des prestations touristiques.....	19
3. Les partants multiplient les sources d'économies.....	20
<b>CHAPITRE 3. L'IMAGE DES VACANCES D'HIVER SOUFFRE DE QUELQUES INSUFFISANCES .....</b>	<b>22</b>
1. Une très nette préférence à l'égard des vacances d'été .....	22
2. Des vacances jugées chères .....	23
3. L'offre touristique d'hiver est plutôt mal adaptée aux attentes, en particulier sur le plan des tarifs .....	25
<b>ANNEXES - TABLEAUX COMPLEMENTAIRES.....</b>	<b>27</b>
<b>QUESTIONNAIRE .....</b>	<b>29</b>



## Avant propos

---

Ce document présente les premiers résultats des questions insérées, à la demande de la DGCIS (Ministère de l'Economie), dans la vague de décembre-janvier 2010 de l'enquête du CREDOC sur « les Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

Cette étude apporte des éléments de réponse aux **interrogations concernant les vacances d'hiver des Français, dans un contexte de crise économique**.

Le rapport à venir détaillera ces premiers chiffres, en proposant une mise en perspective des réponses, notamment grâce à une analyse spécifique par profil d'enquêtés.

*Précisons que l'enquête a été réalisée en « face à face », en décembre-janvier 2010, auprès d'un échantillon représentatif de 2 006 personnes, âgées de 18 ans et plus, sélectionnées selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, PCS) ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population, actualisé grâce à l'enquête Emploi et au bilan démographique 2008 de l'INSEE. Un redressement final a été effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population nationale de 18 ans et plus<sup>1</sup>.*

Les questions posées s'organisent autour de quatre grands thèmes :

- **Les comportements des Français en matière de départs en vacances d'hiver.** Nos concitoyens ont-ils l'habitude de partir en vacances en hiver, c'est à dire entre début décembre et fin mars ? Ceux qui partent à cette période sont-ils les mêmes que ceux qui partent en été ? Combien de Français sont partis en hiver cette année ? Quelles ont été leurs destinations ? Quels modes d'hébergement ont obtenu leurs faveurs ? Ont-ils eu recours à des voyages organisés ? ...

---

<sup>1</sup> Pour plus de précisions sur les caractéristiques techniques de l'enquête, on pourra se reporter au rapport intitulé « Premiers résultats de la vague de Janvier 2010 » (CREDOC, Mars 2010).

- **Quel est le poids de la contrainte financière sur les départs hivernaux, dans un contexte de crise économique :** Combien d'individus ont-ils cette année renoncé à un départ par manque d'argent, alors qu'ils étaient partis l'an dernier ? Y a-t-il d'autres raisons aux non-départs ? Le budget consacré aux vacances d'hiver est-il le même que l'an dernier ? Les Français ont-ils procédé à certains arbitrages au moment de réserver leur voyage pour faire des économies ?
- **L'image des vacances d'hiver :** Quel est le degré d'attachement de nos compatriotes aux vacances d'hiver ? Quelles sont les perceptions associées aux vacances d'hiver, en comparaison avec les séjours d'été ?
- **L'adéquation de l'offre touristique aux besoins.** L'offre de vacances d'hiver proposée aujourd'hui par les professionnels (hébergement, activités, tarifications, transports...) correspond-elle aux attentes du grand public ? A qui convient-elle le mieux ? A quelles cibles est-elle le moins bien adaptée ?

*Nota : Un taux entre parenthèses repose sur des effectifs assez faibles, il est donc donné uniquement à titre indicatif.*

# Synthèse des premiers résultats

---

## **1. Les vacanciers d'hiver sont partis cette année comme à leur habitude**

Si partir en vacances en été fait presque figure de norme sociale – seuls 30% ne s'offrent jamais de congés aux beaux jours – ce n'est pas le cas pour les vacances d'hiver<sup>2</sup> : 65% des enquêtés ne partent jamais à cette période de l'année. **Seule une minorité de la population (10%) part systématiquement tous les ans en hiver**, 7% s'accordent une escapade à cette saison une année sur deux, et 18% partent en hiver de façon beaucoup plus épisodique.

**La saison touristique 2009-2010 est d'ailleurs relativement conforme aux habitudes des Français** : 17% sont partis ou prévoient de le faire entre début décembre 2009 et fin mars 2010 ; certains (7%) se sont même offert plusieurs séjours dans l'intervalle. Les départs s'échelonnent équitablement sur la période : 9% partent pendant les vacances de Noël, 8% pendant les vacances de février, et 8% hors vacances scolaires. Par ailleurs, les vacanciers de l'hiver 2009-2010 sont en grande majorité des habitués des départs à cette période. Autrement dit, le **cœur de cible des vacances d'hiver**, les partants de cette année, restent fidèles à leurs habitudes, et ne sont pas moins nombreux à l'avoir fait cette année, comme on aurait pu le craindre compte tenu du contexte économique tendu. Du reste, l'analyse des raisons avancées par ceux qui n'ont pas pris de vacances cet hiver, contrairement à leur habitude, vient conforter ce résultat. Certes, le principal motif de non-départ est d'ordre financier (44%), mais cette proportion est un peu en deçà de celle qu'on observe généralement lorsqu'on analyse les freins au départ en vacances<sup>3</sup>. Et surtout, d'autres motifs dégagés des considérations budgétaires émergent : 18% des non-partants évoquent des **impératifs professionnels** et, en particulier, l'absence de congés à cette période de l'année (12%), tandis qu'un nombre non négligeable confessent un manque de goût pour les séjours à cette période (10%). Au delà, 11% avancent des raisons d'ordre familial.

---

<sup>2</sup> Nous avons choisi de situer les vacances d'hiver entre début décembre et fin mars, c'est à dire en intégrant les vacances de Noël, les vacances de février, et les départs hors vacances scolaires dans l'intervalle, soit un périmètre plus restreint que celui choisi dans certains de ses travaux par l'INSEE (d'Octobre à Avril).

<sup>3</sup> 51% des freins au départ en vacances entre juin 2008 et juin 2009 étaient d'ordre financier. Cf. Georges Hatchuel et Sandra Hoibian « 2009 : Avec la crise, la recherche de vacances économes se développe. », Rapport réalisé à la demande de la Direction du Tourisme, Octobre 2009.

## **2. Noël en famille, Février à la montagne**

A première vue, le portrait des vacances d'hiver n'est pas loin de ressembler à l'image d'Épinal que l'on s'en fait : 76% des départs se font en France, 44% à la montagne. On remarque ainsi que 62% des séjours en février ont lieu à la neige, contre seulement 30% des vacances de Noël, pour lesquelles on apprécie toujours de rendre visite à de la famille ou des amis (74% des vacances de Noël).

Mais on pourra à contrario observer que les pratiques « en dehors des sentiers battus » sont loin d'être marginales : 20% des vacanciers d'hiver ont opté pour un voyage à l'étranger, et si l'on cumule les départs à la mer (17%), les séjours à la campagne (16%), à la ville (17%), et en circuit itinérant (5%), on s'aperçoit que la montagne est finalement minoritaire dans les départs d'hiver.

## **3. Des dépenses soigneusement contrôlées**

Une chose est sûre, les vacanciers d'hiver agissent avec parcimonie. Ainsi, **l'hébergement non marchand** est - comme pour les vacances en général<sup>4</sup> - largement majoritaire (65% des cas). Et lorsque les vacanciers optent pour un hôtel, un gîte, ou un village de vacances, **près des deux tiers d'entre eux (63%) se limitent à l'hébergement seul**, sans inclure de prestation de restauration. Dans la même veine, seuls 6% des vacanciers d'hiver ont eu recours cette année à un organisateur de voyages.

**Les séjours d'hiver s'inscrivent d'ailleurs largement dans les tendances de fond** constatées à propos des vacances toutes saisons confondues : **on cherche à partir « malin », à partir « moins cher »**. Ainsi, 33% des partants expliquent avoir choisi cet hiver un séjour en **France** plutôt qu'à l'étranger pour faire des économies, 26% ont opté pour une réservation de leur voyage **longtemps à l'avance**, et 23% ont préféré choisir une station touristique moins onéreuse, ou **une plus petite station de sports d'hiver**. Autant d'attitudes très présentes dans les nouvelles façons de partir en vacances mises à jour par le Crédoc dans ses travaux pour la Direction du Tourisme<sup>5</sup>. Plus caractéristique des types d'arbitrages opérés pour les vacances d'hiver, signalons que 25% des partants ont pris le parti de **ne pas aller aux sports d'hiver pour faire des économies**, manifestant ainsi à la fois une appétence pour ce type de séjour, mais aussi la nécessité de faire face à d'autres dépenses.

---

<sup>4</sup> En 2008, l'hébergement non marchand représentait 68% des séjours, selon « Les chiffres clés du Tourisme, édition 2008 » [http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/fr/z2/stat/chiffres/att00009212/chiffres\\_cle-FR.pdf](http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/fr/z2/stat/chiffres/att00009212/chiffres_cle-FR.pdf)

<sup>5</sup> Cf. Georges Hatchuel et Sandra Hoibian, op. cit.

#### **4. L'image des vacances d'hiver doit être améliorée**

**Les vacances d'hiver occupent dans le cœur des Français une place très secondaire par rapport aux vacances d'été** : ainsi, s'ils ne pouvaient partir qu'une fois par an en vacances, 83% de nos concitoyens choisiraient un départ à la « belle saison » plutôt qu'en hiver. Même ceux qui sont partis cette année entre début décembre et fin mars partagent la préférence pour les vacances estivales (72%). Il faut dire que comparés aux vacances d'été, **les séjours d'hiver sont jugés chers (67%), compliqués à organiser (64%),** quand les départs d'été sont plus volontiers associés à des séjours **faciles à réserver (64%) et pour lesquels il est aisé de trouver de bonnes affaires (67%).** A travers les critiques sur le coût des vacances d'hiver, c'est surtout le **prix des loisirs et des activités qui est pointé du doigt (60%),** ainsi que le prix de l'hébergement (33%). Autant de perceptions qui sont d'ailleurs très largement reprises à leur compte par les partants de cet hiver.

Au total, **60% des Français jugent les offres touristiques d'hiver plutôt mal adaptées à leur situation.** C'est une critique d'autant plus appuyée que, rappelons le, lorsqu'on interroge nos compatriotes sur les offres touristiques en général, toutes saisons confondues, une majorité (58%) les évalue positivement<sup>6</sup>. De plus, en matière de vacances d'hiver, **les critiques sur l'offre l'emportent sur les éloges,** qu'il s'agisse de l'offre de restauration (46% la trouve inadaptée à leurs besoins), de l'offre de transports (48%), de l'offre d'activités (52%) ou de l'hébergement proposé (54%). Mais ce sont surtout **les tarifs** qui s'attirent les reproches du grand public : 71% de la population mettent en avant des prix trop élevés. Il est d'ailleurs intéressant de constater que même ceux qui sont partis en vacances cet hiver souscrivent en grande partie à cette image de cherté (56%).

Autant d'éléments qui seront analysés et détaillés dans le rapport prochain.

---

<sup>6</sup> Cf. Georges Hatchuel et Sandra Hoibian, op. cit.

# Chapitre 1. Un aperçu des vacances d'hiver 2009-2010

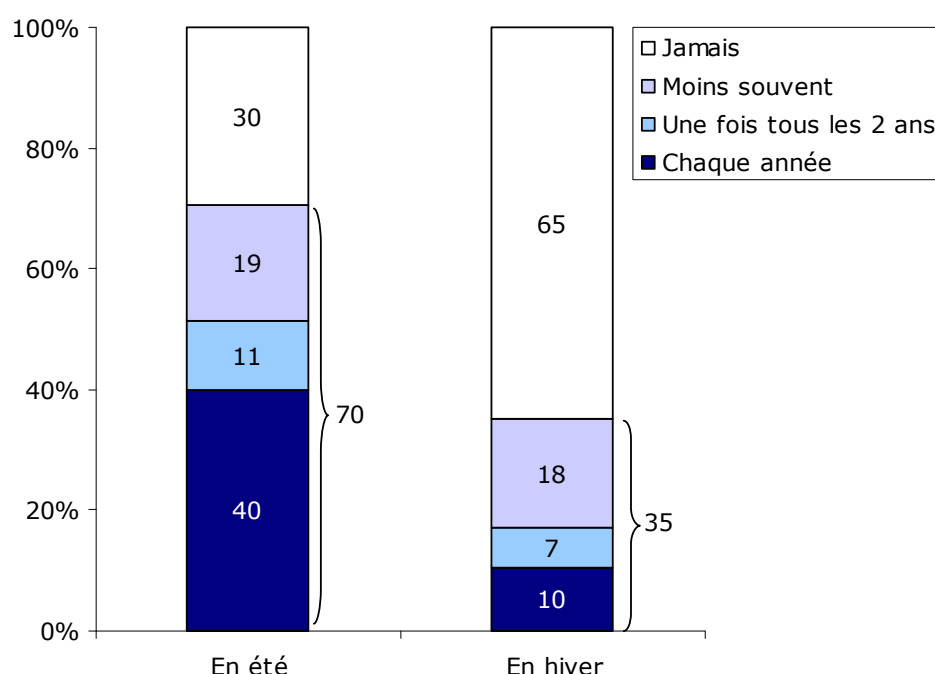
## 1. 17% des Français partent régulièrement en vacances en hiver

Si l'habitude de partir pendant la « belle saison » est ancrée dans notre société, les départs en **vacances d'hiver, entre début décembre et fin mars<sup>7</sup>, restent l'apanage d'une frange plus réduite de la population**. Ainsi, 10% des Français partent systématiquement chaque année à cette période, 7% environ une année sur deux, et 18% de façon plus occasionnelle. C'est sans commune mesure avec la fréquence habituelle de départ estivale, où partir fait quasiment figure de norme : seuls 30% déclarent ne jamais s'offrir de vacances en été, et 40% voyagent même aux beaux jours tous les ans.

### Graphique 1 - Partez-vous généralement en vacances en été, c'est à dire entre début juin et fin septembre? Et généralement, partez-vous en vacances en hiver, c'est à dire entre début décembre et fin mars ?

- Champ : ensemble de la population -

(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>7</sup> La période considérée est donc plus courte que celle habituellement traitée par l'Insee, qui va d'octobre à avril, et inclut les vacances de la Toussaint et celles de Pâques.

## 2. La saison 2009-2010 des vacances d'hiver ne déroge pas à la règle

Nous avons détaillé avec les interviewés leurs départs en hiver cette année : ceux déjà effectués au moment de l'enquête et ceux à venir, en distinguant les vacances de Noël, celles de Février et les départs hors vacances scolaires. Le Tableau 1 détaille l'ensemble des réponses.

**Tableau 1- Départs et intentions de départ  
entre début décembre 2009 et fin mars 2010<sup>8</sup>**

- Champ : ensemble de la population -

(En %)

	... Pendant les vacances scolaires de Noël 2009	... Pendant les vacances scolaires de février 2010	... Hors vacances scolaires entre début décembre et fin mars 2010	<b>Total des départs de la période</b>
Est parti...	8		3	} <b>17</b>
Va partir...	1	8	5	
Ne va pas partir...	91	92	92	<b>83</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

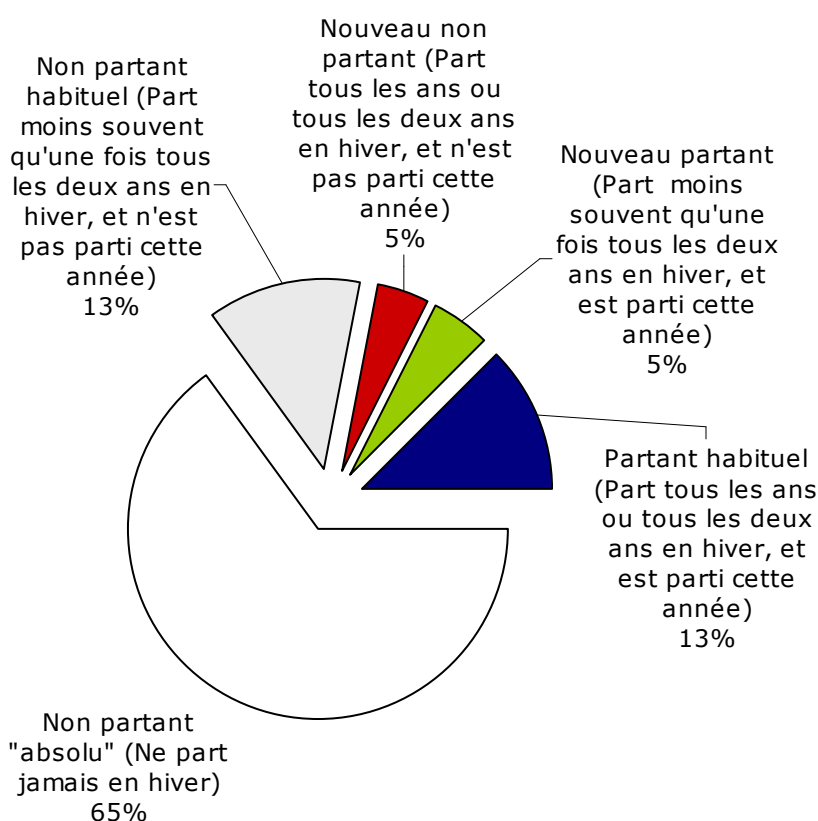
Certes, les intentions de départ ne se traduisent pas toujours dans les faits. Toutefois, les enquêtés ont été interrogés seulement un à deux mois au plus tard avant leur départ éventuel. On peut donc raisonnablement penser que les réponses données traduisent assez fidèlement la réalité. Pour plus de simplicité dans la suite du document, nous parlerons donc de partants, même s'il s'agit pour partie d'intentions de départs. Au total, 9% des Français partiront donc cette année pendant les vacances scolaires de Noël, 8% pendant les vacances de février, et 8% hors vacances scolaires. En définitive, **c'est 17% de nos concitoyens qui partiront cette année entre début décembre 2009 et fin mars 2010.** Signalons, au passage, que 7% de nos compatriotes s'offriront même plusieurs séjours durant cette période.

<sup>8</sup> L'enquête a eu lieu sur le terrain en décembre 2009 et janvier 2010.

Si l'on croise les habitudes de départ en hiver « en général » avec les départs effectifs de cet hiver, on constate que **la saison hiver 2009-2010 n'a guère dérogé aux habitudes** : dans la grande majorité des cas, les personnes parties cette année en hiver sont coutumières des départs à cette période de l'année (13%). Et la part de « nouveaux partants », ceux qui sont partis cette année alors qu'ils ne voyagent pas d'ordinaire en hiver, équivaut à celle des « nouveaux non-partants », c'est à dire ceux qui partent habituellement mais ne sont pas partis cette année (5% dans les deux cas, cf. Graphique 2).

**Graphique 2 - Croisement des habitudes de départ en hiver et des départs à l'hiver 2009-2010**

- Champ : ensemble de la population -  
(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

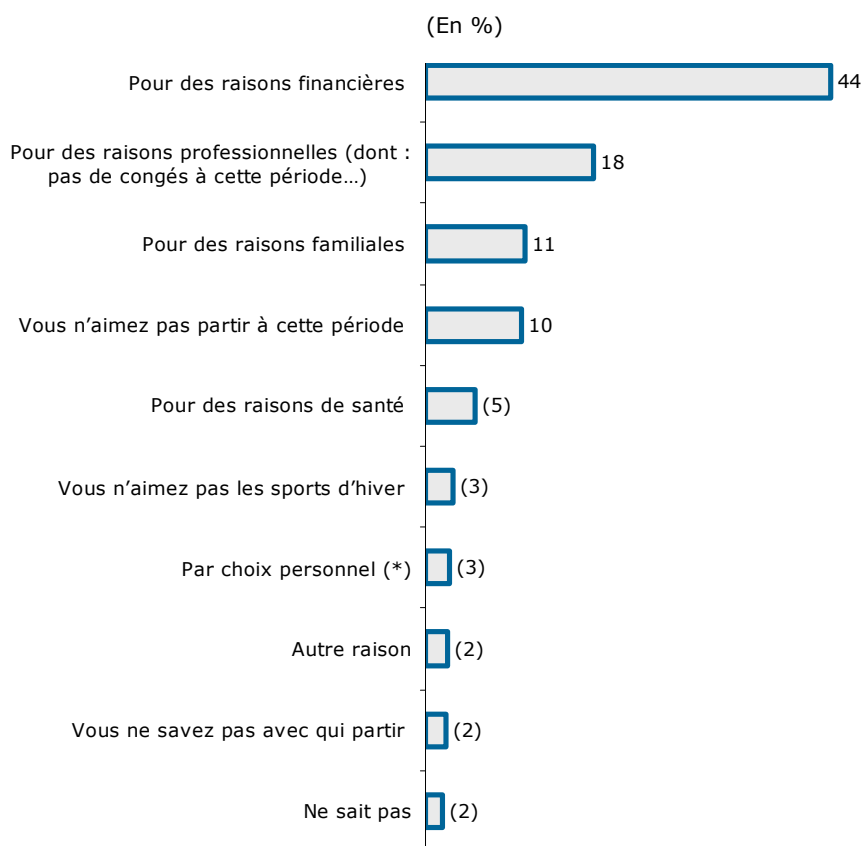
Cette tendance est d'ailleurs confortée par l'analyse des freins au départ des personnes qui n'ont pas profité de vacances cette année, alors qu'il leur arrive de partir de temps à autre à cette période. Certes, les **raisons financières** sont prédominantes (44% de citations), comme c'est d'ailleurs souvent le cas lorsqu'on



interroge la population sur ses motifs de non-départ<sup>9</sup>. Mais cette cause n'est pas évoquée plus qu'à l'accoutumée, comme on aurait pu le craindre compte tenu des difficultés économiques du pays. Ce qui frappe surtout à la lecture des réponses, c'est l'importance des **raisons professionnelles** évoquées (18% de citations). Celles-ci recouvrent principalement **l'absence de congés** à cette période de l'année (12%), et dans des cas beaucoup plus marginaux la perte d'un emploi (1%), une baisse de revenus (1%), ou d'autres motifs professionnels (4%)<sup>10</sup>. Viennent ensuite des **impératifs familiaux** (11%), et des motifs liés à un **manque d'appétence pour les vacances d'hiver** : 10% avouent ne pas aimer les départs à cette période de l'année, 3% n'apprécient pas particulièrement les sports d'hiver, et 3% allèguent spontanément un choix personnel de ne pas partir.

### Graphique 3 - Pour quelle raison principale ne partirez-vous pas en vacances d'hiver cette année ?

- Champ : ceux qui partent de temps à autre en vacances en hiver et ne sont pas partis cette année (18% de la population) -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

(\*) Raison non proposée dans la liste des items, recodée à posteriori à partir des réponses spontanées des répondants.

<sup>9</sup> 51% des freins au départ en vacances entre juin 2008 et juin 2009 étaient d'ordre financier. Cf. Georges Hatchuel et Sandra Hoibian, op cit.

<sup>10</sup> Cf résultats détaillés de cette question dans le Tableau 8 p.27.

Autre signe cette année du maintien des départs d'hiver au niveau habituel, on constate que les personnes parties à la fois cet hiver et l'hiver dernier (59% des partants 2009-2010, soit 10% des Français) ont consacré un **budget vacances d'hiver sensiblement identique** à celui de l'an passé. Ce qui vient confirmer l'hypothèse que les vacances d'hiver 2009-2010 n'ont pas été dramatiquement affectées par la conjoncture économique.

**Tableau 2 - Le budget que vous pourrez consacrer cette année à vos vacances d'hiver sera-t-il équivalent, inférieur ou supérieur à celui de l'année passée ?**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 ET en hiver 2008-2009 (10% de la population) -

(En %)

. Equivalent	76
. Supérieur	(11)
. Inférieur	(12)
<b>. Total</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

### 3. Des vacances d'hiver très majoritairement prises en France, principalement à la montagne

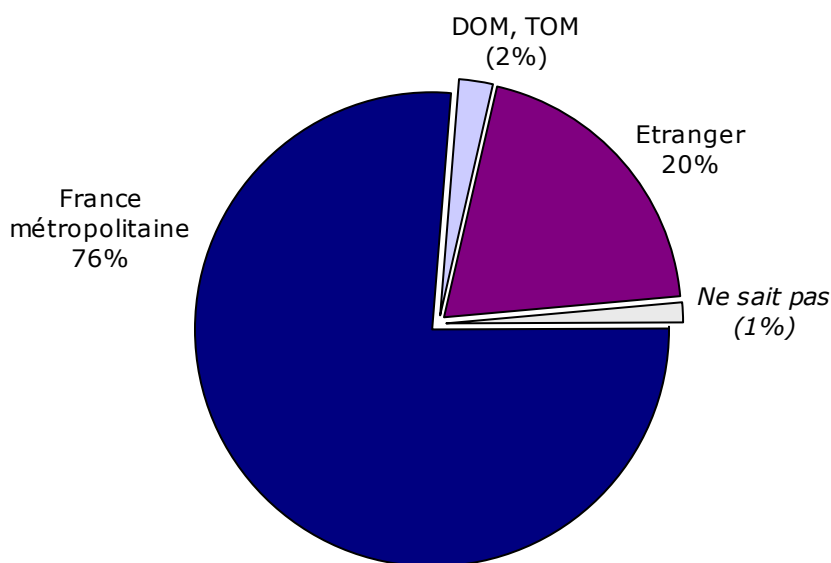
Examinons les choix opérés par les partants en vacances d'hiver de cette année, en cumulant toutes les périodes retenues - Noël, Février et hors période scolaire -, de début décembre 2009 à fin mars 2010.

Les destinations de départ en hiver sont, somme toute, relativement proches de celles connues pour l'ensemble des voyages : 76% des partants ont choisi la **France métropolitaine**, 2% les DOM, et 20% un séjour à l'étranger<sup>11</sup>. La France est particulièrement prisée pour les vacances de Noël (84%), moins pour les départs hors vacances scolaires (69%)<sup>12</sup>.

#### Graphique 4 -Destinations des vacances d'hiver 2009-2010

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>11</sup> En 2004, 19 % des séjours des Français étaient effectués à l'étranger. Cf. Laurence Dauphin, Marie-Anne Le Garrec et Frédéric Tardieu, Insee, Le tourisme en France édition 2008 « Les vacances des Français depuis 40 ans » [http://insee.fr/fr/ffc/docs\\_ffc/ref/fratour08c.PDF](http://insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/fratour08c.PDF).

<sup>12</sup> Cf résultats détaillés Tableau 9 p.27

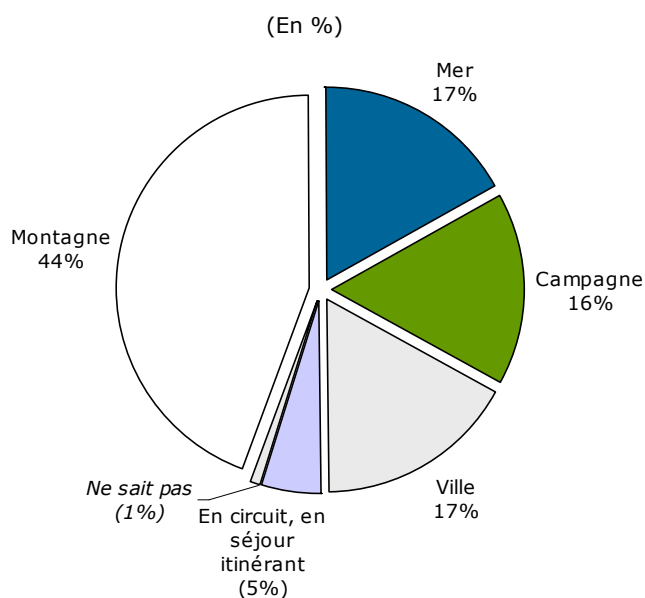
### **Vacances d'hiver riment avec montagne pour plus de 4 départs sur 10.**

C'est en fait une proportion très significative, si on la compare à la répartition globale des espaces touristiques<sup>13</sup>. La montagne est une destination très appréciée pour les vacances de février (62% des départs), et beaucoup moins à Noël (30%) ou hors période scolaire (46%)<sup>14</sup>.

Néanmoins, les autres lieux de vacances séduisent une part non négligeable des partants : 17% choisissent le bord de mer, 16% les vacances « vertes », et 17% choisissent de partir à la ville. Finalement, la majorité des partants d'hiver ne se rend pas à la neige.

#### **Graphique 5 - Lieux des vacances d'hiver 2009-2010**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>13</sup> En 2007, les séjours effectués sur l'ensemble de l'année se répartissaient de la façon suivante : Mer 45%, Montagne 18%, Campagne 31%, Ville 27%, Autre espace (y c. lacs) 8,5%, cf. « Les vacances des Français depuis 40 ans », déjà cité.

<sup>14</sup> Cf. Résultats détaillés Tableau 10 p.27.

#### **4. 10% des partants ont bénéficié d'une aide pour leurs vacances d'hiver**

Si l'on cumule tous les types d'aides - chèques vacances, aides de l'employeur ou du comité d'entreprise, aides de la CAF - un partant sur dix déclare avoir bénéficié d'un coup de pouce pour partir en vacances cet hiver. Une précédente étude du Crédoc, menée en juin 2008, montrait que sur une durée de 12 mois, 19% de la population au total avaient bénéficié d'une aide (26% chez les partants). Doit-on en déduire que les vacances d'hiver donnent lieu à moins d'aide que les départs d'été ? Cet écart est-il lié à des différences de profil socio-démographique entre les partants d'hiver et ceux qui voyagent à d'autres moments de l'année ? Le rapport détaillé sera l'occasion d'approfondir ces questions.

**Tableau 3 - Avez-vous bénéficié/ bénéficierez-vous d'une aide pour ces vacances d'hiver 2009-2010 (chèques vacances, aide de votre employeur ou de votre comité d'entreprise, aide de la CAF ...) ?**

-Champ : partants en vacances d'hiver 2009 - 2010 (17% de la population) -

(En %)

Oui	10
Non	90
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

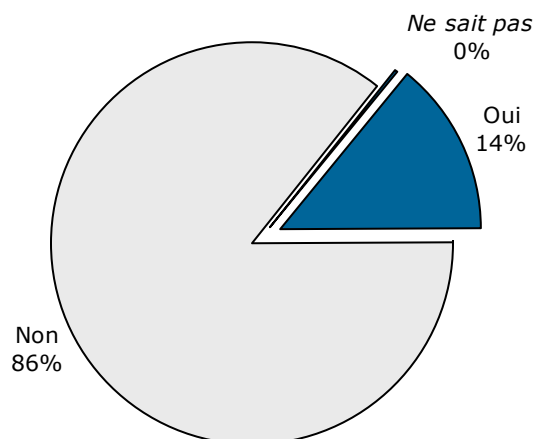
#### **5. 9% des parents envoient leur(s) enfant(s) en vacances d'hiver avec de la famille ou des amis**

14% des parents envoient leurs enfants en vacances sans eux en hiver. Il conviendra d'analyser plus précisément ces résultats selon le profil des familles, le nombre, le sexe et l'âge des enfants, qui ne sont peut-être pas sans effet sur ce résultat. En tout cas, on peut dores et déjà remarquer que les enfants sont en quelque sorte « logés à la même enseigne » que leurs parents, car dans la plupart des cas (9%), ils séjournent en famille ou avec des amis, alors que les départs en colonies de vacances (2%) ou en séjours linguistiques en hiver (2%) sont beaucoup moins répandus.

**Graphique 6 - Y a-t-il, dans votre foyer, un enfant qui est parti ou va partir en vacances, sans vous, entre début décembre 2009 et fin mars 2010 (hors voyages avec l'école)...**

- Champ : parents d'enfants de moins de 20 ans (32% de la population) -

(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 4 - Plus précisément, un enfant est-il parti ou va-t-il partir entre début décembre 2009 et fin mars 2010...**

- Champ : Pourcentages rapportés aux parents d'enfants de moins de 20 ans (32% de la population) -

(En %)

	Oui	Non	Total
En colonie de vacances	(2)	98	<b>100</b>
En séjour linguistique	(2)	98	<b>100</b>
En famille ou avec des amis	9	91	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

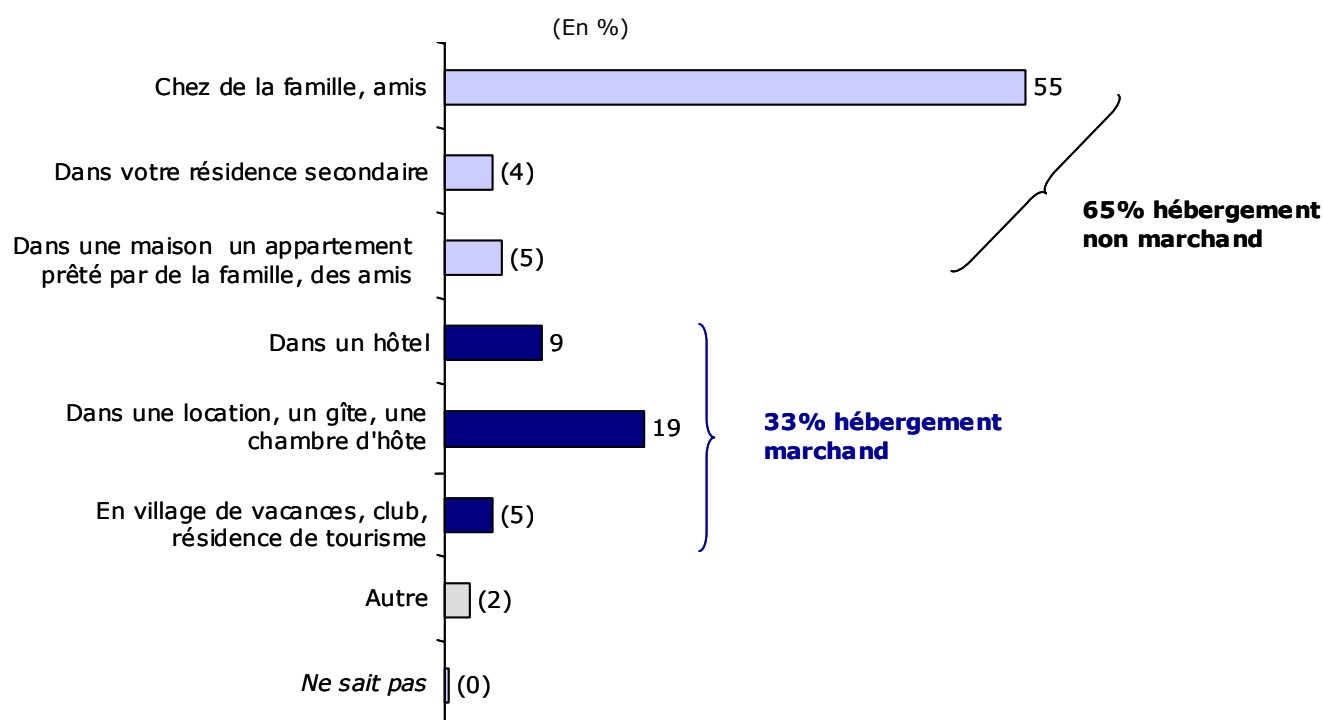
## Chapitre 2. Les vacanciers d'hiver sont à l'affût des économies

### 1. Les deux tiers des voyages hivernaux se font en hébergement non marchand

Les deux tiers des voyages d'hiver se font en **hébergement non marchand**. Cette répartition est d'ailleurs assez conforme avec celle observée pour l'ensemble des vacances<sup>15</sup>. Plus d'un vacancier sur deux (55% exactement) choisit pour ses vacances d'hiver de résider dans la famille ou chez des amis. L'image d'Épinal des vacances familiales à Noël résiste relativement bien, puisque 74% des vacances de Noël ont lieu dans de la famille ou chez des amis, contre 42% des vacances de février, et 43% des vacances hors périodes scolaires<sup>16</sup>. Les **locations, gîtes et chambres d'hôtes** attirent les faveurs de 19% des partants.

**Graphique 7 - Type d'hébergement choisi pour les vacances d'hiver 2009-2010**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>15</sup> Selon « Les chiffres clés du Tourisme, édition 2008 ». Direction du Tourisme, 68% des séjours se font en hébergement non marchand, 32% en hébergement marchand.

[http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/fr/z2/stat/chiffres/att00009212/chiffres\\_cle-FR.pdf](http://www.tourisme.equipement.gouv.fr/fr/z2/stat/chiffres/att00009212/chiffres_cle-FR.pdf)

<sup>16</sup> Résultats détaillés selon les périodes de départ dans le Tableau 11 p.28.

## 2. Les vacanciers limitent le recours à des prestations touristiques

Les partants **recourent relativement peu à des prestations payantes**. En effet, au total, seuls 6% des partants déclarent avoir choisi un voyage proposé par un organisateur de voyage.

**Tableau 5 - S'agit-il / s'agira-t-il d'un voyage proposé par un organisateur de voyages ?**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009 - 2010 (17% de la population) -

(En %)

. Oui	(6)
. Non	94
. <i>Ne sait pas</i>	(0)
Total	100

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

Par ailleurs, lorsqu'ils partent dans un hébergement « marchand » (hôtel, location, village de vacances), la plupart des vacanciers optent pour une **prestation qui inclut uniquement l'hébergement** (63%).

**Tableau 6 - Dans ce lieu d'hébergement, étiez-vous / serez-vous en pension complète/en demi-pension/ en hébergement seul ?**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009 - 2010 en hébergement marchand (6% de la population) -

(En %)

. En pension complète	(22)
. En demi-pension	(14)
. En hébergement seul	63
. <i>Ne sait pas</i>	(1)
Total	100

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010



### 3. Les partants multiplient les sources d'économies

En vérité, nombreux sont ceux qui cherchent à limiter les coûts de leur voyage d'hiver. Trois types de pratiques tiennent le haut du pavé : un tiers des vacanciers ont choisi **cet hiver un séjour en France plutôt qu'à l'étranger** pour faire des économies sur leur budget vacances. 26% ont opté pour une **réservation de leur voyage longtemps à l'avance**. Et 23% ont préféré choisir une **station touristique moins onéreuse, ou une plus petite station de sports d'hiver**. Autant de comportements qui ne sont pas à proprement parler caractéristiques des vacances d'hiver, mais plus généralement ancrés dans les nouvelles façons de partir en vacances comme en témoigne le rappel des réponses obtenues sur ces thèmes dans une précédente enquête portant sur l'ensemble des vacances prises au cours de l'année (respectivement 39%, 26%, 25% cf. Graphique 8)<sup>17</sup>.

Plus caractéristique des départs à cette période de l'année, on constate que **renoncer à aller aux sports d'hiver** est un arbitrage fait par un quart des partants : ici l'envie de partir « à la neige » est confrontée au sentiment que le choix des sports d'hiver est source de fortes dépenses.

La plupart des autres pistes d'économies que nous avons proposé aux enquêtés semblent un peu moins répandues. En particulier, les « **formules tout compris** » **sont beaucoup moins fréquemment choisies** en hiver que pour l'ensemble des vacances en général (13% des départs en hiver contre 21% des séjours toutes saisons confondues). **Voyager en dehors des vacances scolaires entre début décembre et fin mars est aussi moins facile que pendant le reste de l'année** (22% des partants hivernaux, contre 33% des partants du total de l'année).

---

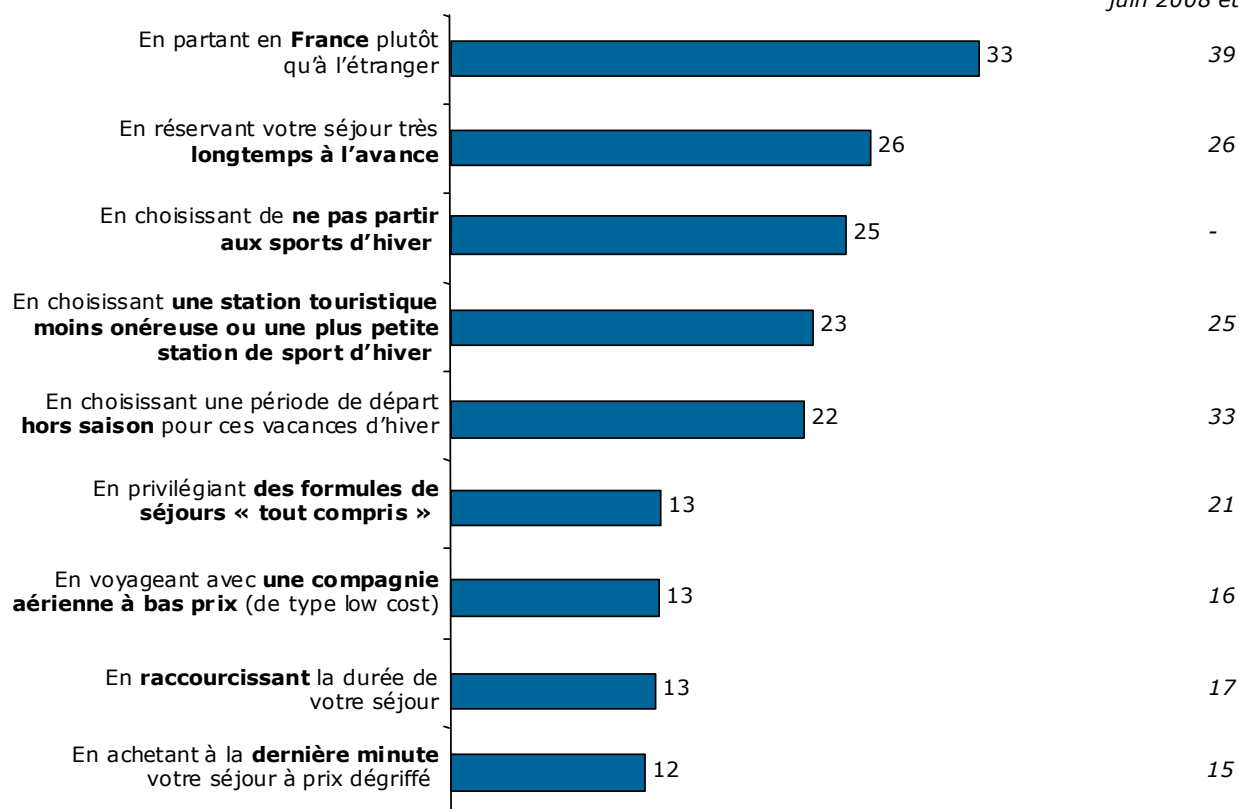
<sup>17</sup> Cf. « 2009 : Avec la crise, la recherche de vacances économes se développe. », CREDOC, déjà cité.

### Graphique 8 - Pour vos vacances d'hiver 2009-2010, avez-vous cherché à faire des économies ou allez-vous chercher à en faire ...

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009 - 2010 (17% de la population) -

(En %)

*Rappel des réponses  
obtenues pour l'ensemble  
des vacances prises entre  
juin 2008 et juin 2009*



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

## Chapitre 3. L'image des vacances d'hiver souffre de quelques insuffisances

---

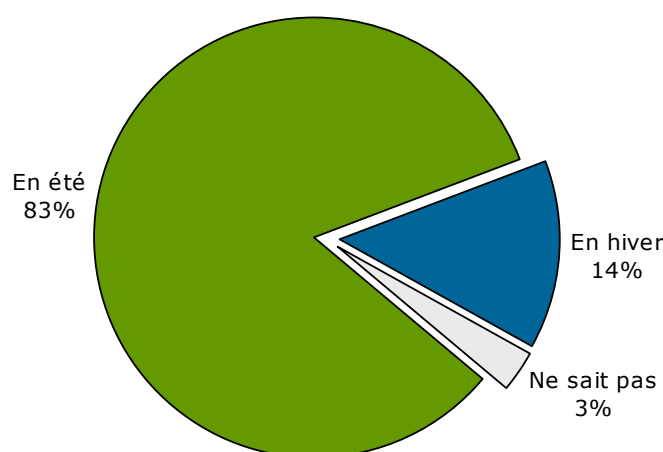
### 1. Une très nette préférence à l'égard des vacances d'été

Même si les statistiques montrent que d'année en année, les Français « étalent » davantage leurs vacances,<sup>18</sup> il n'en reste pas moins qu'ils affichent une **prédilection très marquée pour leurs congés d'été**. Ainsi, s'ils devaient choisir entre vacances estivales et hivernales, 83% de nos concitoyens choisiraient sans hésiter de partir en été. Les vacances d'hiver n'obtiennent les faveurs que d'une minorité (14%). Même ceux qui sont partis cette année en hiver sacrifieraient sans état d'âme leurs vacances d'hiver pour voyager aux beaux jours (72%)<sup>19</sup>. Comme si les vacances d'hiver étaient en quelque sorte un luxe, un bonus qu'on s'accorde, et auquel on n'hésite pas à renoncer le cas échéant. C'est aussi le reflet d'une certaine réalité des pratiques, comme nous l'évoquions plus haut : alors que 70% de nos compatriotes partent de temps à autre en été, ce n'est le cas que de 35% pour les vacances d'hiver.

**Graphique 9 - Si vous ne pouviez partir qu'une fois par an en vacances, choisiriez-vous de partir plutôt ?**

- Champ : ensemble de la population -

(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>18</sup> « La majorité des vacances se déroule traditionnellement en juillet et en août, mais la part de l'été diminue au profit de l'hiver depuis 1979. En 1979, 69 % des jours de vacances se situaient en juillet ou en août, contre 57 % en 2004. » Laurence Dauphin et Frédéric Tardieu in « Vacances : les générations se suivent et se ressemblent... de plus en plus » *Insee Première* N° 1154 - Aout 2007 <http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1154/ip1154.pdf>

<sup>19</sup> Cf Résultats détaillés dans le Tableau 12 p.28.

## 2. Des vacances jugées chères

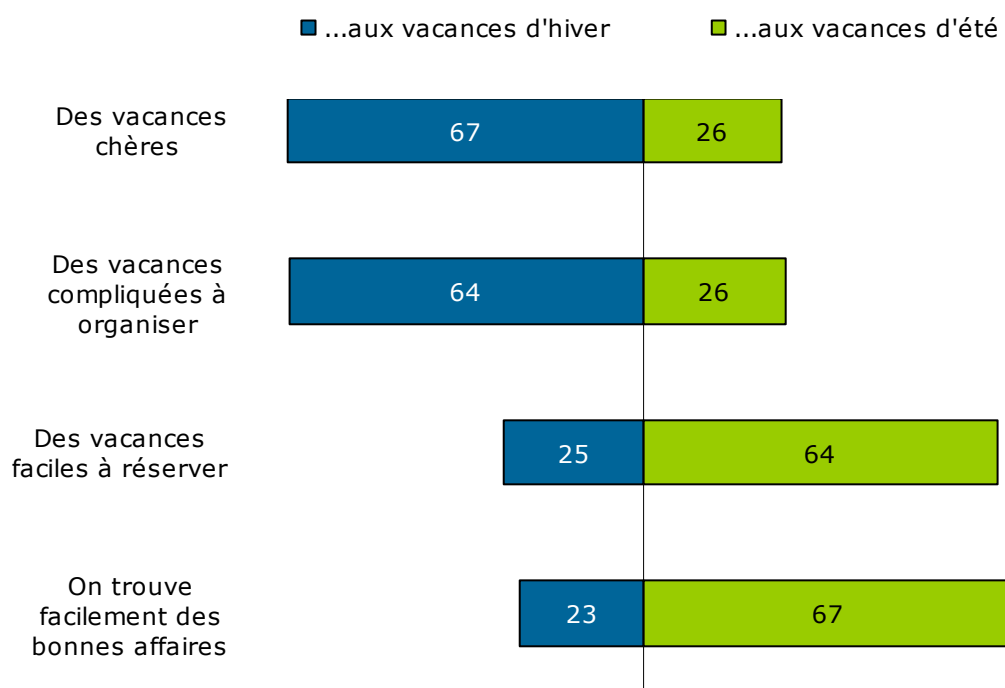
Il faut dire que **les congés d'hiver ont mauvaise presse comparés aux vacances d'été. Ils sont davantage synonymes de « vacances chères » (67%), « compliquées à organiser » (64%), alors que les vacances d'été sont associées plus volontiers à des vacances faciles à réserver (64%), et évocatrices de « bonnes affaires » (67%).** Est-ce à dire que l'on hésite d'autant moins à faire une croix sur ses vacances d'hiver qu'on trouve difficilement chaussure à son pied ? Quoi qu'il en soit, même ceux qui sont partis cette année entre début décembre et fin mars rejoignent ces constats (respectivement 68%, 53%, 53%, 61%, cf. Tableau 7).

### Graphique 10 - Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si selon vous elle s'applique mieux aux vacances d'hiver, ou aux vacances d'été

- Champ : ensemble de la population -

(En %)

Cette phrase s'applique le mieux ...



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 7 - Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si selon vous elle s'applique mieux aux vacances d'hiver, ou aux vacances d'été**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)

Cette phrase s'applique le mieux ...	...Aux vacances d'hiver	...Aux vacances d'été	Ne sait pas	Total
Des vacances chères	<b>68</b>	24	(8)	<b>100</b>
Des vacances compliquées à organiser	<b>53</b>	31	16	<b>100</b>
Des vacances faciles à réserver	31	<b>53</b>	16	<b>100</b>
On trouve facilement des bonnes affaires	24	<b>61</b>	15	<b>100</b>

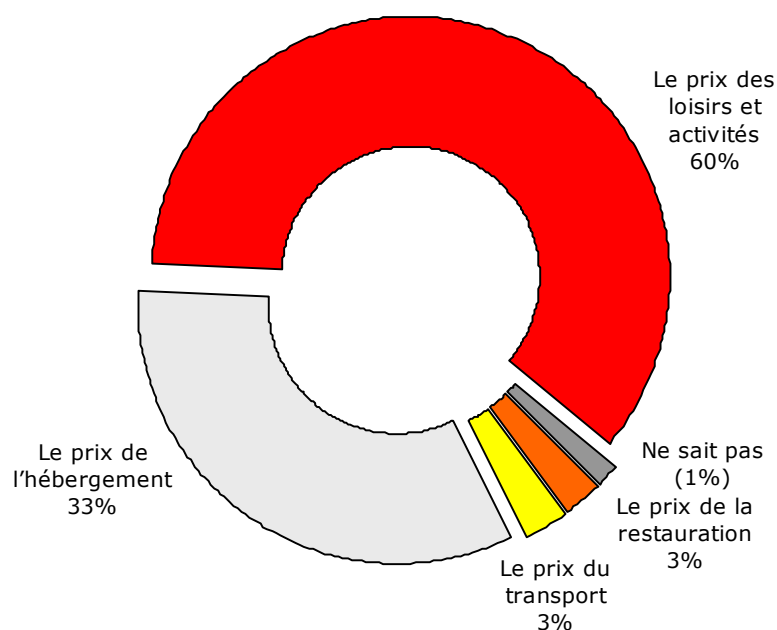
Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

En tout cas, derrière la perception de cherté des vacances d'hiver, c'est principalement **le prix des loisirs et des activités** qui est critiqué (60% des réponses), suivi des tarifs des hébergements proposés à cette période (33%). L'analyse détaillée de ces perceptions selon les différents groupes socio-démographiques permettra d'affiner ces premiers résultats.

**Graphique 11 - Quelle raison principale vous fait dire que les vacances d'hiver sont chères ?**

- Champ : personnes qui jugent les vacances d'hiver chères (67% de la population) -

(En %)



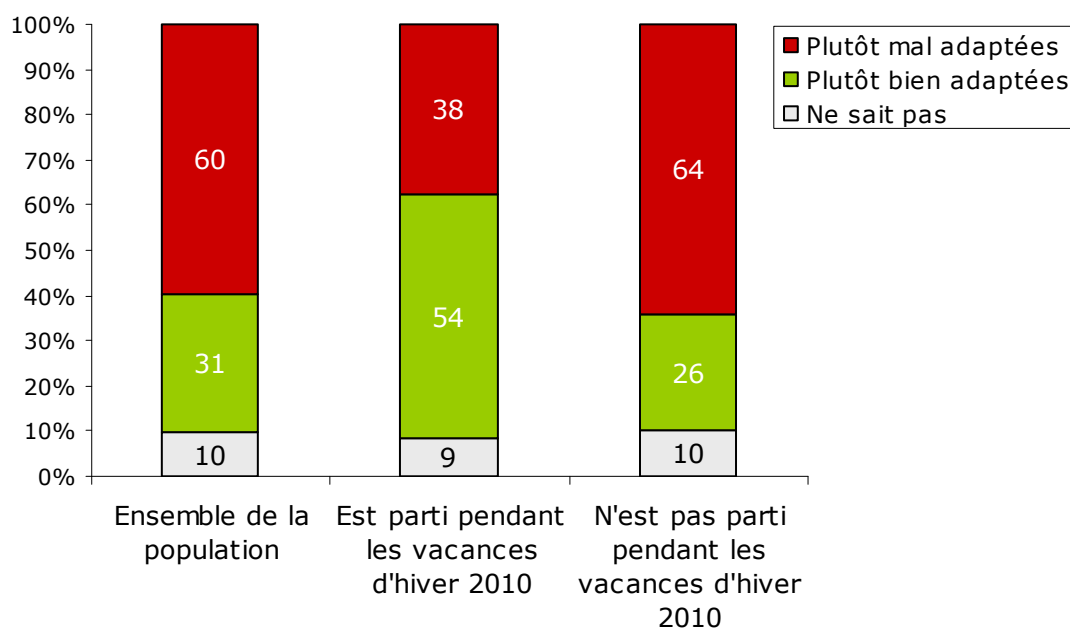
Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

### 3. L'offre touristique d'hiver est plutôt mal adaptée aux attentes, en particulier sur le plan des tarifs

Quoi qu'il en soit, les Français se montrent assez sévères quand il s'agit d'évaluer les offres touristiques de vacances d'hiver : **60% de la population jugent ces offres plutôt mal adaptées à leur situation**. En particulier, 64% de ceux qui ne sont pas partis cette année en hiver déplorent le manque d'adéquation des offres touristiques d'hiver à leur situation. En outre, il n'est pas anodin de constater que 38% de ceux qui sont pourtant partis à cette période partagent le même constat. Ces résultats laissent à penser qu'une amélioration de l'offre pourrait éventuellement drainer une clientèle supplémentaire vers les vacances d'hiver.

**Graphique 12 - Vous personnellement, trouvez-vous que les offres touristiques actuelles concernant les vacances d'hiver sont plutôt bien ou plutôt mal adaptées à votre situation ?**

- Champ : ensemble de la population -  
(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

Lecture : 64% de ceux qui ne sont pas partis en vacances entre début décembre et fin mars 2010 jugent les offres touristiques proposées à cette période plutôt inadaptées à leur situation.

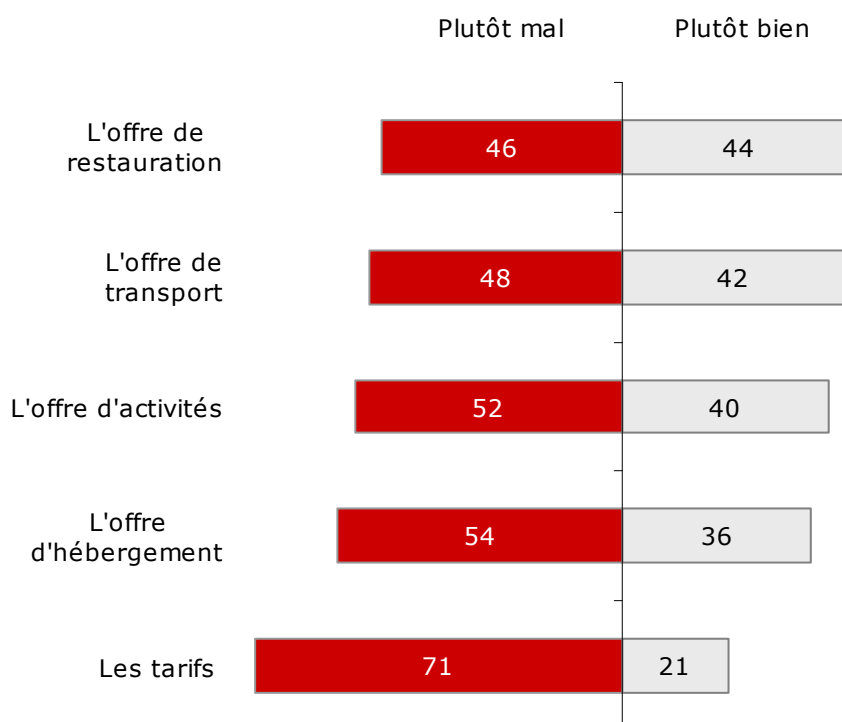
**Les griefs émis à l'encontre des offres d'hiver sont nombreux, et l'emportent systématiquement sur les opinions positives : l'offre de restauration** est critiquée par quasiment un Français sur deux (46%), 48% jugent **l'offre de transport** inadéquate. Le sentiment que **l'offre d'activités** est inadaptée aux besoins prévaut pour la majorité de la population (52%), ainsi que pour **l'offre d'hébergement** (54%). Mais surtout, **71% des personnes interrogées dénoncent des tarifs trop élevés par rapport à leur situation.**

Signalons, d'ailleurs, que si les partants 2009-2010 se montrent plus satisfaits des différentes composantes des offres touristiques d'hiver (63% apprécient l'offre de restauration, 61% les transports, 64% les activités et 58%, l'offre d'hébergement), les critiques par rapport aux tarifs pratiqués restent de mise, même chez cette cible (56%)<sup>20</sup>.

**Graphique 13 - Plus précisément, les éléments suivants de l'offre de vacances d'hiver sont-ils plutôt bien, ou plutôt mal adaptés à votre situation ?**

- Champ : ensemble de la population -

(En %)



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

<sup>20</sup> Résultats détaillés de ces questions chez ceux qui sont partis cette année dans le Tableau 13 p.28.

## Annexes - Tableaux complémentaires

**Tableau 8 - Plus précisément, pour quelle raison professionnelle ne partirez-vous pas en vacances d'hiver cette année ?**

- Champ : ceux qui partent de temps à autre en vacances en hiver et ne sont pas partis cette année (18% de la population) -

(En %)

<b>Total motifs professionnels</b>	<b>18</b>
Dt perte d'emploi	(1)
Dt baisse de revenus	(1)
Dt chômage partiel	(0)
Dt pas de congés à cette période	12
Dt autre motif	(4)
<i>Ne sait pas</i>	(0)

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 9 - Destinations des vacances d'hiver selon la période**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)

	<b>Ensemble des partants</b>	Dont :		
		Noël 2009	Février 2010	Hiver 2009-2010 hors vacances scolaires
France métropole	<b>76</b>	84	75	69
DOM, TOM	<b>(2)</b>	(1)	(1)	(4)
Etranger	<b>20</b>	(13)	(23)	(25)
<i>Ne sait pas</i>	<b>(1)</b>	(1)	(1)	(2)
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 10 - Lieux des vacances d'hiver selon la période**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)

	<b>Ensemble des partants</b>	Dont :		
		Noël 2009	Février 2010	Hiver 2009-2010 hors vacances scolaires
Montagne	<b>44</b>	30	62	46
Mer	<b>17</b>	22	(8)	(19)
Campagne	<b>16</b>	24	(11)	(11)
Ville	<b>17</b>	(22)	(11)	(15)
Circuit itinérant	<b>(5)</b>	(2)	(7)	(7)
<i>Ne sait pas</i>	<b>(1)</b>	(1)	(0)	(2)
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010



**Tableau 11 - Type d'hébergement choisi pour les vacances d'hiver 2009-2010**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)

	Ensemble des partants en hiver	Dont :		
		Noël 2009	Février 2010	Hiver 2009-2010 hors vacances scolaires
Chez de la famille, des amis	<b>55</b>	74	42	43
Dans votre résidence secondaire	<b>(4)</b>	(6)	(2)	(6)
Dans une maison prêtée par de la famille, des amis	<b>(5)</b>	(4)	(6)	(8)
Dans un hôtel	<b>9</b>	(1)	(12)	(16)
Dans une location, un gîte, une chambre d'hôte	<b>19</b>	(10)	(31)	(18)
En village de vacances, club, résidence de tourisme	<b>(5)</b>	(3)	(4)	(8)
Autre	<b>(2)</b>	(1)	(4)	(2)
<i>Ne sait pas</i>	<b>(0)</b>	(1)		
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 12 - Si vous ne pouviez partir qu'une fois par an en vacances, choisiriez-vous de partir plutôt ?**

- Champ : ensemble de la population -

(En %)

	Ensemble de la population	Dont :	
		Est parti en vacances d'hiver 2009-2010	N'est pas parti entre début décembre 2009 et fin mars 2010
En été	<b>83</b>	<b>72</b>	<b>85</b>
En hiver	<b>14</b>	24	12
<i>Ne sait pas</i>	<b>3</b>	(4)	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

**Tableau 13 - Plus précisément, les éléments suivants de l'offre de vacances d'hiver sont-ils plutôt bien, ou plutôt mal adaptés à votre situation ?**

- Champ : partants en vacances d'hiver 2009-2010 (17% de la population) -

(En %)

	L'offre de restauration ?	L'offre de transport ?	L'offre d'activités ?	L'offre d'hébergement ?	Les tarifs ?
Plutôt bien adaptés	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>64</b>	<b>58</b>	38
Plutôt mal adaptés	30	31	31	35	<b>56</b>
<i>Ne sait pas</i>	(7)	(8)	(5)	(7)	(6)
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2010

# Questionnaire

---

Enquête CREDOC « *Conditions de Vie et Aspirations des Français* »

- Vague de début 2010 -

Questions posées sur les vacances d'hiver à la demande de la DGCIS

\*\*\*\*\*

## Les habitudes de départ

**Q1 Partez-vous généralement en vacances en été, c'est à dire entre début juin et fin septembre ...**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| . Chaque année .....               | 1 |
| . Une fois tous les deux ans ..... | 2 |
| . Moins souvent .....              | 3 |
| . Jamais .....                     | 4 |

**Q2 Et généralement, partez-vous en vacances en hiver, c'est à dire entre début décembre et fin mars ...**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| . Chaque année .....               | 1 |
| . Une fois tous les deux ans ..... | 2 |
| . Moins souvent .....              | 3 |
| . Jamais .....                     | 4 |

4	Aller en Q14
---	-----------------

## Les vacances d'hiver

**Q3 Parlons des vacances que vous pouvez prendre à certaines périodes de l'année. Il s'agit des départs d'au moins quatre nuits consécutives hors de votre domicile, pour des motifs autres que professionnels ...**

*(Citez un à un – une réponse par ligne)*

	Oui, vous êtes déjà parti	Oui, vous allez partir	Non	Ne sait pas
. a/ Etes-vous parti ou allez-vous partir pendant les vacances scolaires de Noël (entre le 19/12 2009 et début janvier 2010) ? .....	1	2	3	4
. b/ Allez-vous partir pendant les vacances scolaires de Février 2010 (entre février et mars 2010) ? .....		2	3	4
. c/ Etes-vous parti ou allez-vous partir hors vacances scolaires, entre début décembre 2009 et fin mars 2010 ? .....	1	2	3	4

Q4 à Q12 posées aux seules personnes parties ou ayant l'intention de partir entre début décembre 2009 et fin mars 2010.

**Nous allons parler de ces vacances < de Noël 2009/ de Février 2010/ d'hiver 2009-2010 >**

**Q4 Quel a été/ sera le lieu de ces vacances ?**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . France métropolitaine ..... 1
- . DOM, TOM (Guadeloupe, Martinique, Réunion...) ... 2
- . Etranger ..... 3
- . Ne sait pas ..... 4

**Q5 Et pour ces vacances < de Noël 2009/ de Février 2010/ d’hiver 2009-2010 >, êtes-vous parti/ partirez-vous ?**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . A la montagne ..... 1
- . A la mer ..... 2
- . A la campagne ..... 3
- . A la ville ..... 4
- . En circuit, en séjour itinérant ..... 5
- . *Ne sait pas* ..... 6

**Q6 S’agit-il / s’agira-t-il d’un voyage proposé par un organisateur de voyages ?**

- . Oui ..... 1
- . Non ..... 2
- . *Ne sait pas* ..... 3

**Q7 Pour ces vacances< de Noël 2009 / de Février 2010 / d’hiver 2009-2010 >, étiez-vous / serez-vous hébergé ?**

*(Présentez la liste– une réponse)*

- |  |   |             |
|--|---|-------------|
| . Dans votre famille, chez des amis.....                                     | 1 |             |
| . Dans votre résidence secondaire.....                                       | 2 |             |
| . Dans un appartement, une maison prêtée par des amis,<br>de la famille..... | 3 | Passer à Q9 |
| . Dans un hôtel .....  | 4 |             |
| . Dans une location, dans un gîte, une chambre d’hôte.....                   | 5 |             |
| . En village de vacances, club, résidence de tourisme .....                  | 6 |             |
| . Autre .....  | 7 | Passer à Q9 |
| . <i>Ne sait pas</i> .....   | 8 |             |

**Q8 Dans ce lieu d’hébergement, étiez-vous / serez-vous...**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . En pension complète ..... 1
- . En demi-pension ..... 2
- . En hébergement seul ..... 3
- . *Ne sait pas* ..... 4

**Q9 Avez-vous bénéficié/ bénéficierez-vous d'une aide pour ces vacances d'hiver 2009-2010 (chèques vacances, aide de votre employeur ou de votre comité d'entreprise, aide de la CAF ...) ?**

- . Oui ..... 1
- . Non ..... 2
- . *Ne sait pas* ..... 3

**Q10 Etes-vous parti en vacances en hiver l'année dernière, entre début décembre 2008 et fin mars 2009 (au moins quatre nuits consécutives hors de votre domicile, pour des motifs autres que professionnels) ?**

- |                            |   |                 |
|----------------------------|---|-----------------|
| . Oui .....                | 1 |                 |
| . Non .....                | 2 |                 |
| . <i>Ne sait pas</i> ..... | 3 | Passer à<br>Q12 |

**Q11 Le budget que vous pourrez consacrer cette année à vos vacances d'hiver sera-t-il équivalent, inférieur ou supérieur à celui de l'année passée ?**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . Equivalent à celui de l'année passée ..... 1
- . Supérieur à celui de l'année passée ..... 2
- . Inférieur à celui de l'année passée ..... 3
- . *Ne sait pas* ..... 4

**Q12 Pour vos vacances d'hiver 2009-2010, avez-vous cherché ou allez-vous chercher à en faire ...**

(Présentez la liste – une réponse par ligne)

	Oui	Non	Ne sait pas
a) En achetant à la dernière minute votre séjour à prix dégriffé ? .....	1	2	3
b) En réservant votre séjour très longtemps à l'avance ? .....	1	2	3
c) En choisissant une période de départ hors saison pour ces vacances d'hiver ? .....	1	2	3
d) En voyageant avec une compagnie aérienne à bas prix (de type low cost) ? .....	1	2	3
e) En raccourcissant la durée de votre séjour ? .....	1	2	3
f) En privilégiant des formules de séjours « tout compris » ? .....	1	2	3
g) En partant en France plutôt qu'à l'étranger ? .....	1	2	3
h) En choisissant une station touristique moins onéreuse ou une plus petite station de sport d'hiver ? .....	1	2	3
i) En choisissant de ne pas partir aux sports d'hiver ? .....	1	2	3

Si non partant hiver ( $q3a > 2$  et  $q3b > 2$  et  $q3c > 2$ ) poser Q13

**Q13 Pour quelle raison principale ne partirez-vous pas en vacances d'hiver cette année ?**

(Présentez la liste – une seule réponse )

- . Pour des raisons familiales.....
- . Pour des raisons professionnelles (y compris chômage, perte d'emploi...).....
- . Pour des raisons financières.....
- . Pour des raisons de santé.....
- . Vous n'aimez pas partir à cette période .....
- . Vous n'aimez pas les sports d'hiver.....
- . Vous ne savez pas avec qui partir .....
- . Autre, précisez : / ..... / .....
- . Ne sait pas .....

1 Passer à Q14

2

3

4

5

6

7

8

9

Passer à Q14

**Q13bis Plus précisément pour quelle raison professionnelle ne partirez-vous pas en vacances d'hiver cette année ?**

(Présentez la liste – une seule réponse )

Enquêteur coder 1 si chômage

- . Perte d'emploi ..... 1
- . Baisse de revenus ..... 2
- . Chômage partiel ..... 3
- . Pas de congés à cette période ..... 4
- . Autre..... 5
- . *Ne sait pas* ..... 6

**A tous : poser Q14 et suivantes**

Si enfant de moins de 20 ans dans le foyer, poser Q14 sinon passer à Q16

**Q14 Y a-t-il, dans votre foyer, un enfant qui est parti ou va partir en vacances, sans vous, entre début décembre 2009 et fin mars 2010 (hors voyages avec l'école)...**

- . Oui..... 1
- . Non..... 2
- . *Ne sait pas* ..... 3

Passer à Q16

**Q15 Plus précisément, un enfant est-il parti ou va-t-il partir entre début décembre 2009 et fin mars 2010...**

	Oui	Non	Ne sait pas
a) en colonie de vacances .....	1	2	3
b) en séjour linguistique .....	1	2	3
c) . en famille ou avec des amis .....	1	2	3

## L'attachement et l'image des vacances d'hiver

**Q16 Si vous ne pouviez partir qu'une fois par an en vacances, choisiriez-vous de partir plutôt ?**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . En été ..... 1
- . En hiver ..... 2
- . *Ne sait pas* ..... 3

## **La perception de l'offre concernant les vacances d'hiver**

**Q17 Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si selon vous elle s'applique mieux aux vacances d'hiver, ou aux vacances d'été**

*(Citez un à un – une réponse par ligne)*

	Cette phrase s'applique le mieux :		
	Aux vacances d'hiver	Aux vacances d'été	<i>Ne sait pas</i>
. a. Des vacances compliquées à organiser .....	1	2	3
. b. Des vacances pour lesquelles on trouve facilement des bonnes affaires .....	1	2	3
. c. Des vacances faciles à réserver.....	1	2	3
. d. Des vacances chères .....	1	2	3

Si vacances d'hiver chères (Q17d = 1)
---------------------------------------

**Q18 Quelle raison principale vous fait dire que les vacances d'hiver sont chères ?**

*(Enumérez – une seule réponse)*

- . Le prix de l'hébergement ..... 1
- . Le prix de la restauration ..... 2
- . Le prix du transport..... 3
- . Le prix des loisirs et activités..... 4
- . *Ne sait pas* ..... 5



**Q19** Vous personnellement, trouvez-vous que les offres touristiques actuelles concernant les vacances d'hiver sont plutôt bien ou plutôt mal adaptées à votre situation ?

- . Plutôt bien adaptées ..... 1
- . Plutôt mal adaptées ..... 2
- . *Ne sait pas* ..... 3

**Q20** Et plus précisément, les éléments suivants de l'offre de vacances d'hiver sont-ils plutôt bien, ou plutôt mal adaptés à votre situation ?

(Citer un à un - Une réponse par ligne)

- . Les tarifs ? .....
- . L'offre d'hébergement ? .....
- . L'offre d'activités ? .....
- . L'offre de transport ? .....
- . L'offre de restauration ? .....

Plutôt mal adaptés	Plutôt bien adaptés	<i>Ne sait pas</i>
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3
1	2	3

