

Le 4 Pages

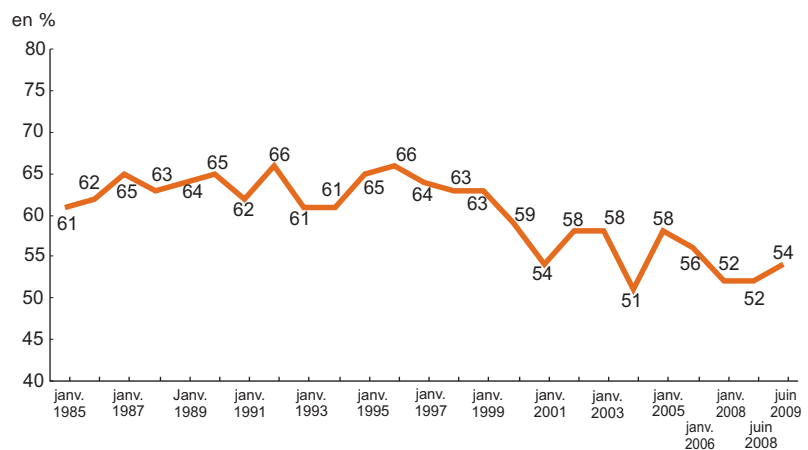
de la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

Dans le contexte de crise économique, le taux de départ en vacances se maintient mais les dépenses s'ajustent

Malgré la crise économique, les Français continuent à partir en vacances. Ils ajustent néanmoins leurs dépenses. Rester en France et partir hors saison sont les arbitrages les plus fréquents. En outre, les vacanciers prévoient de réduire leurs dépenses pendant le séjour. Ces ajustements, qui pèsent sur l'activité touristique, pourraient néanmoins avoir certains effets positifs : choix plus fréquent de rester en France, meilleure répartition des séjours avec le recours accru aux départs hors saison. Plus structurellement, si une large majorité de la population estime que l'offre touristique actuelle est bien adaptée à ses attentes, une meilleure adéquation aux besoins de certaines catégories de population - familles mono-parentales et familles nombreuses notamment - pourrait accroître le taux de départ.

Selon l'enquête du Credoc sur les « Conditions de vie et aspirations des Français » (encadré 1), près de la moitié (46 %) de la population n'est pas partie en vacances (au moins quatre nuits consécutives hors du domicile pour des motifs autres que professionnels) au cours de la période juin 2008-juin 2009. La principale raison est financière (51 % des cas), les autres motifs invoqués arrivant loin derrière : 14 % pour des raisons de santé, 10 % pour des raisons professionnelles, 10 % également pour des raisons familiales. S'agissant des courts séjours et des week-ends, le constat est proche : près d'un individu sur deux

1. Évolution du taux de départ en vacances⁽¹⁾

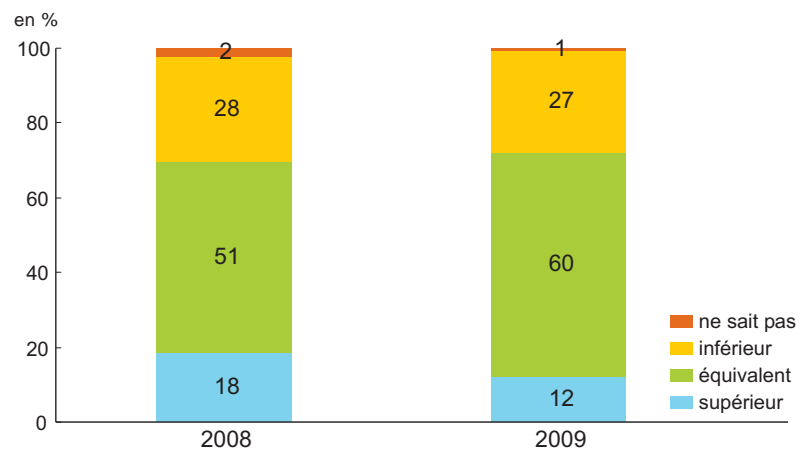


⁽¹⁾ Au cours des 12 derniers mois, quatre nuits consécutives hors du domicile (pour des motifs autres que professionnels)

Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus

Source : Credoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

2. Perspectives d'évolution du budget consacré aux vacances par rapport aux années passées



Champ : individus ayant l'intention de partir prochainement en vacances, ou indécis à ce sujet
Source : Credoc, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

(45 %) n'en a pas bénéficié au cours de la même période. Là encore, les raisons financières sont invoquées à titre principal dans la moitié des cas (47 %).

Le taux de départ en vacances ne se dégrade pas

Le contexte économique de 2009 aurait pu réduire les projets de vacances. Tel n'est pas le cas : la proportion de personnes qui déclarent être parties en vacances au cours des douze derniers mois (*encadré 2*) a même augmenté de 2 points, passant de 52 % en juin 2008 à 54 % en juin 2009 (*graphique 1*). Le taux de départ en week-ends s'améliore quant à lui de 3 points, passant de 52 % à 55 %. En outre, les habitudes de départ n'ont pas été bouleversées : ceux qui sont partis sont en quasi-totalité des habitués du départ (90 %) et presque tous ceux qui n'ont pas pris de vacances (83 %) n'en prennent pas habituellement.

À l'horizon des six prochains mois, 56 % de la population envisagent de partir, soit 2 points de plus que l'an dernier à la même époque.

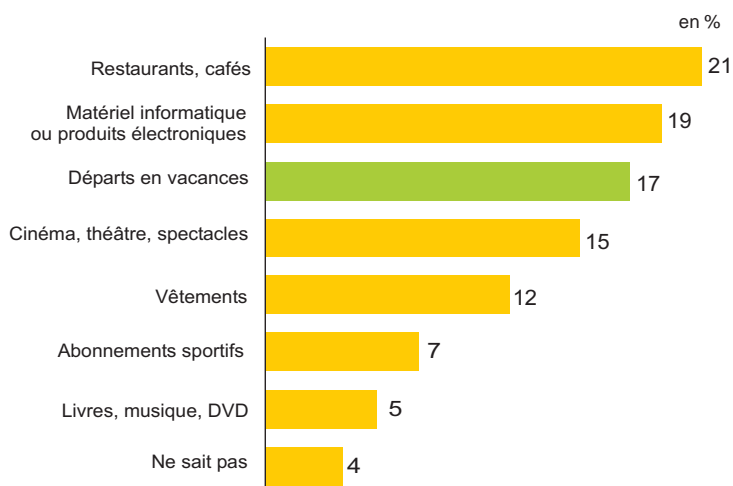
Ainsi, il ne semble pas que la crise économique ait réduit le taux de départ des Français. Elle n'a pas créé un second palier à la baisse, après celui du début des années 2000. Toutefois, les inflexions des comportements pourraient être légèrement décalées dans le temps : il n'est pas à exclure que les effets de la conjoncture se fassent sentir sur les taux de départ de façon différée.

Le « budget vacances » devrait cependant diminuer au cours des prochains mois

Si les Français sont aussi nombreux à partir que l'an dernier, en revanche, le budget qu'ils entendent consacrer à leurs vacances devrait diminuer. En effet, le solde entre la proportion des personnes qui estiment que leur budget vacances va augmenter au cours des six prochains mois et celle des personnes qui anticipent une diminution se dégrade, passant de - 10 points en juin 2008 à - 15 points en juin 2009 (*graphique 2*). Cette évolution reflète cependant un fort recul des intentions d'accroître le budget au profit d'un objectif de stabilisation de celui-ci, la proportion de personnes qui envisagent de réduire leur « budget vacances » restant stable à 27 %.

Les vacances apparaissent comme l'un des postes de dépenses les plus fréquemment mentionnés parmi un ensemble de postes à réduire en priorité si, pour une raison ou pour une autre, il faut faire des économies (*graphique 3*) : désigné par 17 % des personnes interrogées, il n'est dépassé que par les achats de matériel informatique ou de

3. Postes de dépenses à réduire en priorité en vue de réaliser des économies



Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus
Source : Crédoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

produits électroniques (19 %) et par les dépenses dans les restaurants et les cafés (21 %).

Plus des deux tiers des partants ont adopté des mesures d'économies touchant aux divers aspects de l'organisation de leur séjour

Ces perspectives de réduction budgétaire s'inscrivent dans la continuité d'ajustements déjà opérés au cours des douze derniers mois. En effet, parmi les personnes qui sont parties en vacances ou en court séjour lors de cette période, 71 % ont adopté des mesures d'économies touchant aux divers aspects

de l'organisation de leur séjour :

- la *destination* retenue : arbitrage entre France et étranger, proximité du domicile ou choix de stations touristiques moins onéreuses ;
- le *calendrier* : moment de la réservation du voyage (longtemps à l'avance), date de départ (hors saison) ou durée du séjour (plus courte) ;
- le *prix* : formule de séjour « tout compris », négociation des prix, compagnies aériennes de type *low cost*, achat à la dernière minute de voyage à prix dégriffés.

Dans un secteur où le consommateur est lui-même acteur de la conception du produit, la crise pousse le vacancier à user plus systématiquement de ce pouvoir afin d'ajuster ses dépenses à son budget. Au

4. Ajustements des éléments constitutifs des séjours effectués entre juin 2008 et juin 2009 afin de réaliser des économies



(IP) : item non proposé en 2008
Champ : individu, partant en week-end, court séjour ou vacances entre juin 2008 et juin 2009
Source : Crédoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

total, plus de la moitié des partants (51 %) ont consenti un effort sur la destination choisie en préférant partir en France, plus près de chez eux ou dans une station touristique moins onéreuse.

Rester en France ou partir hors saison sont les ajustements les plus fréquents

Plus précisément, trois types d'ajustements prédominent (graphique 4) : partir en France plutôt qu'à l'étranger (39 % des partants), voyager hors saison (33 %) et réserver son séjour longtemps à l'avance (26 %).

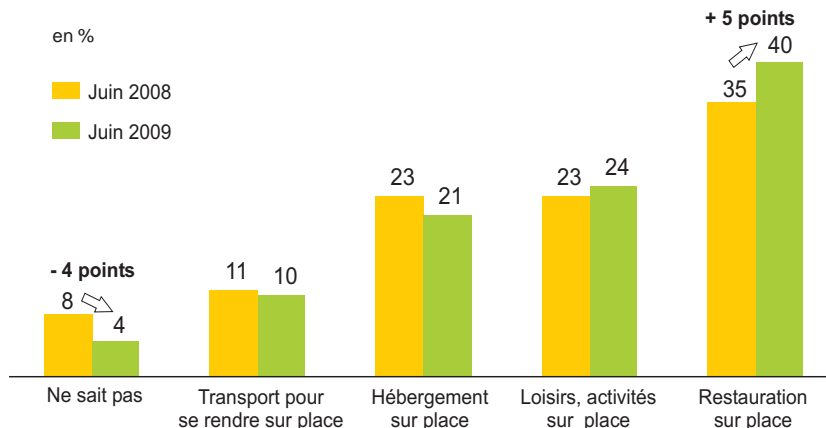
Arrivent ensuite des arbitrages moins répandus, mais qui sont loin d'être marginaux : au cours des douze derniers mois, 21% des Français ont opté pour des séjours « tout compris », 17 % ont écourté la durée de leur séjour, 15 % ont réservé à la dernière minute pour profiter de tarifs réduits et 13 % ont négocié les prix. Les adeptes des vols *low cost* représentent 16 % des partants, une proportion non négligeable, d'autant que ce type d'offre suscite une certaine méfiance dans l'opinion : les deux tiers des Français disent en effet « se méfier de ces offres car elles ne sont pas si économiques qu'elles en ont l'air ». Le modèle économique du *low cost*, qui s'est fortement développé dans le secteur aérien ces dernières années, concerne maintenant de nombreuses prestations touristiques, en particulier l'hébergement, avec les chaînes d'hôtels économiques, et le train, avec le lancement de la formule « iDTGV ». Ce modèle économique repose sur la standardisation de l'offre (gamme réduite), des services limités, une distribution simplifiée (vente directe, Internet), une flexibilité du personnel et un contrôle de gestion très serré (recherche du moindre coût pour tous les postes de dépenses).

Tous les types d'économies progressent sensiblement : les attitudes économes mises en lumière il y a un an s'ancrent dans l'opinion. Ainsi, les voyages hors saison progressent fortement (+ 7 points), de même que l'achat de formules « tout compris » (+ 5 points), les achats à la dernière minute (+ 4 points) et le *low cost* (+ 3 points).

En outre, la dépense pendant le séjour devrait être réduite

Les Français envisagent, en outre, plus sérieusement que l'an passé de « rogner » sur leurs dépenses une fois sur leur lieu de vacances. Notamment, s'ils devaient avoir des moyens financiers plus limités que prévu, ils seraient prêts à aller moins souvent au restaurant et à économiser sur les repas (40 % de la population, soit un

5. Postes touchés en priorité en vue de réduire le budget vacances



Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus
Source : Crédoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

taux qui augmente de 5 points en un an) ou à pratiquer moins d'activités payantes sur leur lieu de séjour (24 % de la population, + 1 point entre juin 2008 et juin 2009). Autant de dépenses qu'il est relativement facile de restreindre et qui risquent donc de pâtir de la crise (graphique 5).

Un impact sur l'activité du tourisme difficile à apprécier

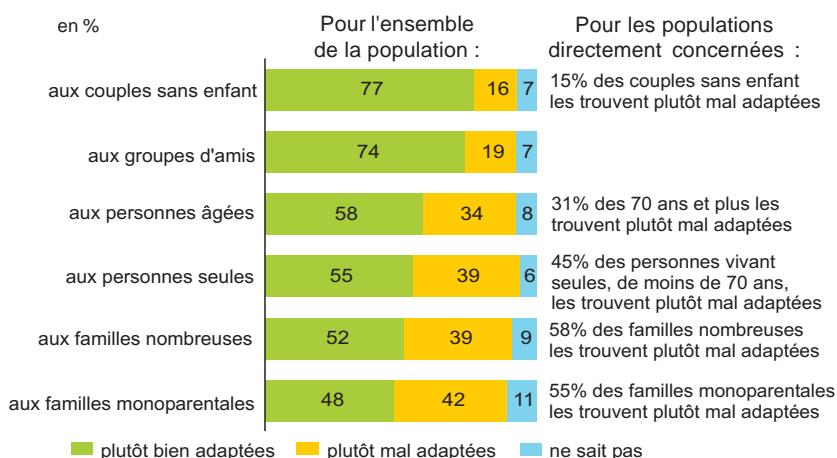
Ces pratiques, qui permettent aux Français de maintenir leur taux de départ en vacances, pèsent sur l'activité du secteur économique du tourisme. Les réductions de dépenses pendant les séjours - restaurants, cafés, activités - lui sont ainsi clairement défavorables. Cependant, d'autres ajustements pourraient être, au contraire, de nature à améliorer l'activité et contribueraient donc à limiter les effets

de la crise. Il en est ainsi de ceux qui consistent à privilégier l'Hexagone ou favorisent l'étalement de la demande (séjours hors saison).

L'ampleur de ces effets est toutefois difficile à apprécier tant les comportements sont complexes. Ainsi, si les départs hors saison sont en forte progression, ils sont surtout le fait de personnes ayant écourté leur séjours. Plus précisément, alors que globalement le tiers des partants a choisi une période hors saison au cours des douze derniers mois, ce choix a été privilégié par la moitié de ceux qui ont écourté un séjour. De même, le choix de partir en France plutôt qu'à l'étranger s'accompagne plus fréquemment d'une réduction de la durée du séjour (27 % des cas, contre 17 % pour l'ensemble des partants). En outre, si dans le contexte de crise économique mondiale, les Français réduisent la fréquence de leurs

6. Adaptation de l'offre touristique aux différentes catégories de population

Les offres sont-elles adaptées ?



Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus
Source : Crédoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009

voyages à l'étranger, pour les mêmes raisons, les étrangers sont moins nombreux à venir en France.

L'offre touristique est globalement bien adaptée aux attentes ...

Au-delà des difficultés conjoncturelles du secteur du tourisme, des facteurs plus structurels sont à l'œuvre. En effet, si les contraintes financières sont prépondérantes dans le processus de consommation touristique, elles n'expliquent pas tous les comportements. La moitié des non-départs est liée à d'autres facteurs : raisons de santé, familiales ou professionnelles. En outre, 8 % des non-partants invoquent le choix personnel de ne pas partir.

Dès lors, la question de l'adéquation de l'offre touristique aux besoins et attentes de la population se pose. En effet, pour dépasser ces contraintes, cette adéquation doit être assez forte. Certes, l'opinion est, globalement, satisfaite des propositions qui lui sont faites en la matière : 58 % de la population considère que l'offre touristique (hébergement, activités, tarifications) est plutôt bien adaptée à leur situation. Cependant, plus du tiers de la population la considère mal adaptée et cette proportion atteint même 45 % parmi les personnes qui ne sont ni parties en vacances, ni en week-end au cours des douze derniers mois. Il semble donc possible d'améliorer le taux de départ en améliorant l'adéquation de l'offre aux besoins et attentes de certaines catégories de population.

... sauf pour les familles nombreuses et monoparentales

De fait, selon la structure familiale et plus largement le type de clientèle, l'offre de services touristiques semble plus ou moins bien adaptée (*graphique 6*). Elle répond pleinement aux besoins des couples sans enfants (79 % des principaux intéressés sont de cet avis) et aux groupes d'amis (74 % des enquêtés partagent

cette opinion). Elle convient également bien aux personnes âgées (61 % des plus de 70 ans la jugent adaptée à leur situation).

L'offre nécessite, en revanche, d'être améliorée pour mieux répondre aux attentes des personnes seules (45 % des personnes seules âgées de moins de 70 ans la trouvent inadéquate). Surtout, elle doit être repensée pour répondre aux besoins des familles nombreuses : 58 % d'entre elles la jugent inadéquate à leurs besoins. De même 55 % des familles monoparentales déplorent que

les propositions touristiques ne correspondent pas mieux à leur situation.

L'enquête réalisée en juin 2008 avait d'ailleurs mis en évidence des taux de départs plus faibles chez les familles nombreuses et les familles monoparentales. Il n'est pas exclu qu'aux contraintes budgétaires s'ajoutent, pour ces catégories, des freins liés à l'inadéquation des offres touristiques à leurs besoins spécifiques.

■ Noël LE SCOUARNEC

1 - L'enquête sur les choix opérés par les Français en matière de tourisme

Cette étude présente les premiers résultats du volet sur les choix opérés par les Français en matière de tourisme, inséré, à la demande de la DGCIS, à la vague de juin 2009 de l'enquête du Crédoc sur « les Conditions de vie et les Aspirations des Français ».

L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 2 008 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 de la population de l'Insee. Les questions posées s'organisent autour de quatre grands thèmes :

- les comportements des Français en matière de départs ;
- les freins aux départs ;
- l'impact de la crise sur les dépenses touristiques ;
- l'adéquation de l'offre touristique aux besoins.

2 - La mesure du taux de départ en vacances

Le « taux de départ en vacances » proposé par l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » repose sur les données déclaratives des enquêtés à une question ainsi formulée : « au cours des douze derniers mois, êtes-vous parti en vacances au moins quatre nuits consécutives hors de votre domicile (pour des motifs autres que professionnels) ? »

Il ne s'agit donc pas d'un recensement de tous les « voyages » effectués dans la période par les enquêtés, de la durée de ces voyages et de leurs motifs, à partir duquel on détermine les « séjours personnels » d'au moins quatre nuitées. Il s'agit de réponses directes à une question posée en face à face, qui reposent sur une certaine interprétation personnelle : les répondants s'expriment sur leurs « vacances », et non sur leurs « séjours personnels ». Les enquêtés ne prennent pas nécessairement en compte, dans leurs réponses, tous leurs « voyages », mais ceux qu'ils estiment relever de « vacances » telles qu'ils les conçoivent. Ce sont vraisemblablement ces éléments qui expliquent les écarts régulièrement observés entre le taux de départs en vacances estimé par le Crédoc et celui calculé par l'enquête « suivi de la Demande Touristique des Français » (Enquête TNS Sofres/ Direction du Tourisme).

Voir aussi

- Enquête CRÉDOC-DGCIS sur les choix opérés par les Français en matière de tourisme, rapport complet à paraître en octobre 2009
- HATCHUEL G., CAPPIGNY A. : « 2008 : les vacances des Français s'ajustent à leur pouvoir d'achat », rapport réalisé à la demande de la Direction du Tourisme, novembre 2008. http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/evolution/att00010306/CREDOC_version_def.do
- CHAUSSY C., DOGUET B. : Conjoncture hôtelière de juin 2009, Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services, août 2009. <http://www.tourisme.gouv.fr>

**Directeur de la publication
Luc Rousseau**

Rédacteur en chef
François Magnien
Secrétaire de rédaction
Nicole Merle-Lamoot
Composition par PAO
Brigitte Baroin

**Direction générale de la compétitivité,
de l'industrie et des services**

N° ISSN : 1241-1515