

# QUELLES VACANCES POUR LES FRANÇAIS EN 2025 ?

Stephanie Morel

Margaux Baiesi

Avril 2024



© Ipsos | Rapport AFT\_ Quelles  
vacances pour les Français en  
2025 ? | Avril 2025 | Client Use Only |  
Strictly Confidential



# SOMMAIRE



## TERRAIN

8 au 11 avril 2025



## CIBLE

1000 Français représentatifs  
de la population globale



## MODE DE RECUEIL

Panel Online



## QUOTAS

Genre, âge, région et CSP

# Principaux enseignements (1 / 2)

77% des Français prévoient de partir en vacances au moins une semaine cet été 2025. Ils ont majoritairement l'intention de rester en France (68%), notamment dans les régions balnéaires (35%), en utilisant principalement leur véhicule personnel (61%) ou l'avion (28%).

Pour leur hébergement, ils privilégient les locations saisonnières individuelles (39% pour les longs séjours), les hôtels (26%) et les séjours gratuits chez des proches (20%), combinant ainsi confort, proximité et liens affectifs. Néanmoins ces chiffres révèlent des disparités intéressantes.

Ces vacances évoquent pour beaucoup un besoin de décompresser, de s'éloigner du stress quotidien et de se ressourcer, avec 63% des Français associant les vacances à un "besoin d'air". Elles sont aussi synonymes de joie et d'optimisme pour 61% d'entre eux. Les représentations liées aux vacances sont d'ailleurs globalement très positives : 28% rêvent d'une plage paradisiaque, 23% d'un séjour en pleine nature, et 20% d'une croisière autour du monde...

L'imaginaire des vacances idéales oscille entre l'exotisme de "Mamma Mia!" (17%) et la convivialité de "Camping" (16%). Ces évocations en cachent d'autres néanmoins. Derrière les photographies d'Épinal existent aussi des représentations empreintes d'inquiétudes et d'appréhensions très matérielles. Ainsi, quand on demande aux Français quel est leur pire cauchemar de vacances, 73% évoquent la peur de se faire arnaquer, bien loin devant l'oubli de leurs valises (20%).

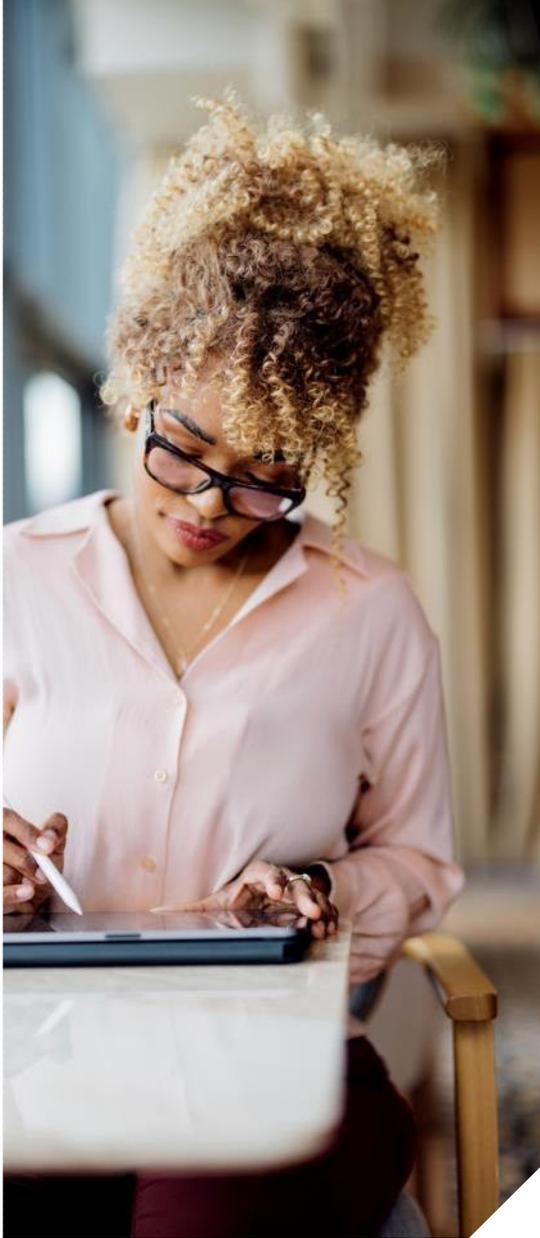
# Principaux enseignements (2/2)

Ces vacances représentent enfin pour une part non négligeable un pensum organisationnel (23%) voire un révélateur de contraintes fortes, notamment financières. Ainsi, le budget que les Français évaluent pour cet été 2025 est en moyenne de 1820€. Ce chiffre cache des disparités importantes : 31% dépenseront moins de 1000€ et 33% entre 1000€ et 2000€ et 16% dépenseront 3000€ et plus.

Dans ce contexte, 39% indiquent qu'ils prévoient de réduire leur budget consacré aux vacances, principalement en rognant sur les extras comme les restaurants (53%) ou en réduisant la durée de leurs séjours (30%). Même si un imaginaire traditionnel demeure, les vacances se reconstituent entre fondamentaux et nouvelles modalités :

13% des Français envisagent d'augmenter la fréquence de leurs mini-breaks, 21% considèrent la possibilité de travailler depuis un lieu de vacances, et de nouvelles formes de tourisme comme le Couchsurfing ou le WWOofing suscitent un intérêt croissant, particulièrement chez les jeunes.

Ces évolutions multiplient les occasions de bien-être, de repos et d'échanges, redéfinissant peut être progressivement le concept même de vacances pour les Français.



# Contexte, objectifs et notes de lecture

## Contexte

A l'approche des vacances 2025 mais aussi des nombreux ponts et beaux jours des mois de mai et juin l'Alliance France Tourisme a souhaité conduire une étude pour prendre le pouls des Français et de leurs prévisions de vacances et de mini breaks

## Objectifs

L'occasion de voir où les Français partiront en vacances, comment et dans quelles conditions. Plus particulièrement l'étude se penche sur leur budget dans un contexte socio-économique contraint. Elle fait également le point sur quelques nouvelles tendances ou sur d'autres qui après la période Covid se sont installées. Elle est enfin l'occasion de sonder leur imaginaire lié aux vacances, ce qu'elles évoquent, en bien ou en demi-teinte.

## Notes de lecture

Les revenus sont considérés comme faibles en dessous de 30 000€ net par an. Les revenus modérés se trouvent entre 30 000€ et 48 000€ net, et les revenus élevés sont ceux qui dépassent 48 000€ net.

  Ces stickers indiquent une augmentation/diminution de la tendance par rapport à 2021

# LES INTENTIONS DE DÉPART: QUELLES ORGANISATIONS POUR L'ÉTÉ À VENIR ?

# 01

Projections de départ

Destinations, moyens de transport, types d'hébergements

**77% des Français ont l'intention de partir cet été au moins une semaine en vacances.**  
**1 Français sur 4 en revanche ne partira pas. Principalement ceux qui ont de faibles revenus.**

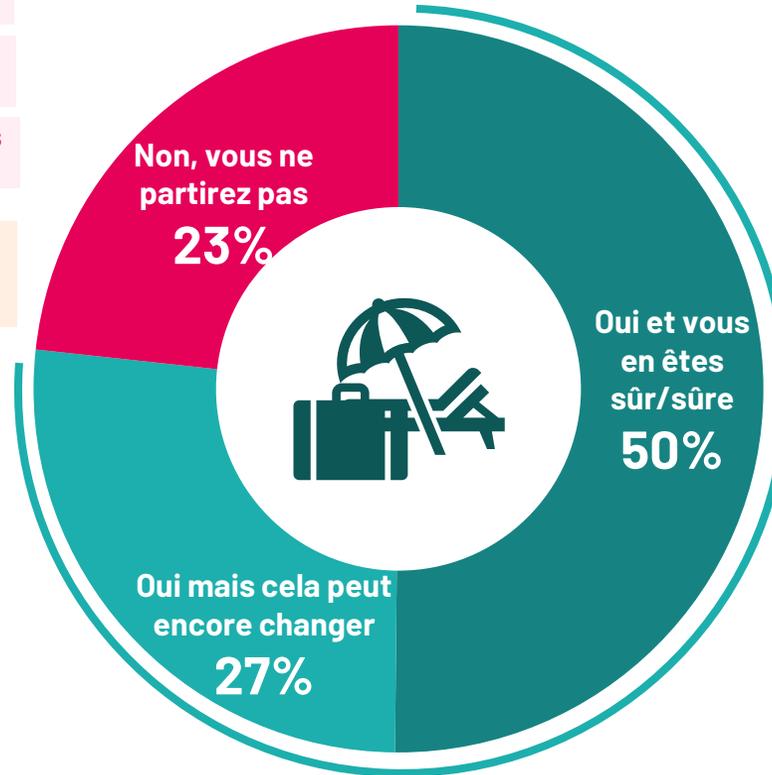
Q2- Avez-vous l'intention de partir en vacances pour un séjour d'au moins une semaine cet été ?  
 Une seule réponse possible

Base= A tous (n=1000)

## Prévisions des vacances d'été

Revenus faibles	32%*
55-75 ans	27%*
<20 000 habitants	31%*
Revenus faibles Travaillent	25%

Base=1000



NET Ont prévu de partir cet été

**77%**

vs 72% en 2021

Habitants aggro <100 000 hbts  
81%\*

Habitants IDF	64%*	Revenus modérés	56%*
CSP+	59%*	Revenus élevés	70%*

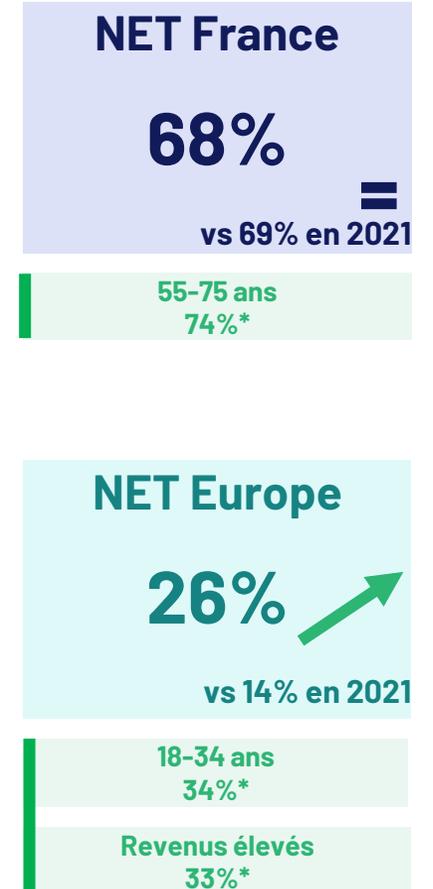
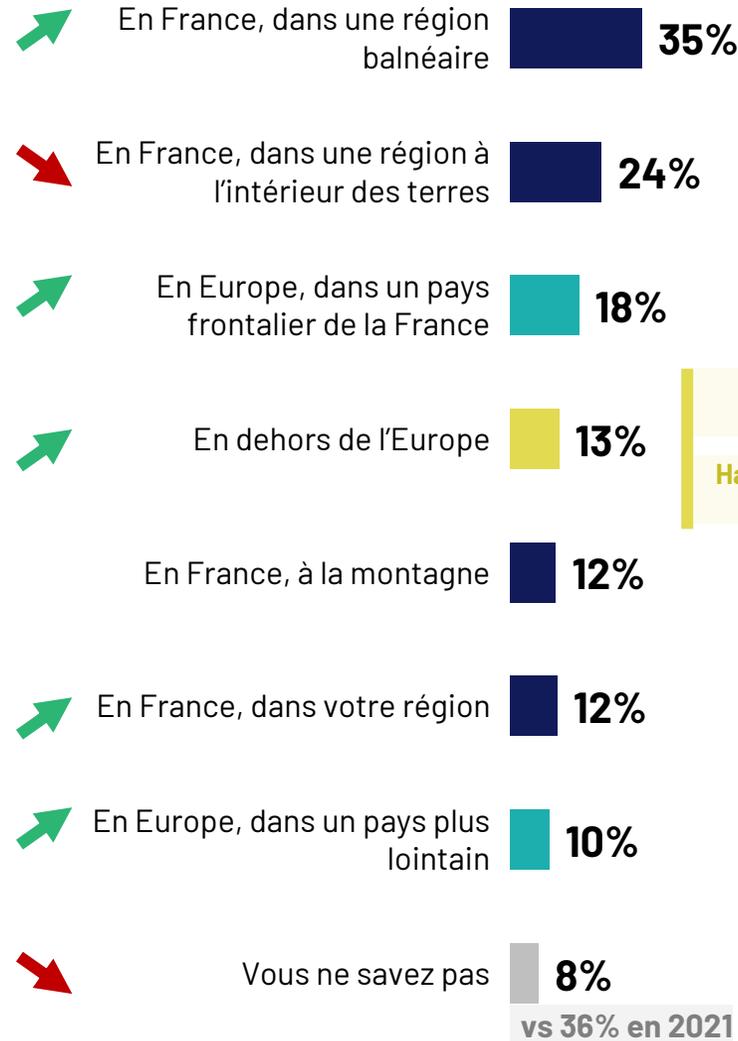
\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

**La France garde la faveur des vacanciers. Principalement ses régions balnéaires. Néanmoins l'Europe n'est pas en reste et 26% comptent franchir les frontières du pays. Surtout les plus jeunes et les revenus les plus élevés.**

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

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

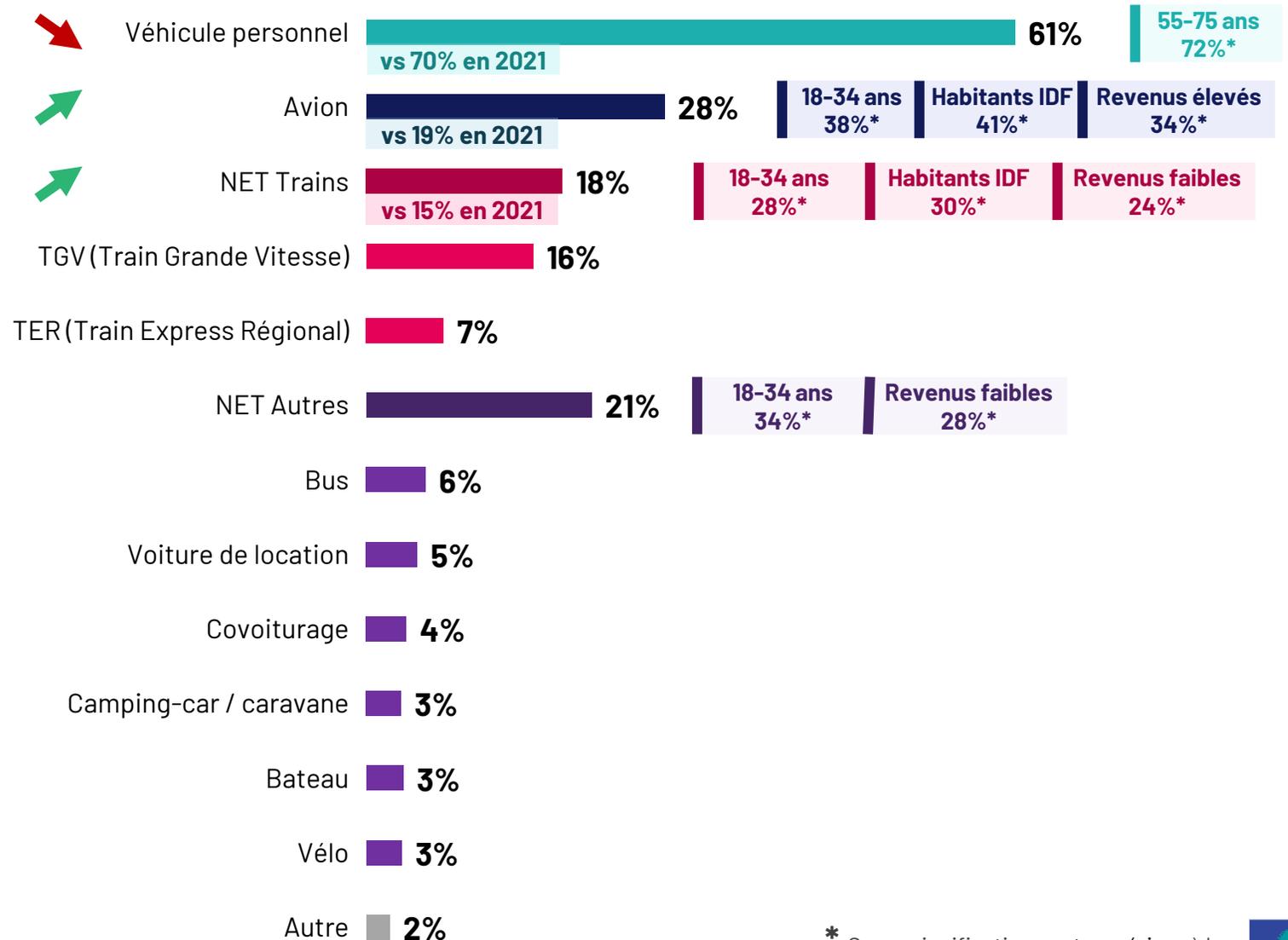
## Lieux de départs des vacances d'été



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

**Le véhicule personnel reste majoritairement le moyen le plus utilisé pour se rendre sur le lieu de vacances. Le train et l'avion sont plébiscités par les plus jeunes.**

## Moyens de transport vers le lieu de vacances



Q4- Quel(s) moyen(s) de transport utiliserez-vous principalement pour vous rendre sur votre(vos) lieu(x) de vacances cet été ? Plusieurs réponses possibles

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

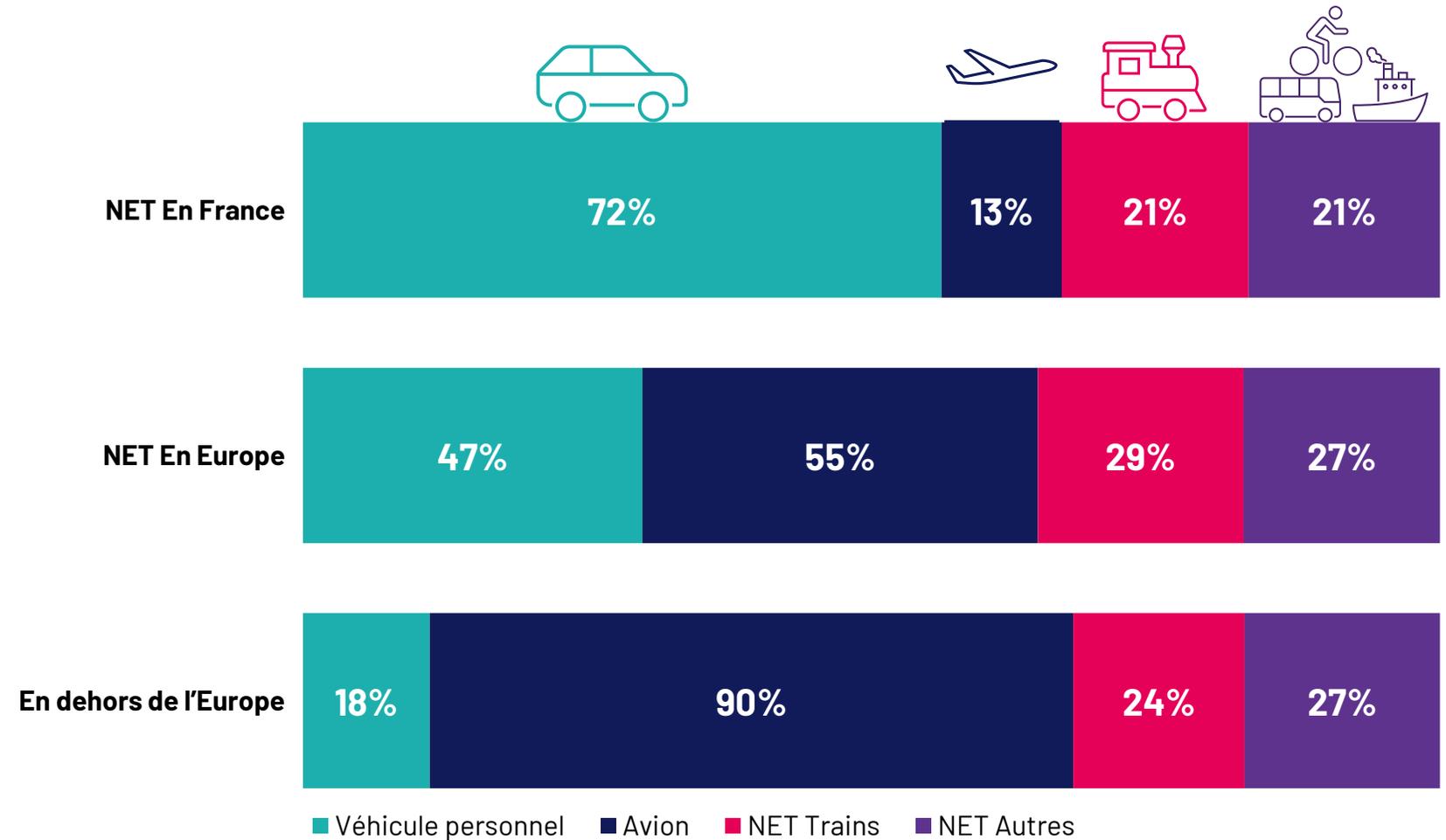
\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

**Plus précisément, la voiture personnelle est le moyen privilégié pour ceux qui restent en France. L'avion séduit ceux qui vont plus loin. Le train semble quant à lui régulièrement choisi par une base stable de voyageurs.**

Q4- Quel(s) moyen(s) de transport utiliserez-vous principalement pour vous rendre sur votre(vos) lieu(x) de vacances cet été ? Plusieurs réponses possibles

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

## Focus : moyen de transport en fonction de la destination



**Côté hébergement, pour un court ou un long séjour ce sont les locations saisonnières individuelles en maison ou appartement qui ont la préférence des Français cet été. Nombreux seront aussi hébergés gratuitement chez la famille ou des amis. Hôtellerie et campings restent des valeurs sûres.**

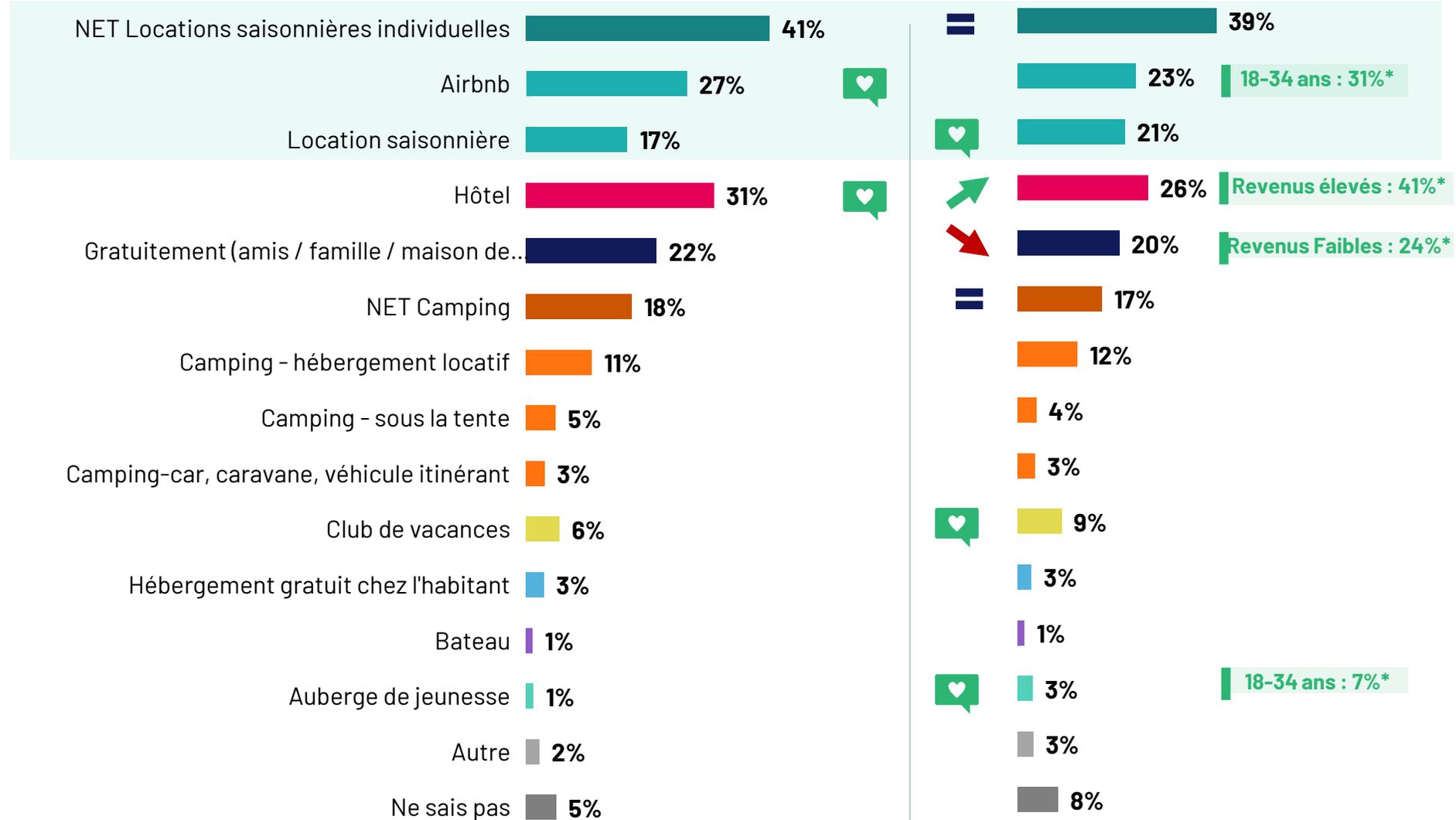
Q5 - Où allez-vous loger principalement pendant vos vacances d'été ?

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

## Logement pour...

## ...un court séjour

## ...un long séjour

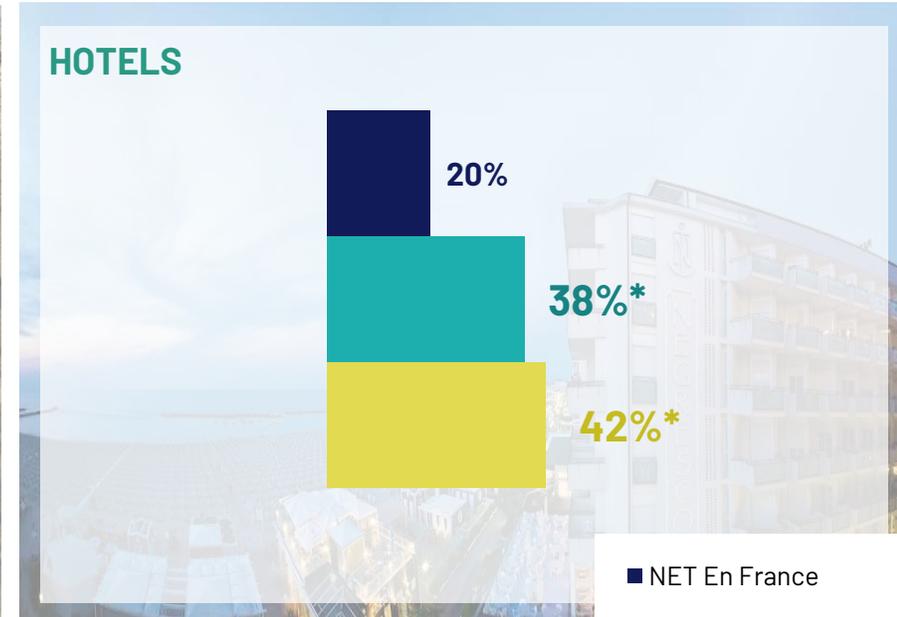
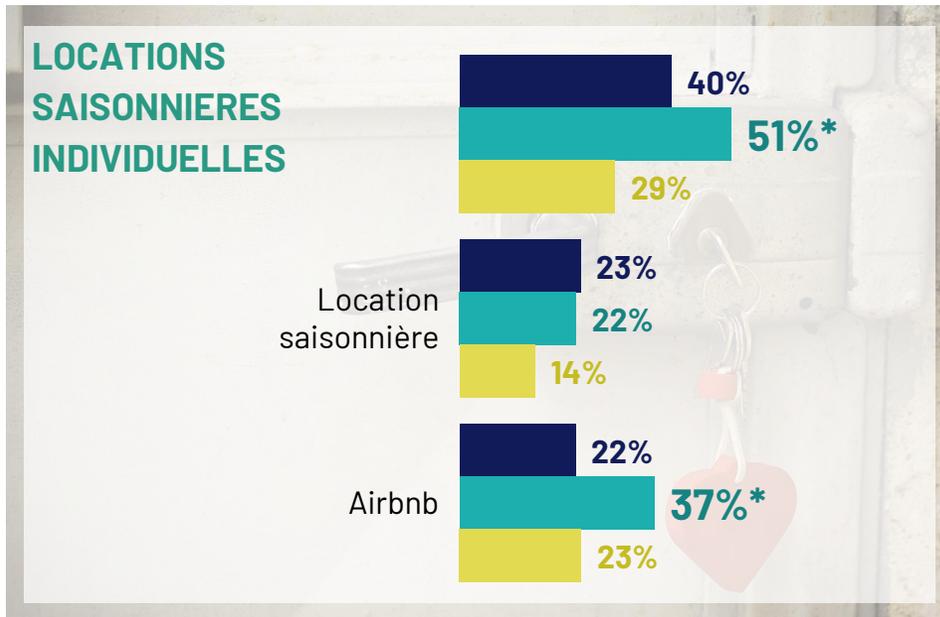


## Type d'hébergement en fonction de la destination (longs séjours)

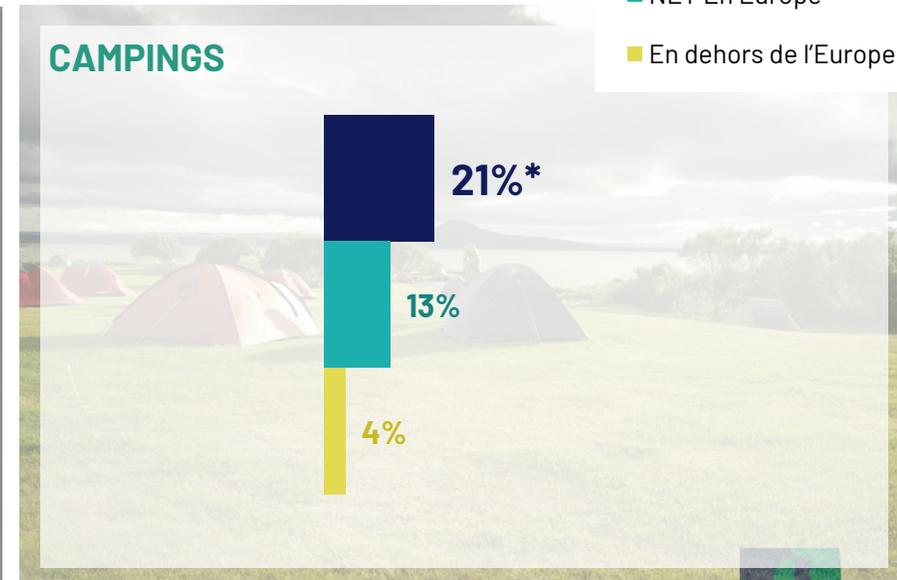
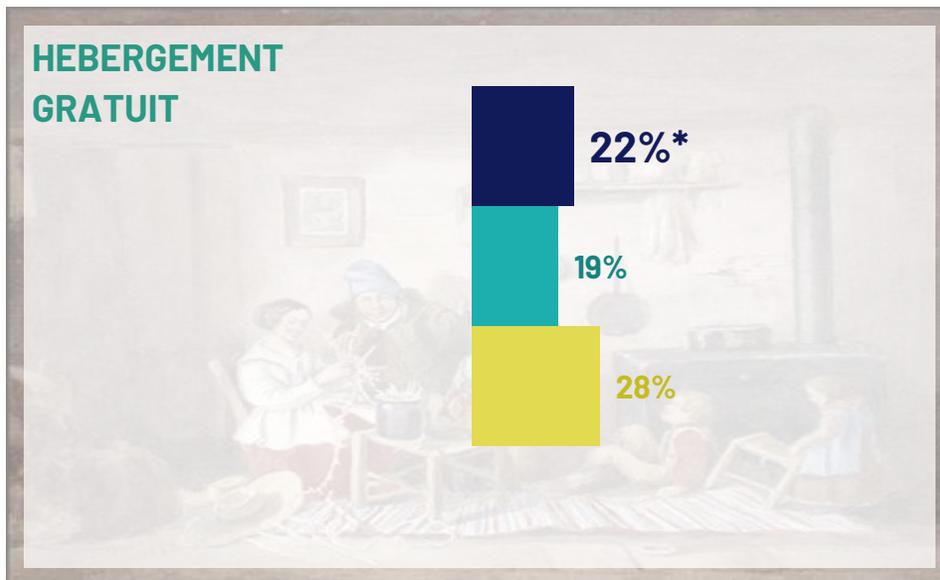
Les locations individuelles ont la faveur des futurs vacanciers qu'ils partent en France ou en Europe (surtout Airbnb dans ce cas). L'hôtel séduit plus ceux qui partent en dehors de l'hexagone. Le camping et l'hébergement gratuit au sein de la famille ou d'amis accueillent plus souvent ceux qui restent en France.

Q5 - Logement de vacances - Pour un voyage au long cours

Base= Ont l'intention de partir (n=768)



■ NET En France  
■ NET En Europe  
■ En dehors de l'Europe

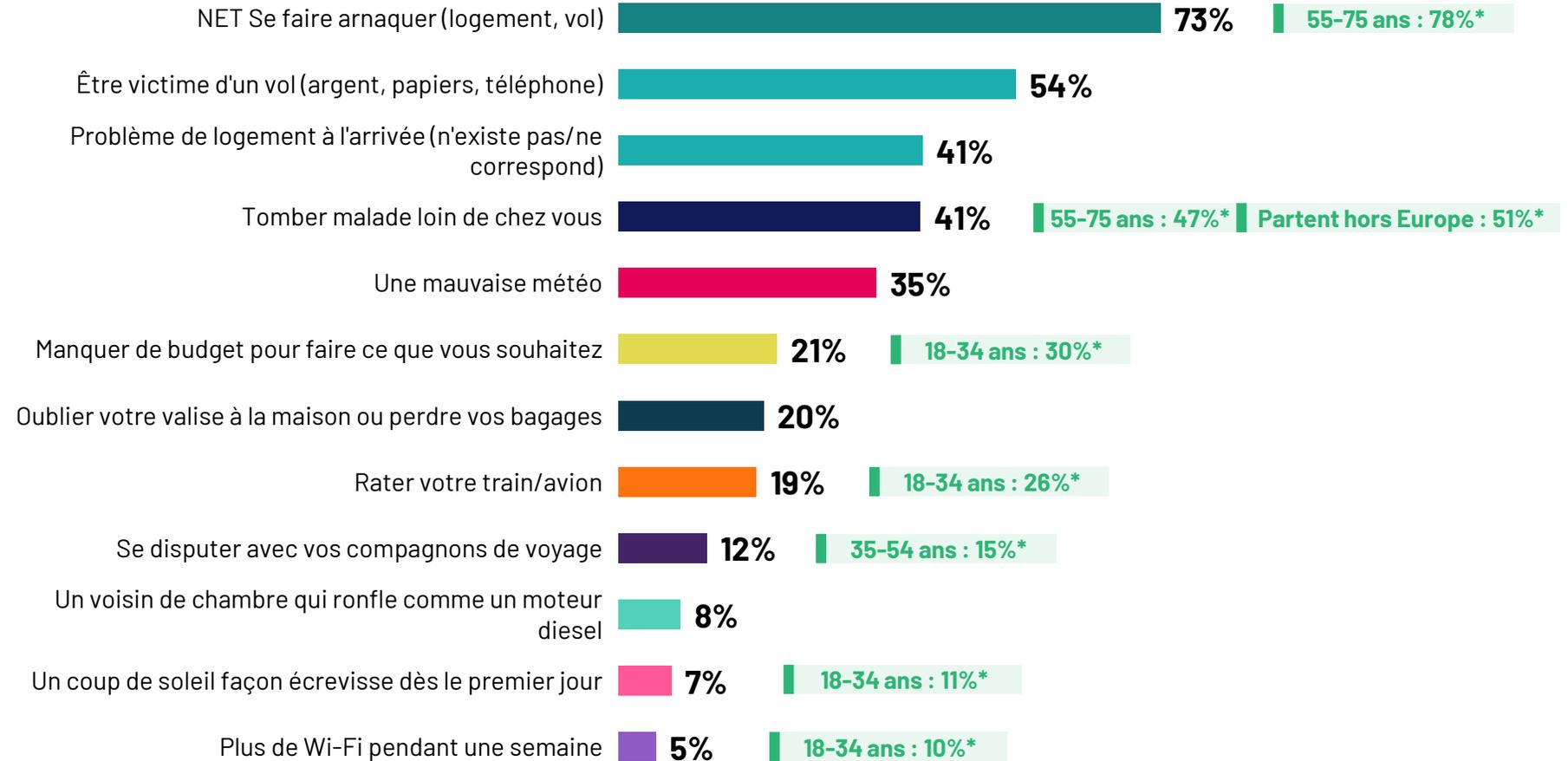


**Quelles qu'elles soient, les vacances peuvent être empreintes d'inquiétudes et d'appréhensions matérielles autour du vol et des arnaques principalement. Mais aussi de problèmes plus personnels comme tomber malade loin de chez soi... Et la météo reste centrale pour 1 Français sur 3 !**

Q7- Votre pire cauchemar de vacances, c'est : 3 réponses maximum possible

Base= A tous (n=1000)

## Top 3 des cauchemars en vacances



# L'IMAGINAIRE DES VACANCES

# 02

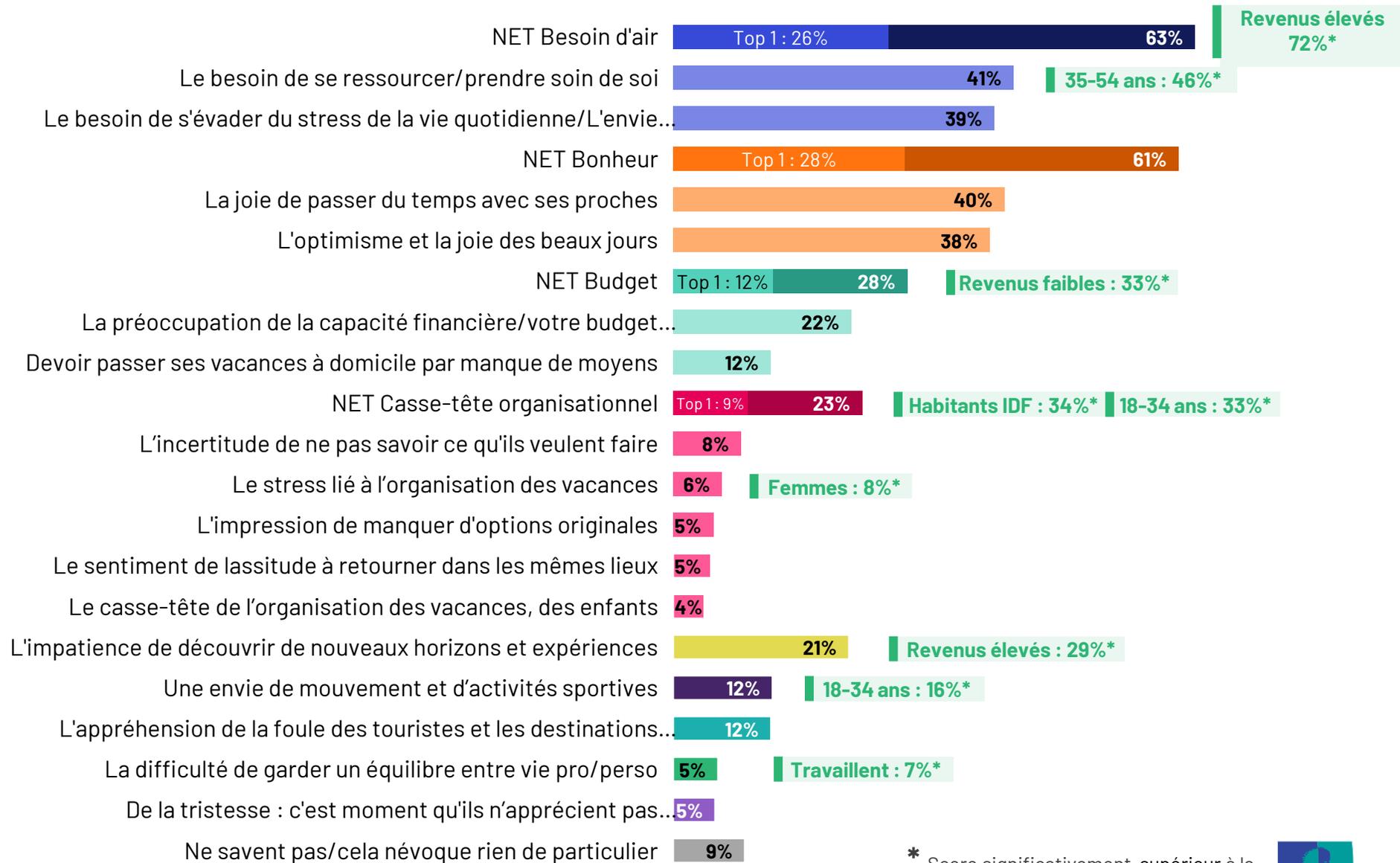
Les vacances idéales : entre désir d'évasion et quête d'authenticité

**Les vacances d'été évoquent majoritairement un besoin de décompresser, de s'éloigner du stress quotidien et de se ressourcer. Elles sont aussi synonymes de joie et de retrouvailles. Pour beaucoup elles évoquent problématiques budgétaires et organisationnelles.**

Q1- Dans le contexte actuel, que vous évoque spontanément la perspective des vacances d'été ?  
Merci de choisir 3 évocations principales

Base= A tous (n=1000)

## Top 3 des imaginaires de vacances



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%



# 23%

**Des Français associent les vacances à un casse tête organisationnel (stress, incertitudes, manque d'options, gestion des enfants...)**

**En particulier chez les plus jeunes (33% chez les 18-34 ans)**

Base= A tous (n=1000)

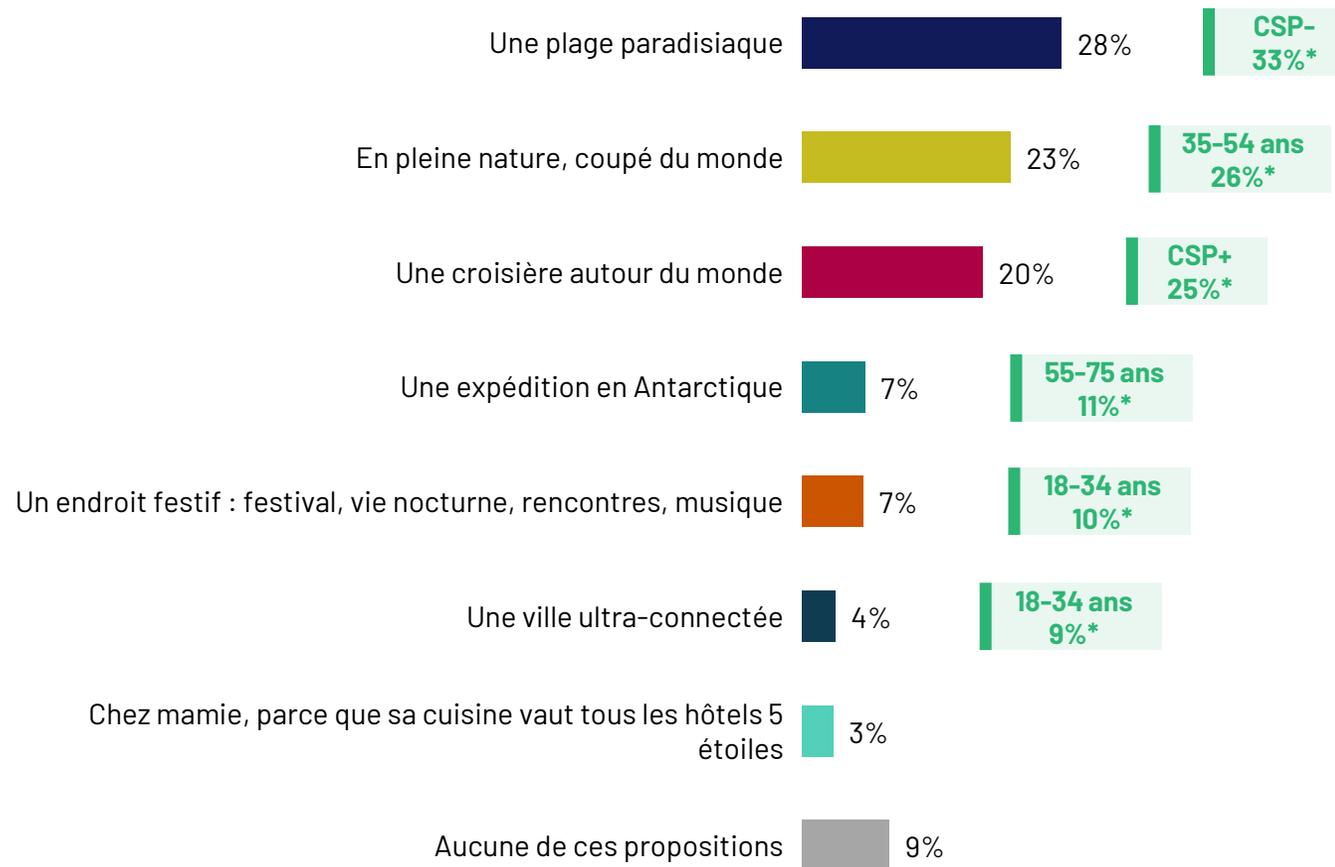
Q1- Dans le contexte actuel, que vous évoque spontanément la perspective des vacances d'été ? Merci de choisir 3 évocations principales

**Plages paradisiaques, nature isolée ou croisière autour du monde, les destinations idéales des Français ont en commun la rupture avec le quotidien, le besoin de déconnexion, de beauté et de calme.**

Q6- Si vous étiez payé pour partir en vacances, où iriez-vous ? Une seule réponse possible

Base= A tous (n=1000)

## Destination idéale

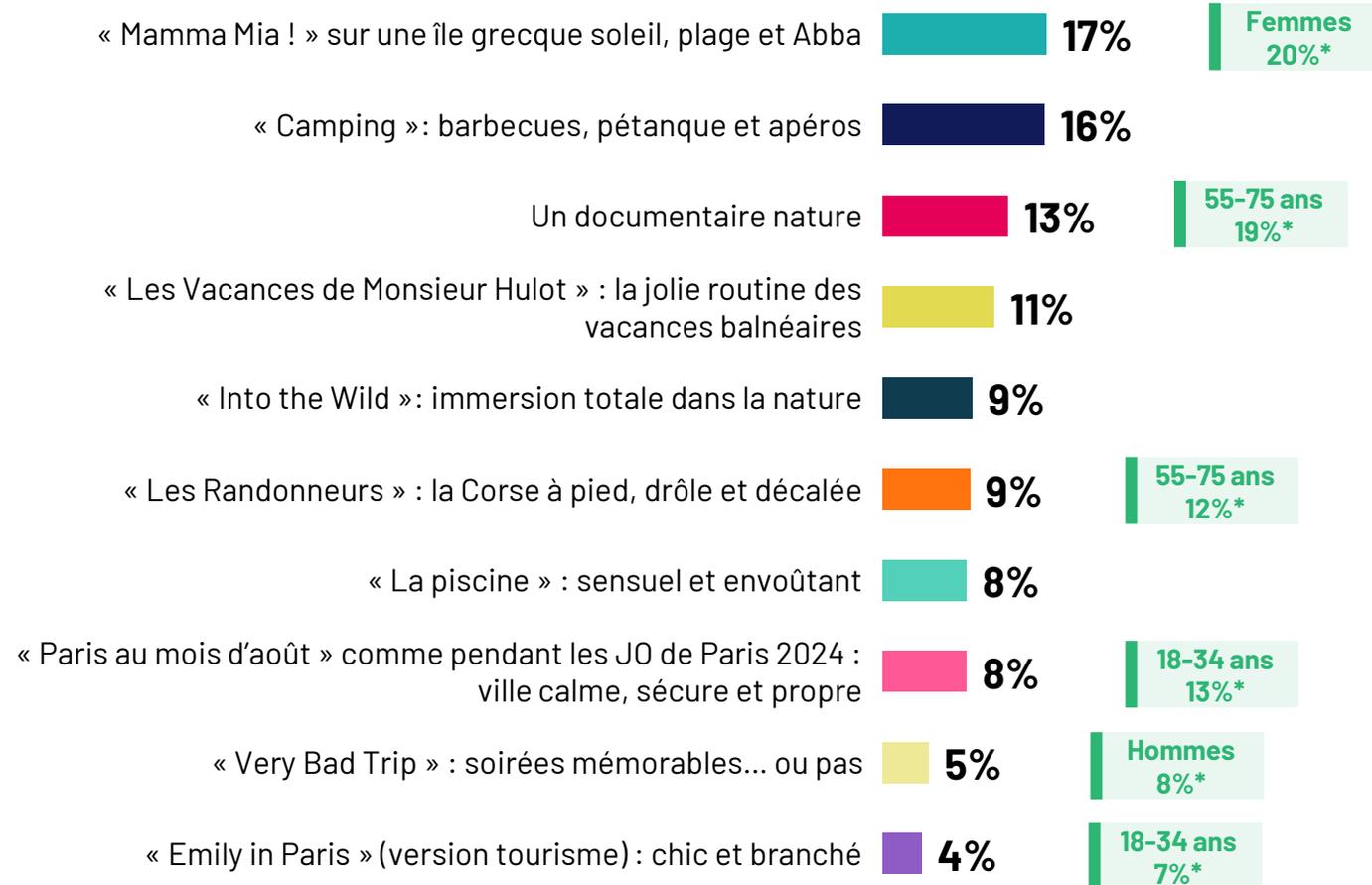


**Entre désir d'évasion ensoleillée et attachement à des vacances traditionnelles et conviviales, l'imaginaire cinématographique des Français est tourné vers le bien être, la détente et la simplicité.**

Q8- Si vos vacances étaient un film, elles ressembleraient à : Une seule réponse possible

Base= A tous (n=1000)

## Les vacances comme sur grand écran



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

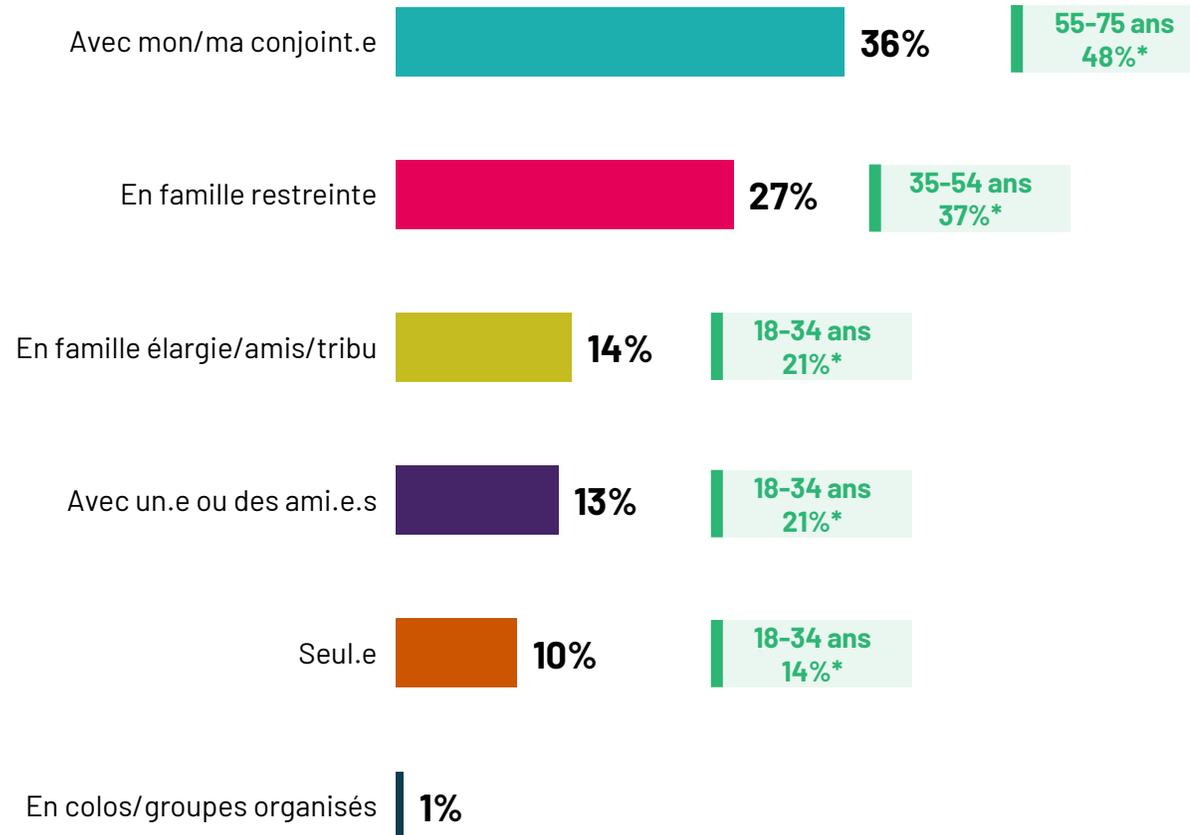
**Les liens familiaux sont centraux pour les Français. Ils indiquent préférer voyager avec leurs conjoints et leur famille proche quand ils sont en vacances.**

**Amis et famille élargie, sans être absents, arrivent ensuite et sont surtout plébiscités par le plus jeunes.**

Q9- En vacances, vous préférez voyager... Une seule réponse possible

Base= A tous (n=1000)

## Compagnie idéale pour voyager



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%



# LE BUDGET

# 03

L'impact des contraintes budgétaires : quelles adaptations ?

**39% prévoient de réduire leur budget vacances, une tendance particulièrement marquée chez les jeunes et les catégories socio-professionnelles les moins favorisées.**

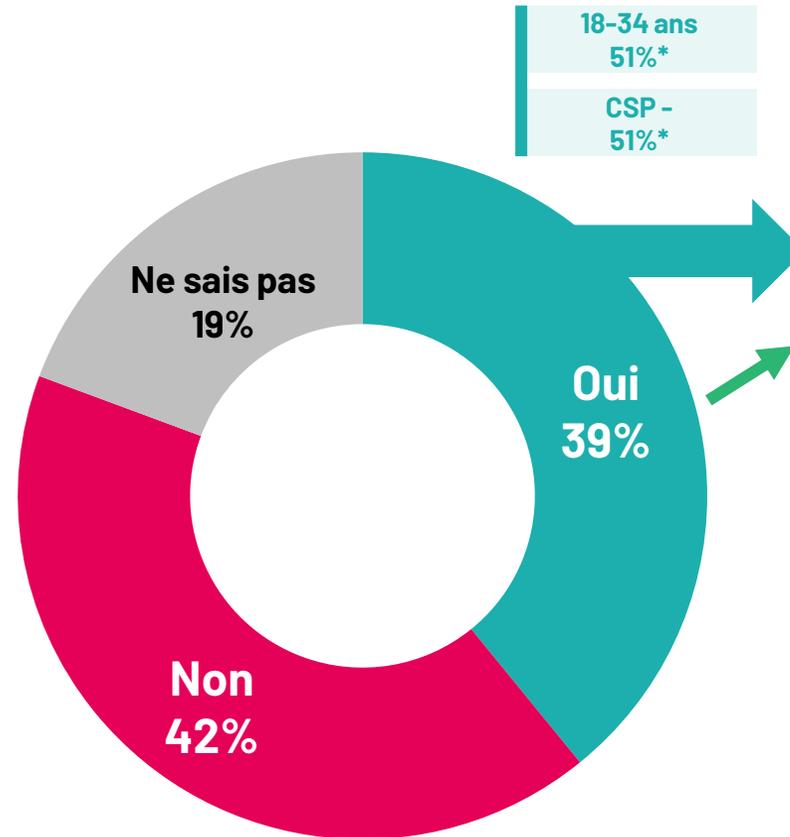
**Tous feront moins d'extras et partiront moins loin et moins longtemps.**

Q11- Dans le contexte d'inflation, prévoyez-vous de réduire le budget consacré à vos vacances ? Une seule réponse possible

Q12- De quelle(s) façon(s) allez-vous réduire le budget de vos vacances ? Plusieurs réponses possibles

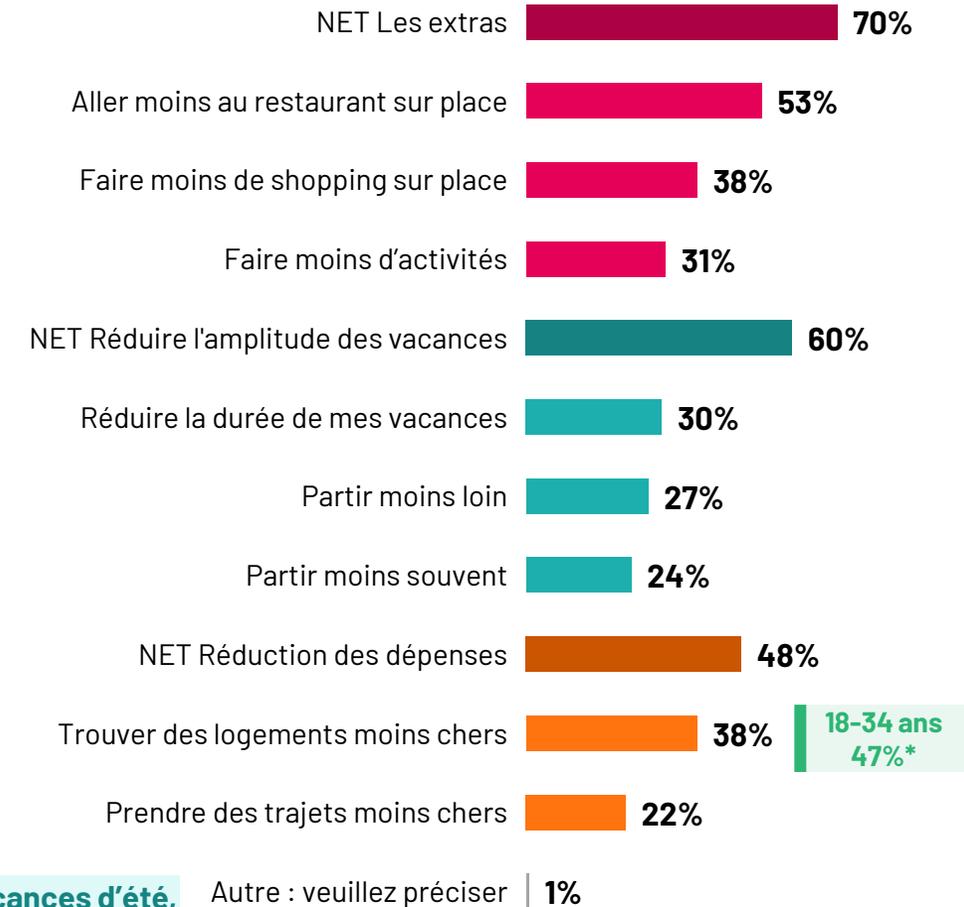
Base= Ont l'intention de partir (n=768)

## Réduction du budget vacances



**2021 : « Par rapport à votre budget habituel consacré aux vacances d'été, diriez-vous que votre budget cette année sera plus faible : 20% »**

## Pôles de réduction de budget



18-34 ans 47%\*

\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

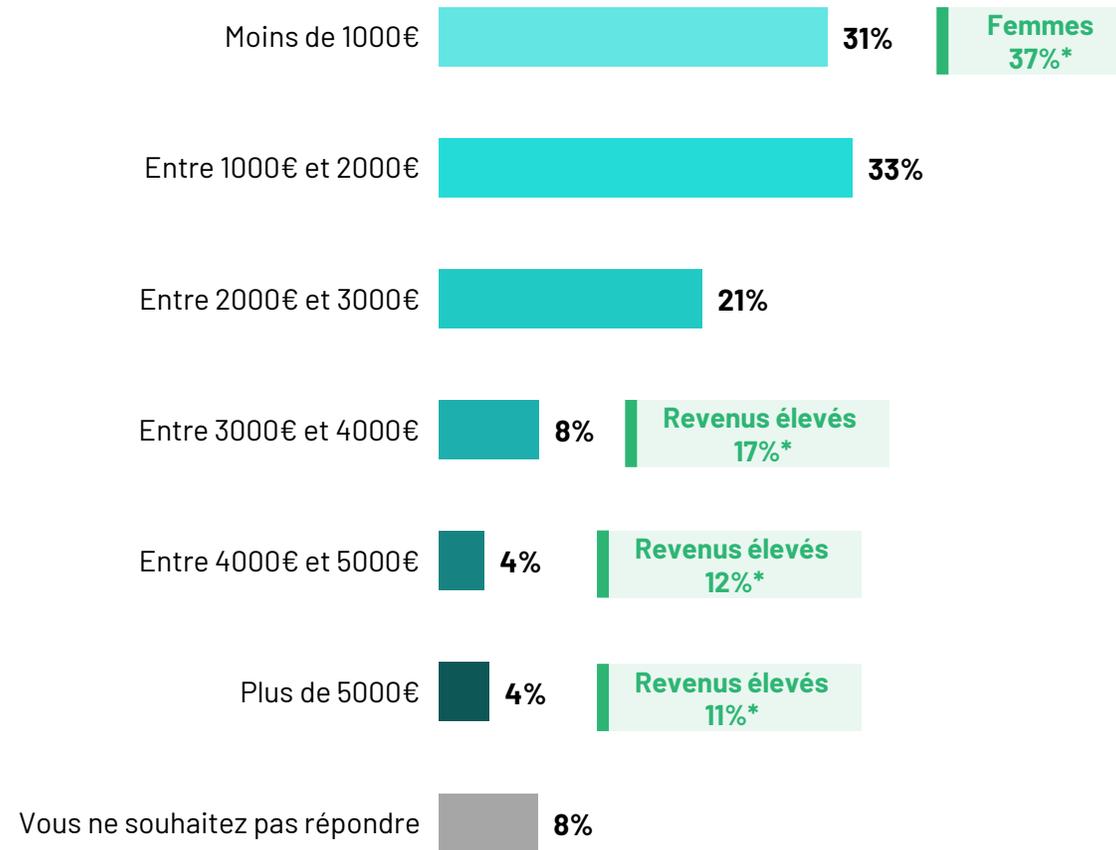


**Le budget moyen prévu par les Français pour leurs vacances d'été s'élève à 1820€ mais les disparités sont importantes et beaucoup dépenseront moins.**

Q10- Quel est votre budget vacances pour l'été prochain ? Une seule réponse possible

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

## Budget vacances été 2025



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

# POINT SUR QUELQUES NOUVELLES TENDANCES

# 04

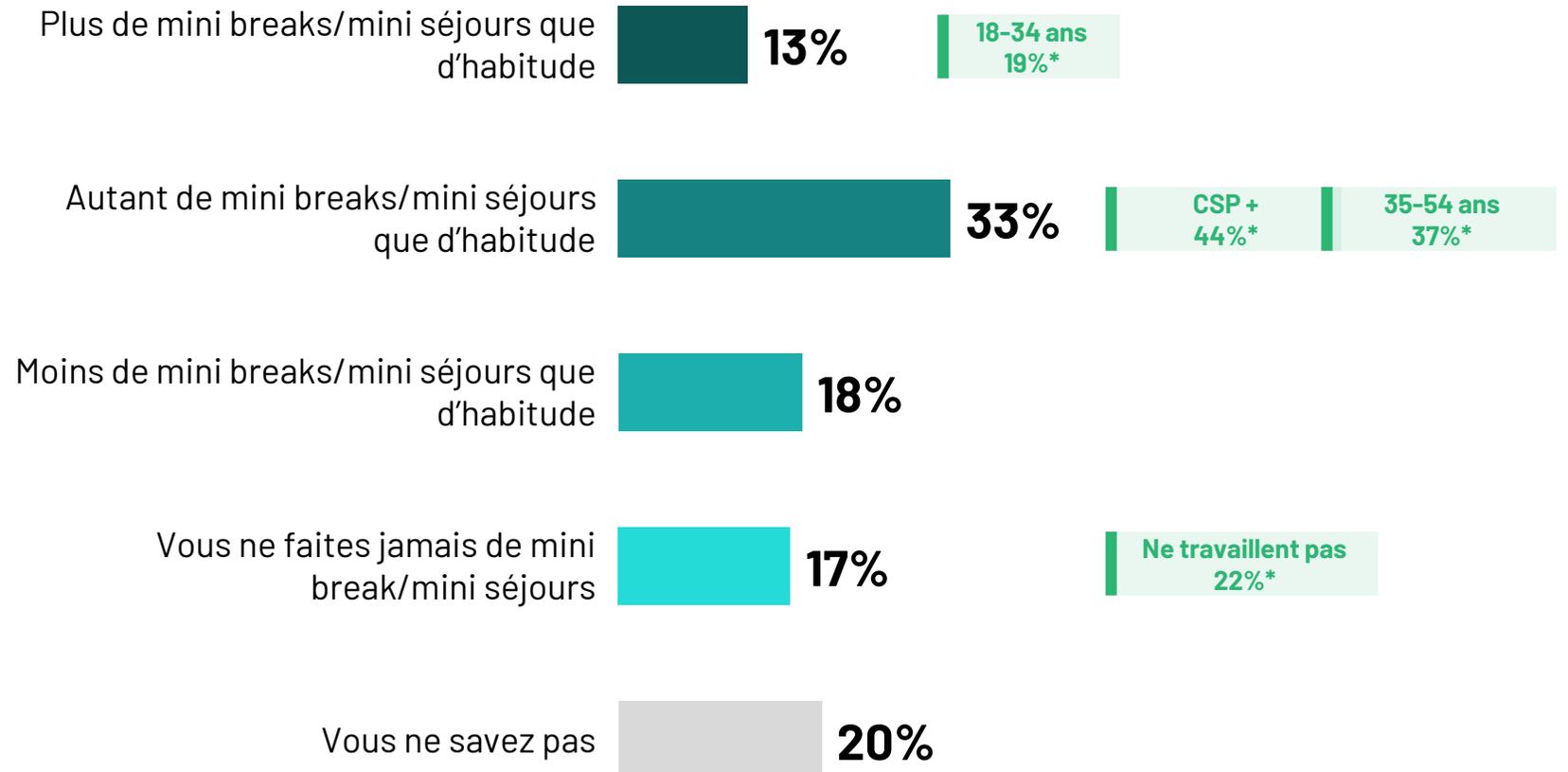
L'attrait pour les nouvelles formes de tourisme :  
indicateur de changement culturel ?

L'évolution des modes de vie et des technologies semble avoir donné naissance à une appétence pour la multiplication des courts séjours et des occasions de se déconnecter du quotidien.

Q13- Comment envisagez-vous la fréquence de vos mini breaks ou mini séjours dans le futur par rapport à vos habitudes actuelles ? Une seule réponse possible

Base= A tous (n=1000)

## Mini breaks : fréquence projetée



\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%



**Ces évolutions tendent également vers plus de flexibilité pour une qualité de vie conciliant temps de travail et temps de loisirs et de vacances : 1 Français sur 4 se rendra probablement sur un lieu de vacances avant leurs congés.**

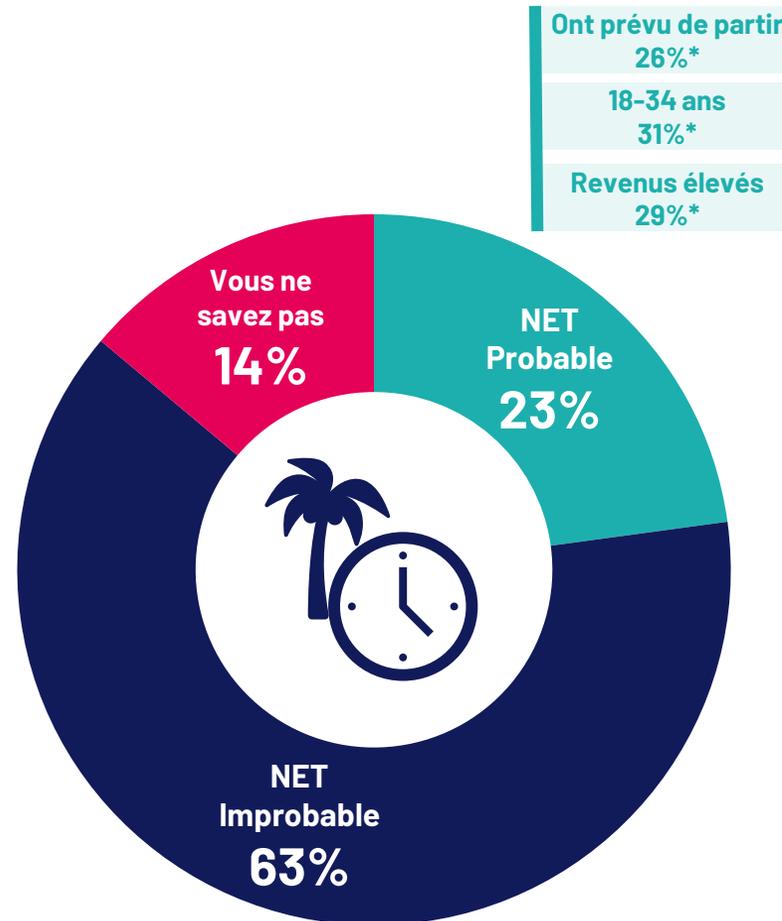
Q14 NETS - Dans quelle mesure est-il probable que vous fassiez les choses suivantes cet été ?

Se rendre sur un lieu de vacances avant même d'être en congés

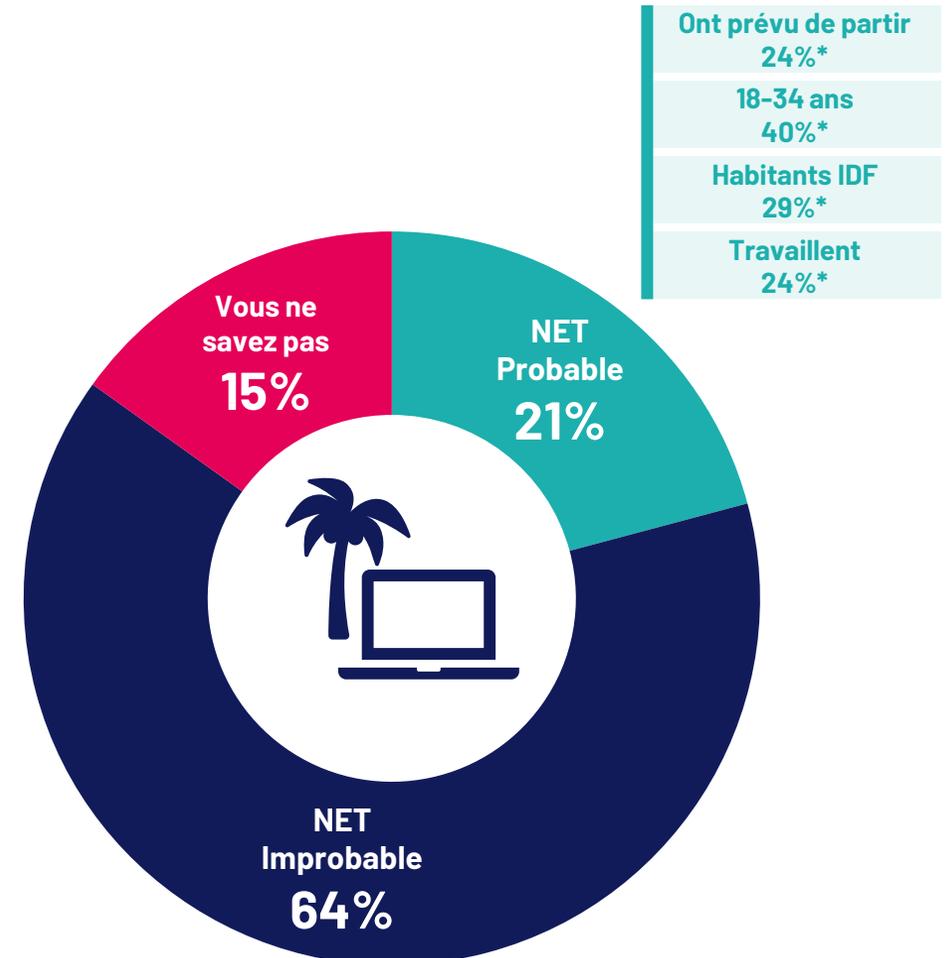
Travailler depuis un lieu différent de d'habitude, pour vous changez les idées

Base= A tous (n=1000)

## Se rendre sur un lieu de vacances avant les congés



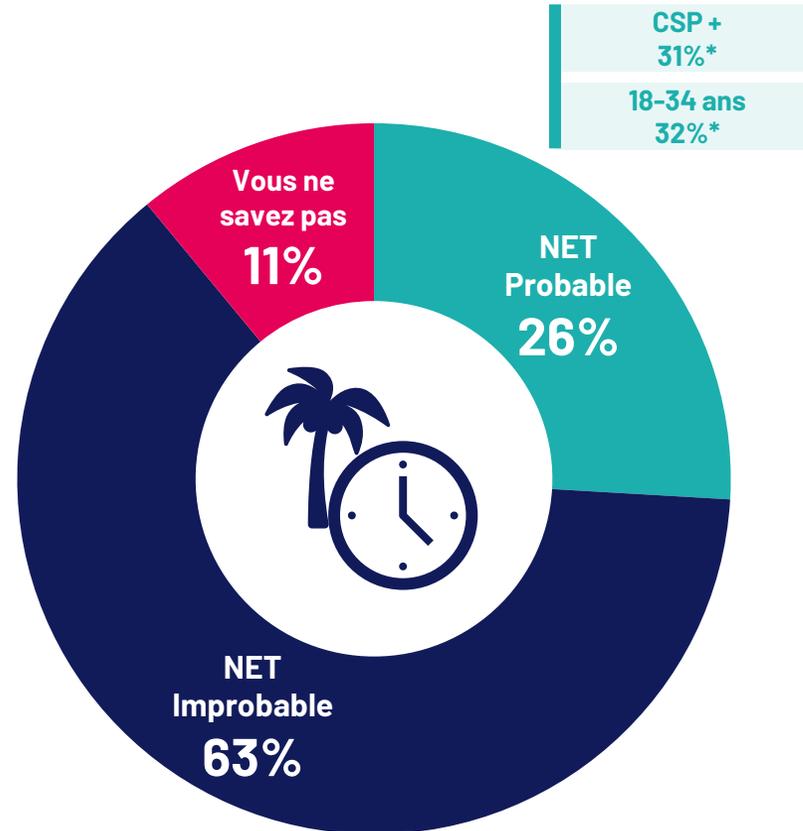
## Travailler depuis un lieu différent



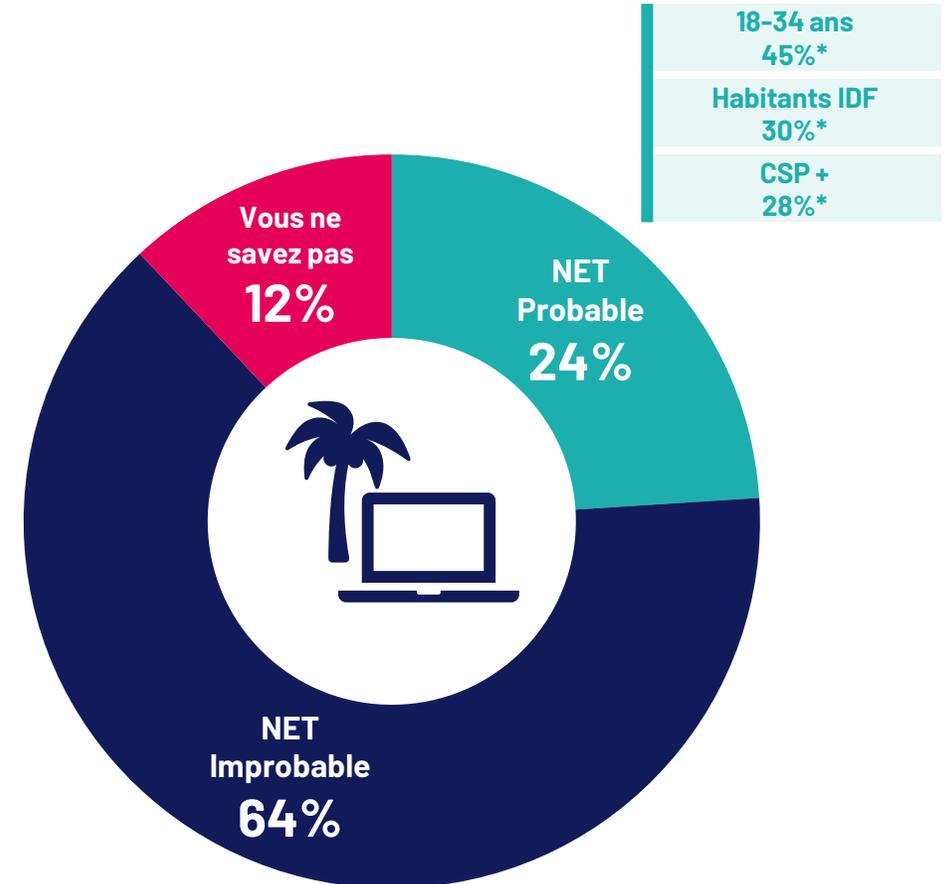
\* Score significativement supérieur à la population totale au seuil de 95%

# Focus auprès de ceux ayant l'intention de partir cet été

## Se rendre sur un lieu de vacances avant les congés



## Travailler depuis un lieu différent



Q14 NETS - Dans quelle mesure est-il probable que vous fassiez les choses suivantes cet été ?

Se rendre sur un lieu de vacances avant même d'être en congés

Travailler depuis un lieu différent de d'habitude, pour vous changez les idées

Base= Ont l'intention de partir (n=768)

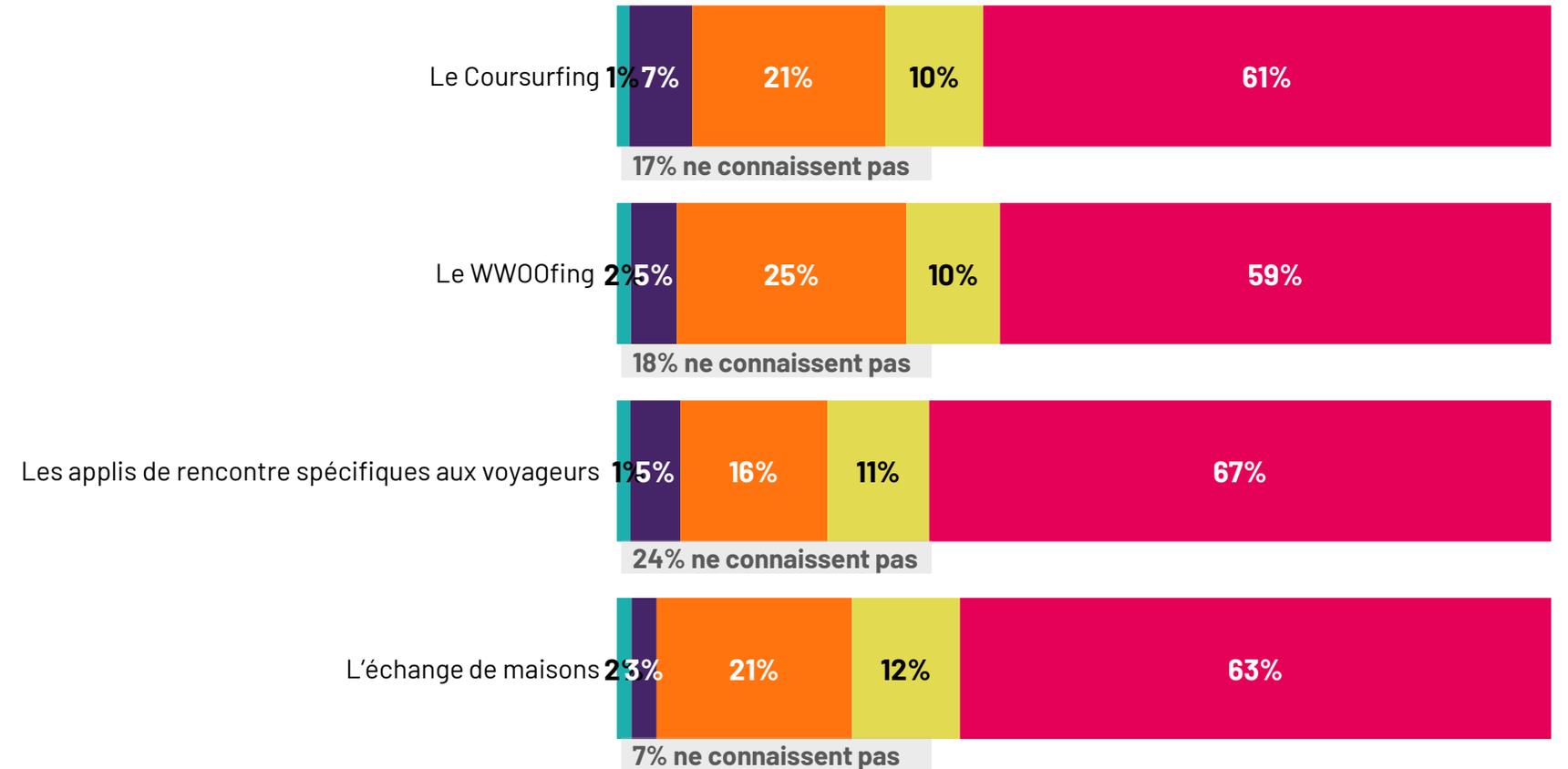
**Loger sur le canapé de quelqu'un qu'on ne connaît pas, travailler pendant son temps libre en échange du gîte et du couvert, utiliser des applications de rencontres ou échanger sa maison rebutent la majorité de ceux qui connaissent ces nouvelles formes de tourisme même si beaucoup se montrent intéressés**

Q15- A propos des « nouvelles » façons de voyager ou d'organiser vos vacances suivantes, diriez-vous... Une seule réponse par ligne

Base= Après de ceux qui connaissent ces nouvelles formes de tourisme (n=932/761/827/829)

## Attrait de nouvelles formes de tourisme

■ Déjà prévu pour mes prochaines vacances ■ Déjà essayé et j'adore ■ Intéressant, mais pas encore prêt(e) ■ Préfère les voyages classiques ■ Pas mon truc du tout



# Les jeunes sont majoritairement plus ouverts et curieux pour les nouvelles formes de tourisme. Mais beaucoup préfèrent encore les voyages plus classiques.

	Le Coursurfing	Le WWOOfing	Les applis de rencontre spécifiques aux voyageurs	L'échange de maisons
<b>Déjà prévu pour mes prochaines vacances !</b>	1%	2%	1%	2%
<b>Déjà essayé et j'adore</b>	7%	5%	5%	3%
<b>Intéressant, mais pas encore prêt(e)</b>	21%	25%	16%	21%
<b>Je préfère les voyages classiques</b>	10%	10%	11%	12%
<b>Pas mon truc du tout</b>	61%	59%	67%	63%

Base= Auprès de ceux qui connaissent ces nouvelles formes de tourisme (n=932/761/827/829)  
 Q15- A propos des « nouvelles » façons de voyager ou d'organiser vos vacances suivantes, diriez-vous... Une seule réponse par ligne

	Le Coursurfing	Le WWOOfing	Les applis de rencontre spécifiques aux voyageurs	L'échange de maisons
<b>Déjà prévu pour mes prochaines vacances !</b>	3%	5%	3%	5%
<b>Déjà essayé et j'adore</b>	16%	8%	11%	5%
<b>Intéressant, mais pas encore prêt(e)</b>	26%	33%	27%	25%
<b>Je préfère les voyages classiques</b>	15%	18%	16%	17%
<b>Pas mon truc du tout</b>	40%	37%	43%	49%

Base: Les 18-34 ans (n=250)  
 Q15- A propos des « nouvelles » façons de voyager ou d'organiser vos vacances suivantes, diriez-vous... Une seule réponse par ligne

Score significativement supérieur/inférieur à la population de ceux qui connaissent au seuil de 95%



# ANNEXES

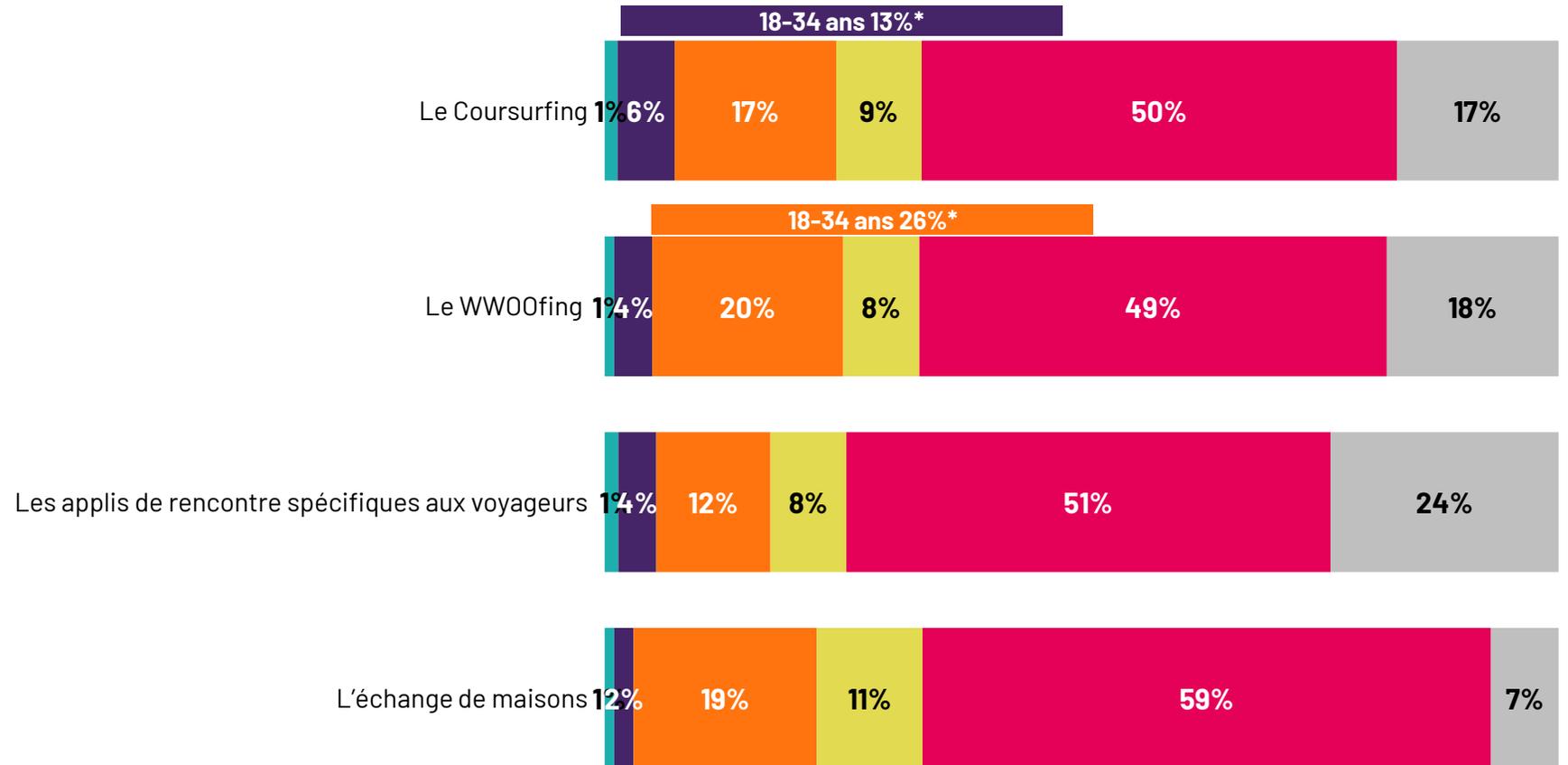
# Détail connaissance et attrait des nouvelles formes de tourisme auprès des Français

Q15- A propos des « nouvelles » façons de voyager ou d'organiser vos vacances suivantes, diriez-vous... Une seule réponse par ligne

Base= A tous(1000)

## Connaissance et attrait de nouvelles formes de tourisme

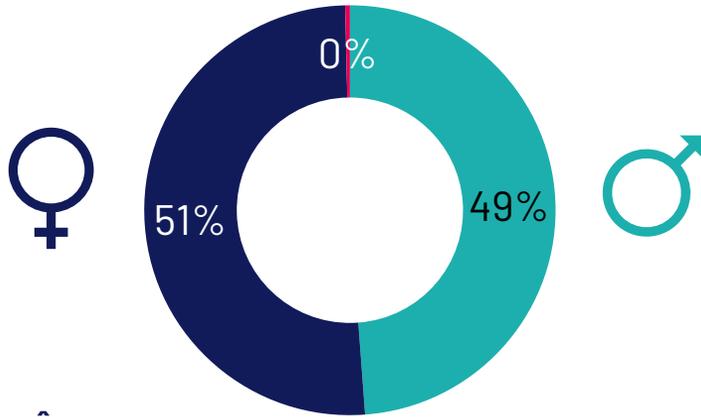
■ Déjà prévu pour mes prochaines vacances ■ Déjà essayé et j'adore ■ Intéressant, mais pas encore prêt(e) ■ Préfère les voyages classiques ■ Pas mon truc du tout ■ Ne connaît pas



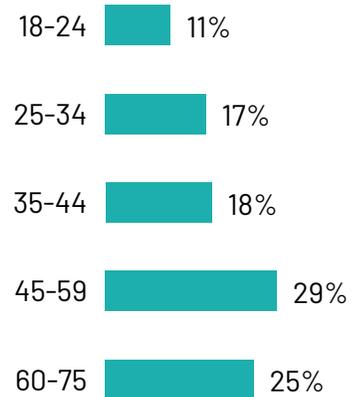
# Structure de l'échantillon

Base=1000

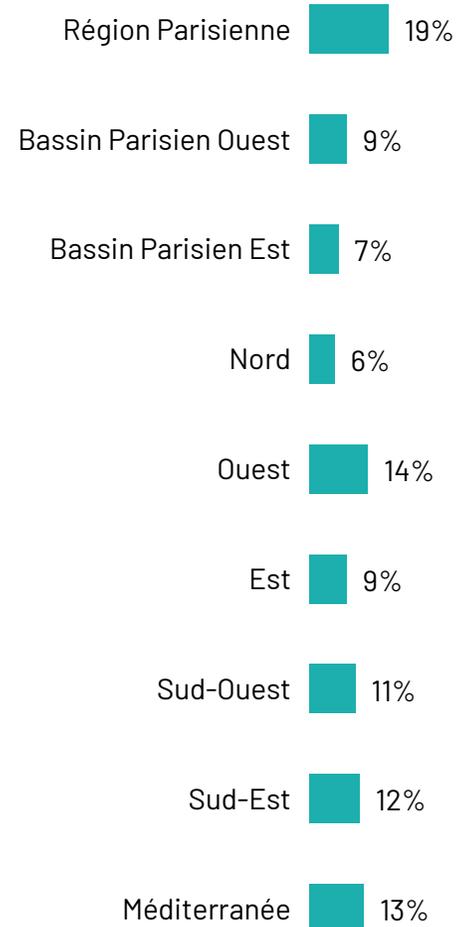
## Genre



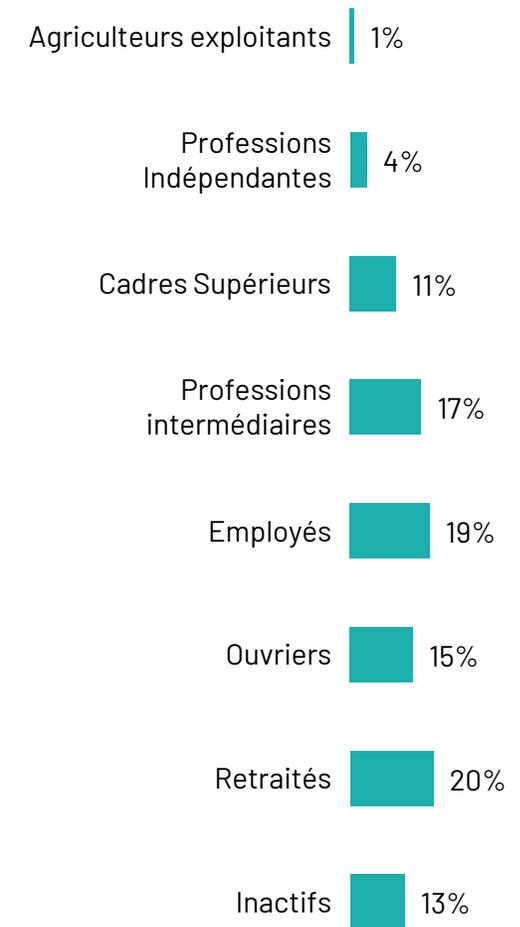
## Âge



## Région



## CSP



# FICHE TECHNIQUE

## ÉTUDE CAWI RÉALISÉE SUR PANEL IIS



# NOS ENGAGEMENTS

## CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; [www.Syntec-etudes.Com](http://www.Syntec-etudes.Com))
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, [www.Esomar.Org](http://www.Esomar.Org))



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :  
Market Research - version 2019  
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

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



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

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

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.



# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

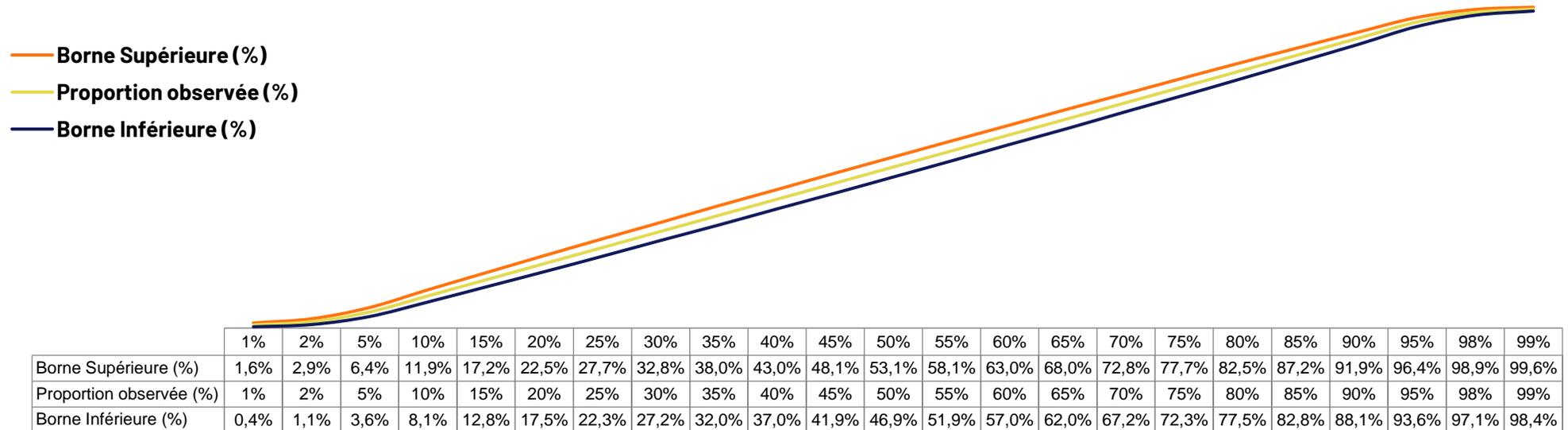
## Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

Intervalle de confiance : 95%

Taille d'échantillon : 1000

Les proportions observées sont comprises entre :



# Fiche technique

Étude avec Ipsos.Digital (level 2 et 3)

## ÉCHANTILLON

- **Population cible** : l'ensemble des Français
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 5 tranches, zones UDA9 (données INSEE, du panel), CSP

## COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 8 au 11 avril 2025
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line Panel Ipsos
- **Outil** : Omnibus Fast Fact
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

## TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge sur 5 tranches, zones UDA9, CSP

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

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

## EN AMONT DU RECUEIL

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

## LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

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

# Fiche technique

## Organisation (Étude sur panel online)

### LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

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

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

- Echantillonnage
- Collecte des données en France

# À PROPOS D' IPSOS

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

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

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

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

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

## GAME CHANGERS

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

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

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

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

So that our clients can act faster, smarter and bolder.

Ultimately, success comes down to a simple truth:

**You act better when you are sure.**

# MERCI

Stephanie Morel et Margaux Baiesi

[Stephanie.morel@ipsos.com](mailto:Stephanie.morel@ipsos.com)

[Margaux.baiesi@ipsos.com](mailto:Margaux.baiesi@ipsos.com)