

Baromètre des vacances des Européens, des Américains, des Asiatiques et des Océaniens

ÉTUDE IPSOS/EUROP ASSISTANCE

21^{ÈME} ÉDITION



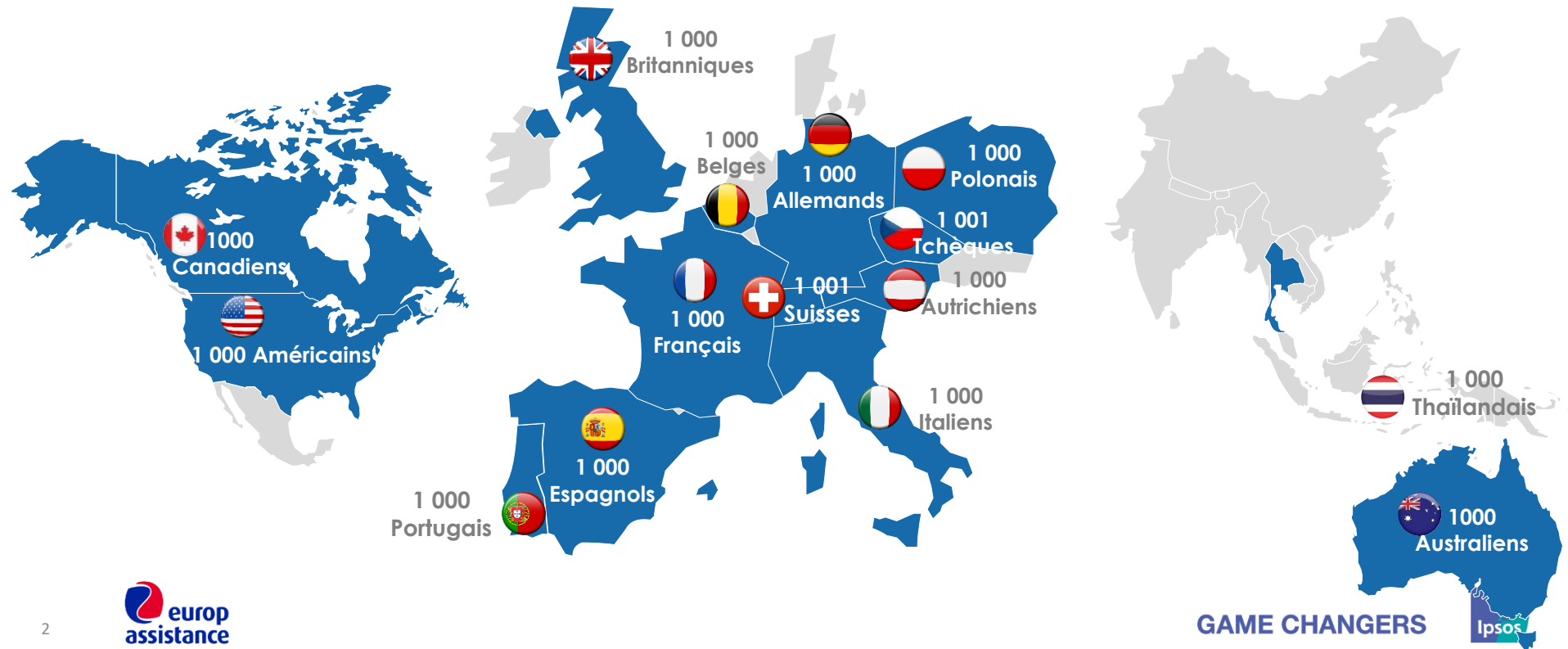
PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

15 PAYS
15,000 RÉPONDANTS

Amérique

Europe

Asie / Océanie



MÉTHODOLOGIE



Échantillons

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



Calendrier

Le terrain a été réalisé entre le 26 avril et le 16 mai 2022.



Méthode de recueil des données

Enquête en ligne dans les 15 pays

SOMMAIRE

ÉTAT D'ESPRIT
ACTUEL &
PRÉOCCUPATIONS

P.5

1

PROJETS DE
VACANCES D'ÉTÉ 2022
P.23

2

DESTINATIONS
FAVORITES
P.39

3

ORGANISATION DES
VACANCES D'ÉTÉ 2022
P.51

4

RETOUR SUR LES VACANCES
D'ÉTÉ 2021
P.69

5

NOUVELLES PRATIQUES DE
VOYAGE
P.74

6

ANNEXES
P.83

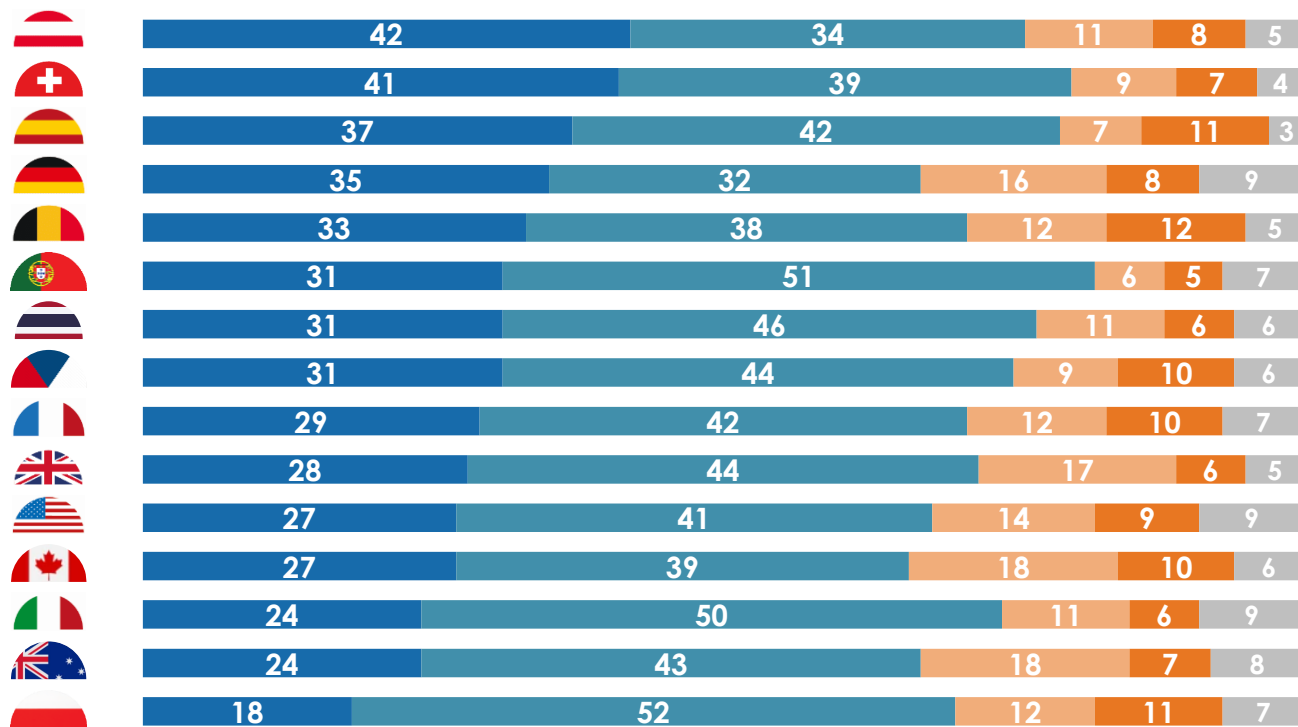
7

1. ÉTAT D'ESPRIT ACTUEL & PRÉOCCUPATIONS

- > Enthousiasme pour le voyage
- > Principales préoccupations concernant la situation mondiale
- > Principales craintes pour le prochain voyage
- > Conditions à remplir pour voyager

GLOBALEMENT, LES RÉPONDANTS SONT ENTHOUSIASTES À L'IDÉE DE VOYAGER À NOUVEAU, C'EST PARTICULIÈREMENT LE CAS EN AUTRICHE, EN SUISSE, EN ESPAGNE, EN ALLEMAGNE ET EN BELGIQUE

ENTHOUSIASME POUR LE VOYAGE (%)



Comment décririez-vous votre enthousiasme et votre envie de voyager cette année ?

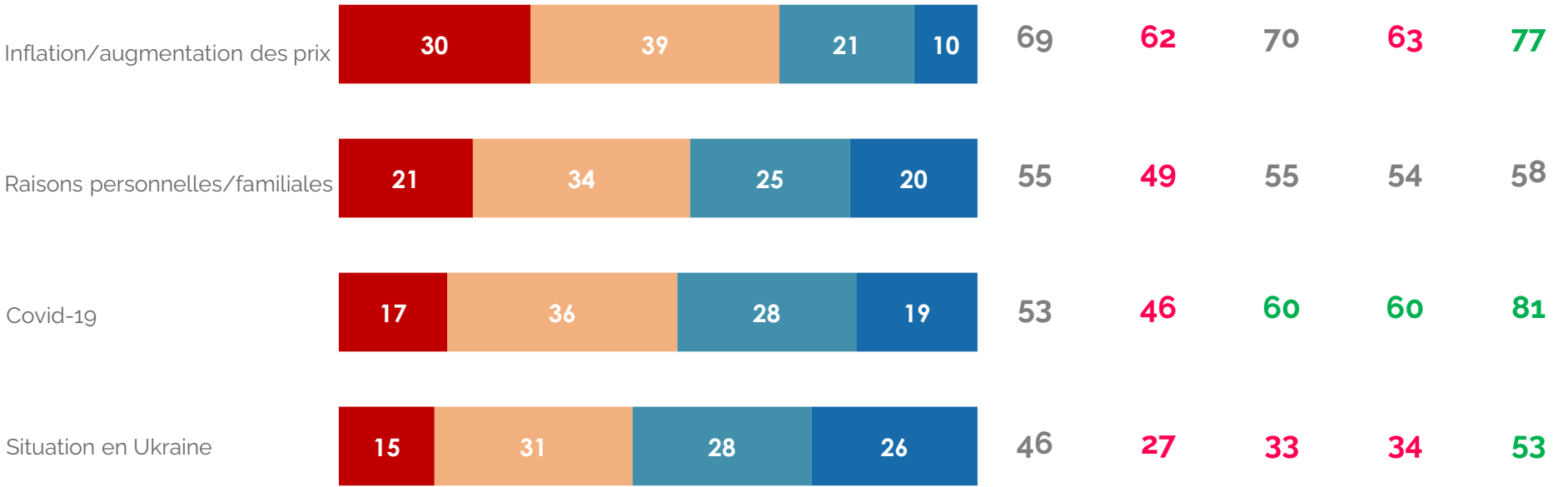
Très enthousiaste Heureux Pas envie de voyager Indifférent Pas d'opinion

GAME CHANGERS



L'INFLATION EST LA PROBLÉMATIQUE QUI A LE PLUS D'IMPACT SUR L'ENTHOUSIASME POUR LE VOYAGE DES RÉPONDANTS. LA COVID-19 A UN IMPACT FORT SUR SEULEMENT 1 EUROPÉEN SUR 6

IMPACT SUR L'ENTHOUSIASME POUR LE VOYAGE (% AU MOINS UNE CERTAINE INFLUENCE)



De quelle manière les problématiques suivantes influent-elles sur votre enthousiasme et votre envie de voyager cette année ?

Une très grande influence
Une certaine influence
Peu d'influence
Aucune influence

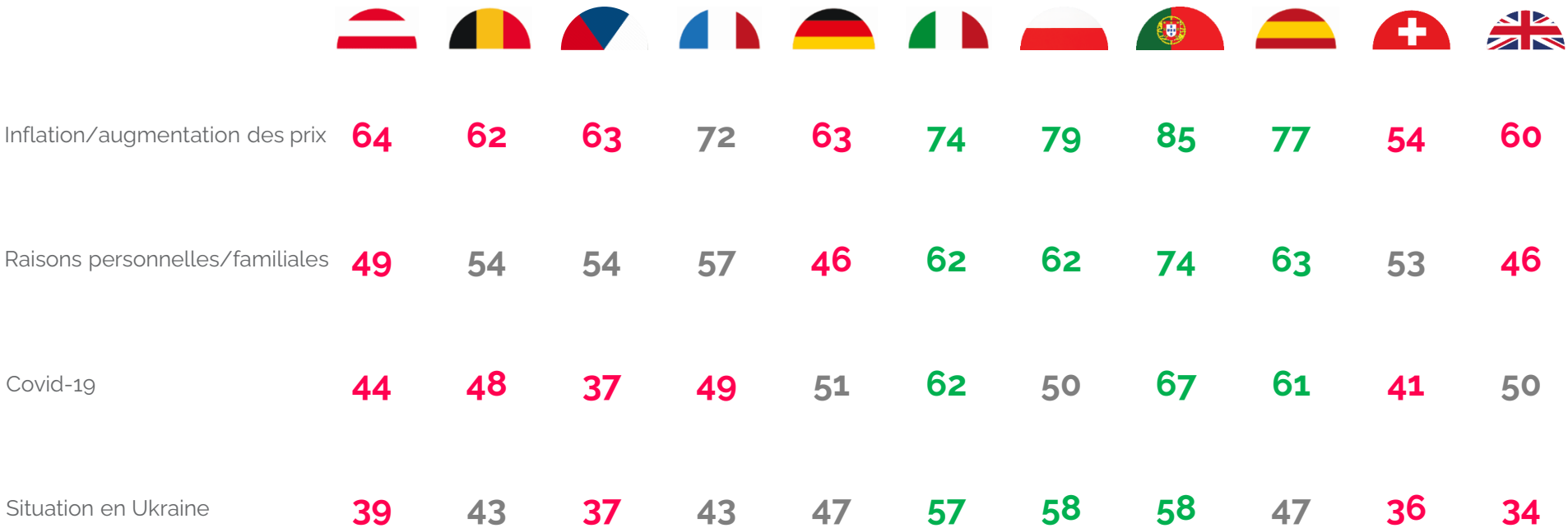


GAME CHANGERS



L'IMPACT DE L'INFLATION EST PARTICULIÈREMENT FORT AU PORTUGAL, EN POLOGNE, EN ESPAGNE ET EN ITALIE

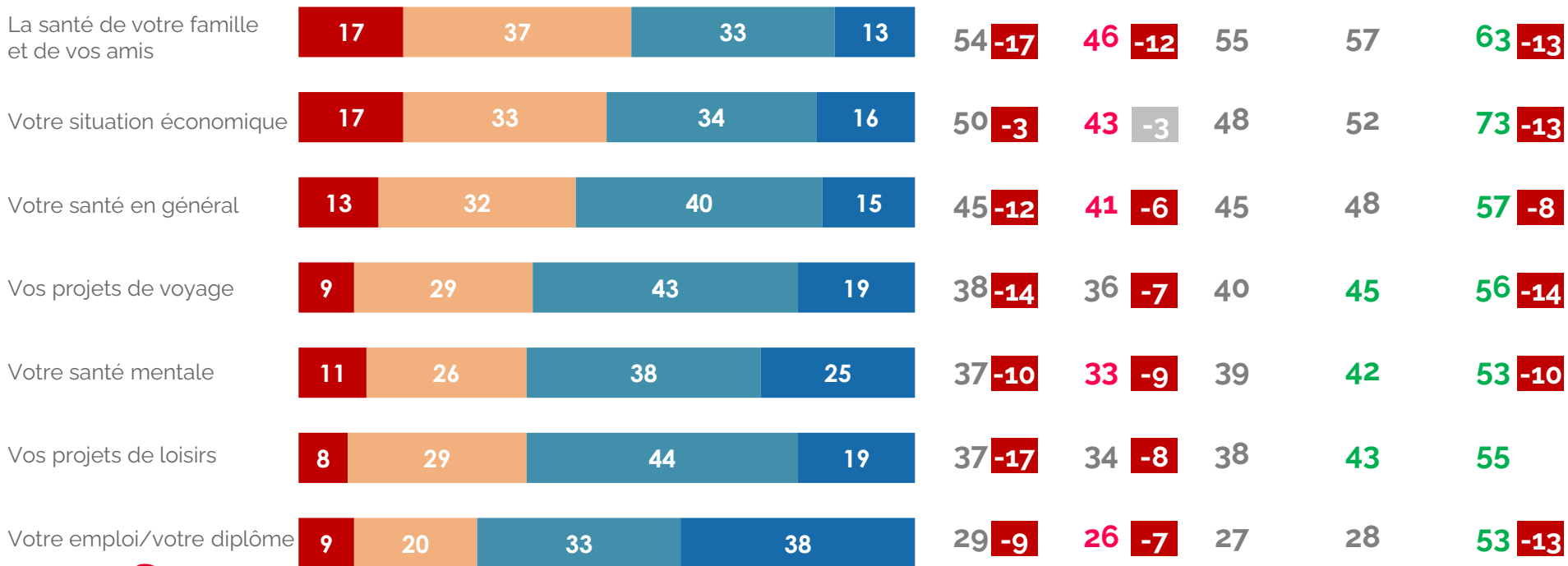
IMPACT SUR L'ENTHOUSIASME POUR LE VOYAGE (%) AU MOINS UNE CERTAINE INFLUENCE



De quelle manière les problématiques suivantes influent-elles sur votre enthousiasme et votre envie de voyager cette année ?
 Une très grande influence + Une certaine influence

GLOBALEMENT LE NIVEAU DE PRÉOCCUPATION CONCERNANT LA COVID ET LA SANTÉ DÉCROÎT FORTEMENT PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE, MAIS LE NIVEAU DE PRÉOCCUPATION CONCERNANT LA SITUATION ÉCONOMIQUE RESTE STABLE EN EUROPE ET AUX USA

PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS (%)



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

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












GAME CHANGERS



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

PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS

(%)

											
La santé de votre famille et de vos amis	42	55	41	56	40	59	58	73	75	42	51
Votre situation économique	41	46	41	51	36	53	57	71	66	36	47
Votre santé en général	31	45	34	42	33	51	52	63	67	30	42
Vos projets de voyage	23	35	26	37	26	44	38	51	53	28	39
Votre santé mentale	27	38	25	33	29	43	40	55	55	29	35
Vos projets de loisirs	26	32	24	38	27	41	40	52	51	25	34
Votre emploi/votre diplôme	18	24	20	25	19	36	30	43	47	23	26

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

GAME CHANGERS

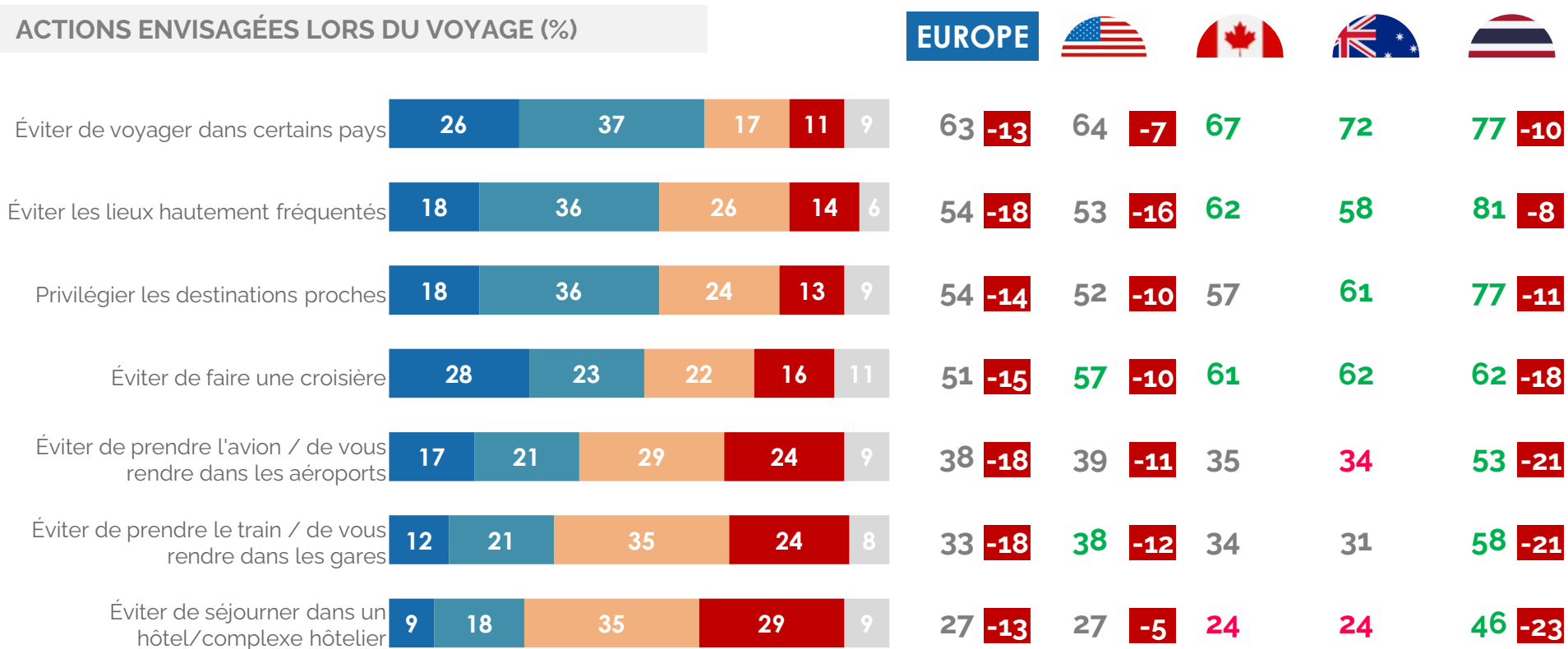


LE NIVEAU DE PRÉOCCUPATION DÉCROÎT PRINCIPALEMENT LORSQU'IL S'AGIT DE QUESTIONS CONCERNANT LA SANTÉ ET LE VOYAGE. EN COMPARAISON, LES INQUIÉTUDES CONCERNANT LA SITUATION ÉCONOMIQUE ACTUELLE RESTENT PLUTÔT STABLES

PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS – EVOLUTION VS 2021 (%)














LORSQU'ILS VOYAGENT, LES RÉPONDANTS SONT TOUJOURS PRÊTS À CHOISIR SOIGNEUSEMENT LEUR DESTINATION EN ÉVITANT CERTAINS PAYS ET EN PRIVILÉGIANT LES DESTINATIONS PROCHES, MAIS LE NIVEAU DE PRUDENCE A FORTEMENT DIMINUÉ PAR RAPPORT À 2021




PARMI LES EUROPÉENS, LES ITALIENS, LES PORTUGAIS ET LES ESPAGNOLS SONT LES PLUS PRUDENTS EN MATIÈRE DE MESURES DE PRÉCAUTION

ACTIONS ENVISAGÉES LORS DU VOYAGE (%)

											
Éviter de voyager dans certains pays	65	58	52	64	62	67	51	71	67	59	63
Éviter les lieux hautement fréquentés	40	50	51	53	45	68	49	75	59	37	54
Privilégier les destinations proches	55	50	46	53	54	62	44	69	63	50	52
Éviter de faire une croisière	58	45	23	55	57	55	32	48	50	50	55
Éviter de prendre l'avion / de vous rendre dans les aéroports	36	37	29	41	41	43	36	35	37	34	35
Éviter de prendre le train / de vous rendre dans les gares	28	30	19	32	35	42	30	36	31	25	28
Éviter de séjourner dans un hôtel/complexe hôtelier	22	24	16	30	27	30	25	28	28	22	23

PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE, LE NIVEAU DE PRUDENCE ENVISAGÉ LORS DES VOYAGES EST EN FORTE BAISSÉ DANS TOUS LES PAYS EUROPÉENS

ACTIONS ENVISAGÉES LORS DU VOYAGE – ÉVOLUTION VS 2021 (%)

											
Éviter de voyager dans certains pays	-11	-15	-17	-12	-11	-13	-11	-14	-14	-11	-19
Éviter les lieux hautement fréquentés	-19	-22	-20	-18	-18	-17	-17	-14	-22	-21	-19
Privilégier les destinations proches	-14	-13	-18	-12	-9	-15	-12	-14	-16	-13	-14
Éviter de faire une croisière	-12	-16	-14	-13	-14	-14	-12	-19	-17	-12	-18
Éviter de prendre l'avion / de vous rendre dans les aéroports	-17	-14	-16	-16	-16	-18	-13	-22	-21	-10	-20
Éviter de prendre le train / de vous rendre dans les gares	-15	-19	-13	-17	-18	-18	-14	-17	-21	-11	-23
Éviter de séjourner dans un hôtel/complexe hôtelier	-12	-12	-17	-12	-14	-9	-10	-15	-14	-9	-15

LORSQU'ILS PENSENT À LEUR PROCHAIN VOYAGE, LES RÉPONDANTS SE SENTENT TOUJOURS PRINCIPALEMENT CONCERNÉS PAR LES QUESTIONS LIÉES À LA CRISE SANITAIRE, MAIS DANS UNE BIEN MOINDRE MESURE QUE L'AN PASSÉ

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (1/2) (%)

EUROPE



Mise en quarantaine à l'étranger



48 **-15**

37 **-8**

47

53

75 **-6**

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



48 **-12**

40 **-4**

47

55

72 **-9**

Flambée épidémique pendant le voyage



48 **-16**

41 **-7**

47

57

80 **-10**

Manque d'argent



46 **-1**

37 **-1**

39

42

73 **-7**

Obligation d'annuler



46 **-13**

36 **-6**

43

51

65 **-8**

Vol/perde de quelque chose d'important



45 **-1**

37 **+3**

36

40

74 **-3**

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



45 **-20**

40 **-11**

44

50

75 **-9**

Quelles sont vos principales craintes pour votre prochain voyage ?

GAME CHANGERS



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

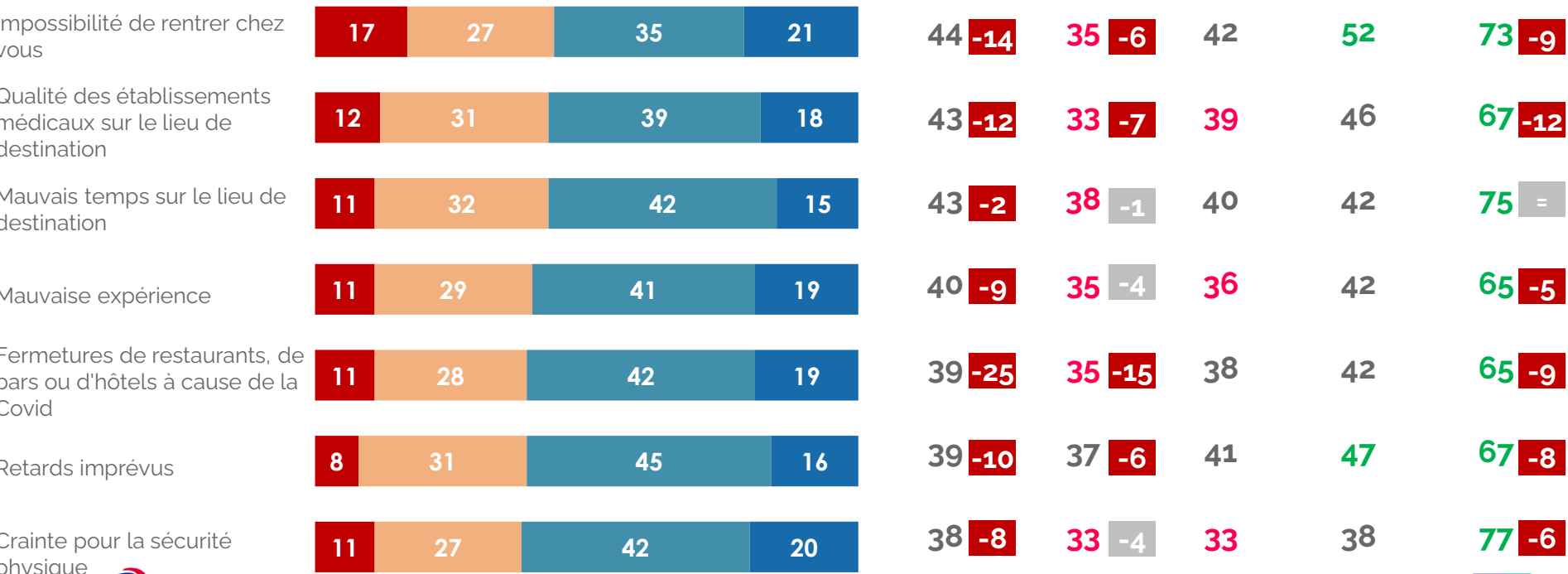
LORSQU'ILS PENSENT À LEUR PROCHAIN VOYAGE, LES RÉPONDANTS SE SENTENT TOUJOURS PRINCIPALEMENT CONCERNÉS PAR LES QUESTIONS LIÉES À LA CRISE SANITAIRE, MAIS DANS UNE BIEN MOINDRE MESURE QUE L'AN PASSÉ

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (2/2) (%)

EUROPE







Quelles sont vos principales craintes pour votre prochain voyage ?












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

GAME CHANGERS














LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS ET LES ITALIENS SONT LES PLUS PRÉOCCUPÉS PAR LES RISQUES SANITAIRES TELS QU'ÊTRE MIS EN QUARANTAINE OU TOMBER MALADE. LES TCHÈQUES, LES SUISSES, LES ALLEMANDS ET LES AUTRICHIENS SONT LES MOINS INQUIETS

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (1/2) (%)

											
Mise en quarantaine à l'étranger	37	45	28	43	38	57	49	63	68	38	45
Possibilité de tomber malade pendant le trajet ou sur le lieu de destination	36	46	35	41	36	58	54	66	70	33	42
Flambée épidémique pendant le voyage	31	46	27	46	35	57	50	66	71	34	47
Manque d'argent	38	42	34	48	34	54	60	64	63	39	35
Obligation d'annuler	34	44	27	43	35	51	49	56	63	38	45
Vol/perde de quelque chose d'important	32	50	36	46	30	51	55	62	71	33	36
Impossibilité d'effectuer les activités habituelles à cause de la Covid	32	41	26	47	33	56	53	57	58	34	42







LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS ET LES ITALIENS SONT LES PLUS PRÉOCCUPÉS PAR LES RISQUES SANITAIRES TELS QU'ÊTRE MIS EN QUARANTAINE OU TOMBER MALADE. LES TCHÈQUES, LES SUISSES, LES ALLEMANDS ET LES AUTRICHIENS SONT LES MOINS INQUIETS

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE (2/2) (%)

											
Impossibilité de rentrer chez vous	32	40	24	39	32	49	51	62	68	34	42
Qualité des établissements médicaux sur le lieu de destination	31	41	29	40	30	56	47	60	63	34	38
Mauvais temps sur le lieu de destination	32	44	37	47	29	54	51	59	54	35	37
Mauvaise expérience	28	38	21	34	28	52	30	58	67	29	40
Fermetures de restaurants, de bars ou d'hôtels à cause de la Covid	29	40	24	38	30	46	45	48	53	31	38
Retards imprévus	26	32	23	32	28	43	43	51	56	29	44
Crainte pour la sécurité physique	26	35	27	35	28	46	50	55	57	27	29


PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE, LE NIVEAU DE CRAINTE CONCERNANT LES RISQUES MÉDICAUX A FORTEMENT DIMINUÉ DANS TOUS LES PAYS EUROPÉENS, MAIS LES AUTRES PRÉOCCUPATIONS SONT RESTÉES STABLES

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE – EVOLUTION VS 2021 (%)

											
Mise en quarantaine à l'étranger	-19	-21	-23	-13	-24	-14	-12	-10	-8	-20	-14
Possibilité de tomber malade pendant le trajet ou sur le lieu de destination	-10	-8	-12	-13	-15	-13	-12	-9	-12	-11	-8
Flambée épidémique pendant le voyage	-17	-18	-23	-17	-19	-11	-15	-15	-11	-13	-17
Manque d'argent	+1	+3	+1	-1	-3	-4	-1	-3	-1	+3	+4
Obligation d'annuler	-14	-11	-17	-17	-19	-11	-10	-8	-3	-13	-15
Vol/perde de quelque chose d'important	-2	+9	-2	-1	-4	-1	-1	-4	+2	+3	=
Impossibilité d'effectuer les activités habituelles à cause de la Covid	-19	-22	-26	-23	-26	-12	-19	-14	-9	-19	-22

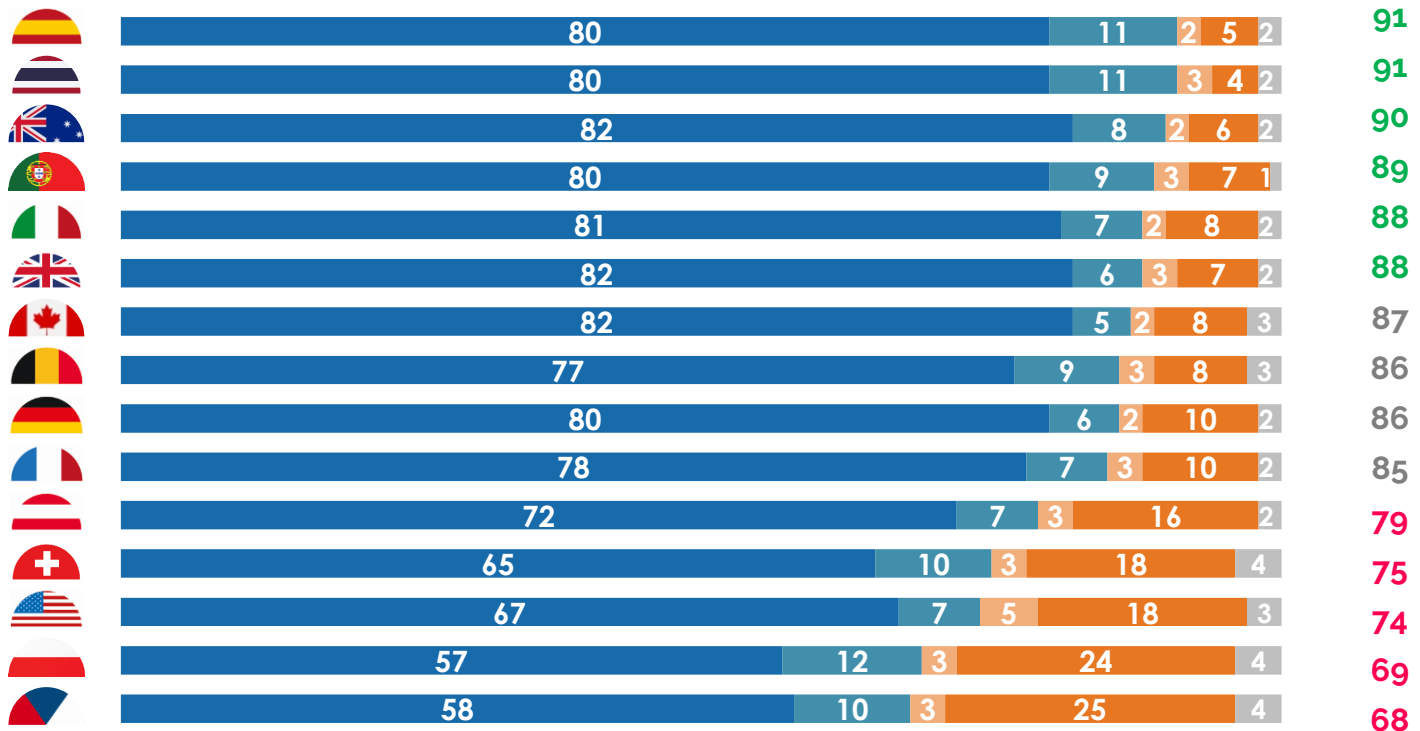
PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE, LE NIVEAU DE CRAINTE CONCERNANT LES RISQUES MÉDICAUX A FORTEMENT DIMINUÉ DANS TOUS LES PAYS EUROPÉENS, MAIS LES AUTRES PRÉOCCUPATIONS SONT RESTÉES STABLES

PRINCIPALES CRAINTES POUR LE PROCHAIN VOYAGE – EVOLUTION VS 2021 (%)

											
Impossibilité de rentrer chez vous	-16	-13	-20	-17	-22	-7	-11	-10	-9	-11	-15
Qualité des établissements médicaux sur le lieu de destination	-15	-8	-10	-11	-21	-7	-11	-10	-10	-7	-11
Mauvais temps sur le lieu de destination	-3	+5	-2	-2	-3	+1	-5	-1	+4	4	-5
Mauvaise expérience	-9	-3	-11	-9	-18	-7	+1	-8	-4	-3	-12
Fermetures de restaurants, de bars ou d'hôtels à cause de la Covid	-26	-28	-28	-28	-34	-17	-20	-16	-11	-27	-26
Retards imprévus	-16	-5	-10	-5	-22	-7	-8	-9	-6	-11	-10
Crainte pour la sécurité physique	-9	-5	-5	-8	-13	-9	-6	-9	-6	-2	-6

LA PLUPART DES RÉPONDANTS EUROPÉENS SONT VACCINÉS, MÊME SI LEUR SCHÉMA DE VACCINATION N'EST PAS TOUJOURS COMPLET

VACCINATION CONTRE LA COVID-19 (%)



Disposez-vous personnellement d'un schéma vaccinal complet contre la COVID-19 ?

Schéma vaccinal complet Schéma vaccinal incomplet (encore au moins une dose)

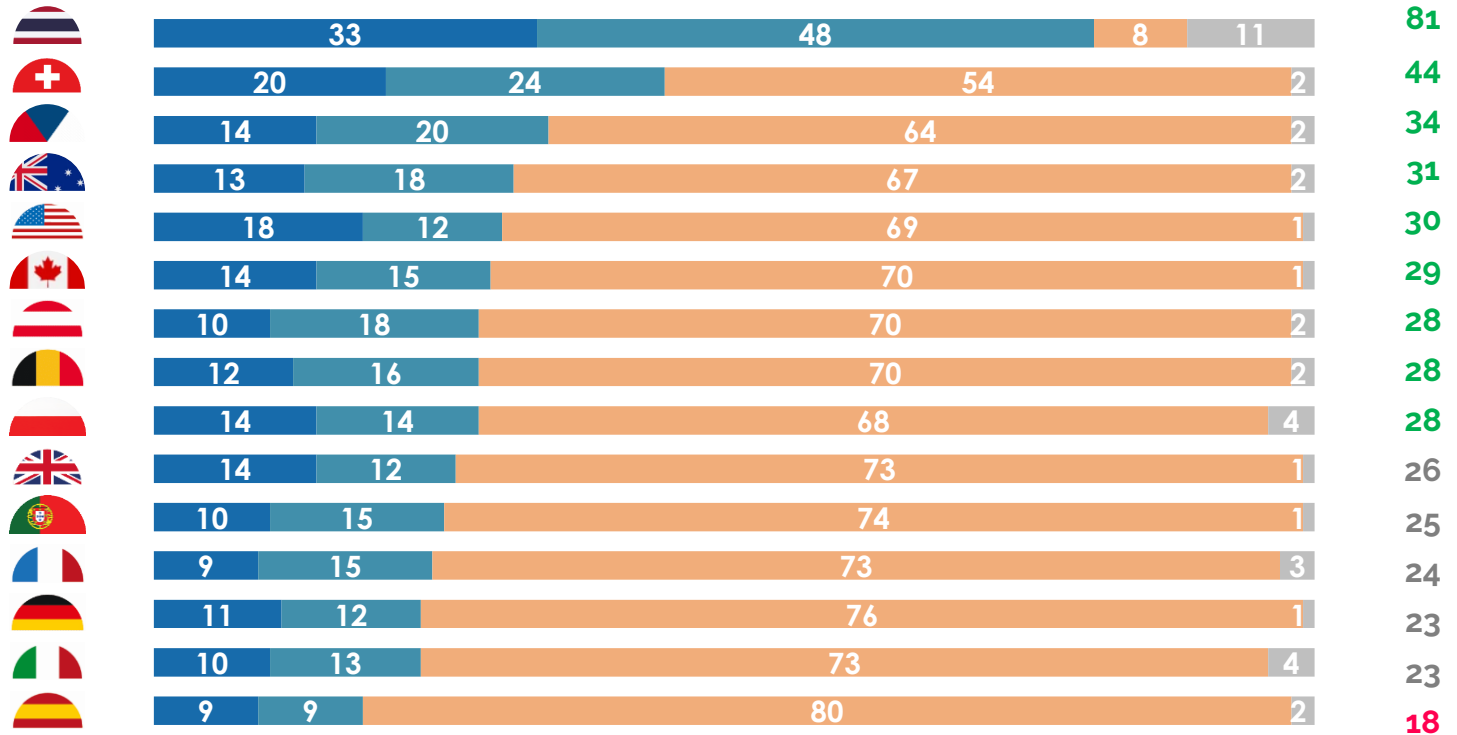
Va se faire vacciner bientôt Ne va pas se faire vacciner Ne souhaite pas répondre

GAME CHANGERS



TOUTEFOIS, LE DÉSIR DE VOYAGER À L'ÉTRANGER N'A PAS MOTIVÉ LA VOLONTÉ DE SE FAIRE VACCINER, SAUF EN THAÏLANDE

RAISON DE SE FAIRE VACCINER CONTRE LA COVID-19 (%)



Vous êtes-vous fait vacciner parce que vous vouliez voyager à l'étranger ?

Oui, c'était la raison décisive Oui, c'était l'une des raisons Non Sans opinion

GAME CHANGERS



2.

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ 2022

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



LES PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ AUGMENTENT PAR RAPPORT À 2021

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ

EUROPE

71%

(+14 versus 2021)

USA

60%

(+10 vs 2021)

CANADA

61%

THAÏLANDE

69%

(+25 vs 2021)

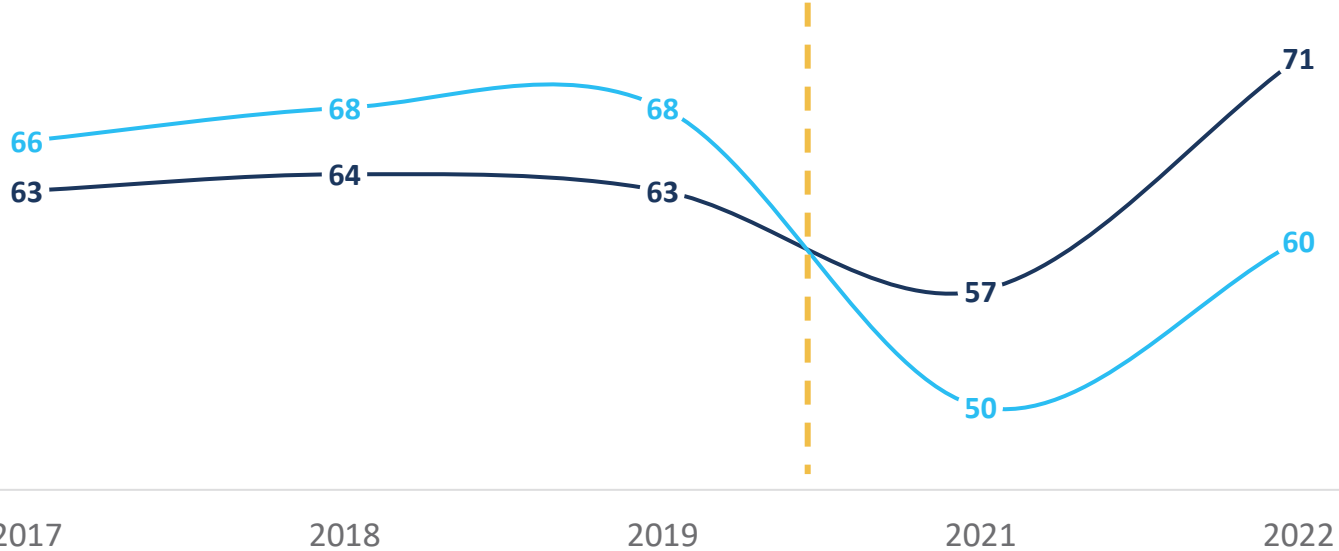
AUSTRALIE

52%

LES INTENTIONS DE DÉPART EN VACANCES AUGMENTENT FORTEMENT EN EUROPE CETTE ANNÉE. AUX ÉTATS-UNIS, ON NE RETROUVE PAS ENCORE LE NIVEAU DE 2019.

ÉVOLUTION DES PROJETS DE VACANCES (%)

EUROPE USA



CETTE AUGMENTATION DES PROJETS DE VACANCES VS 2021 EST PRÉSENTE DANS TOUS LES PAYS EUROPÉENS

PROJETS DE VACANCES D'ÉTÉ

AUTRICHE

75%

+14pts vs 2021

BELGIQUE

71%

+18pts

RÉP. TCHÈQUE

73%

+8pts

FRANCE

74%

+7pts

ALLEMAGNE

61%

+19pts

ITALIE

76%

+9pts

POLOGNE

75%

+9pts

PORTUGAL

79%

+17pts

ESPAGNE

78%

+20pts

SUISSE

75%

+12pts

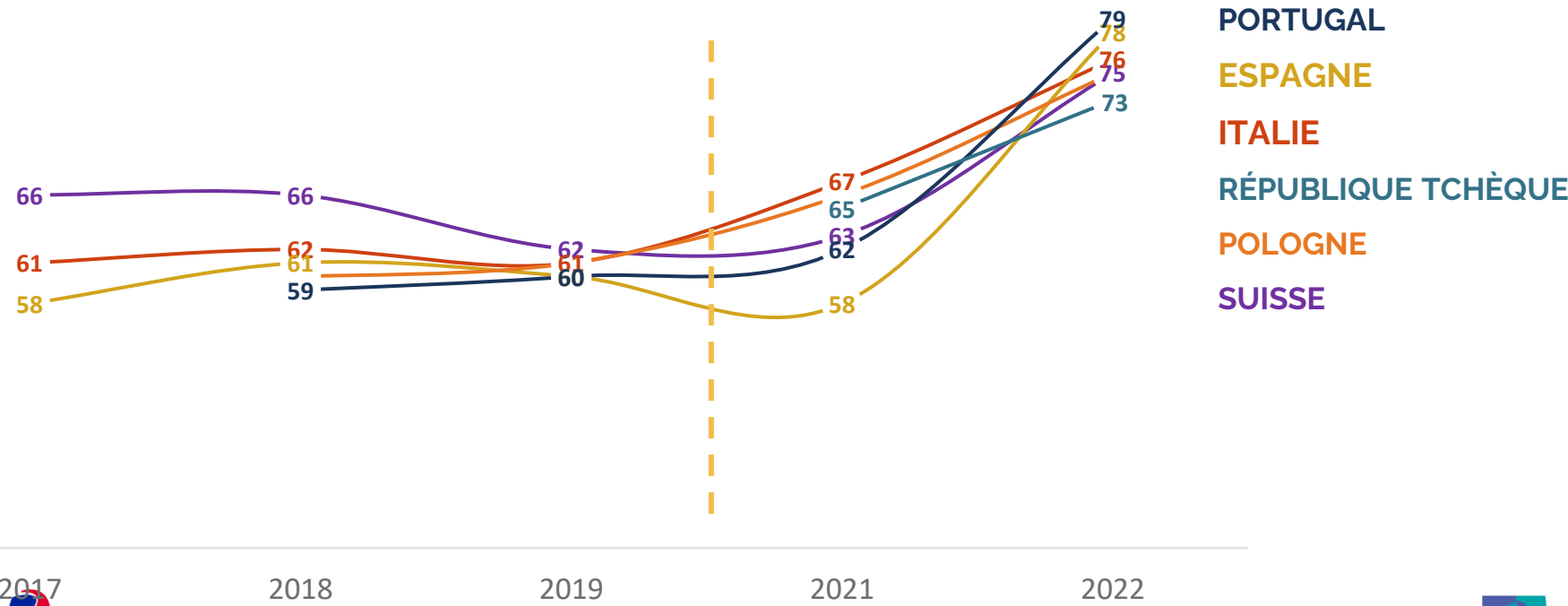
ROYAUME-UNI

68%

+18pts

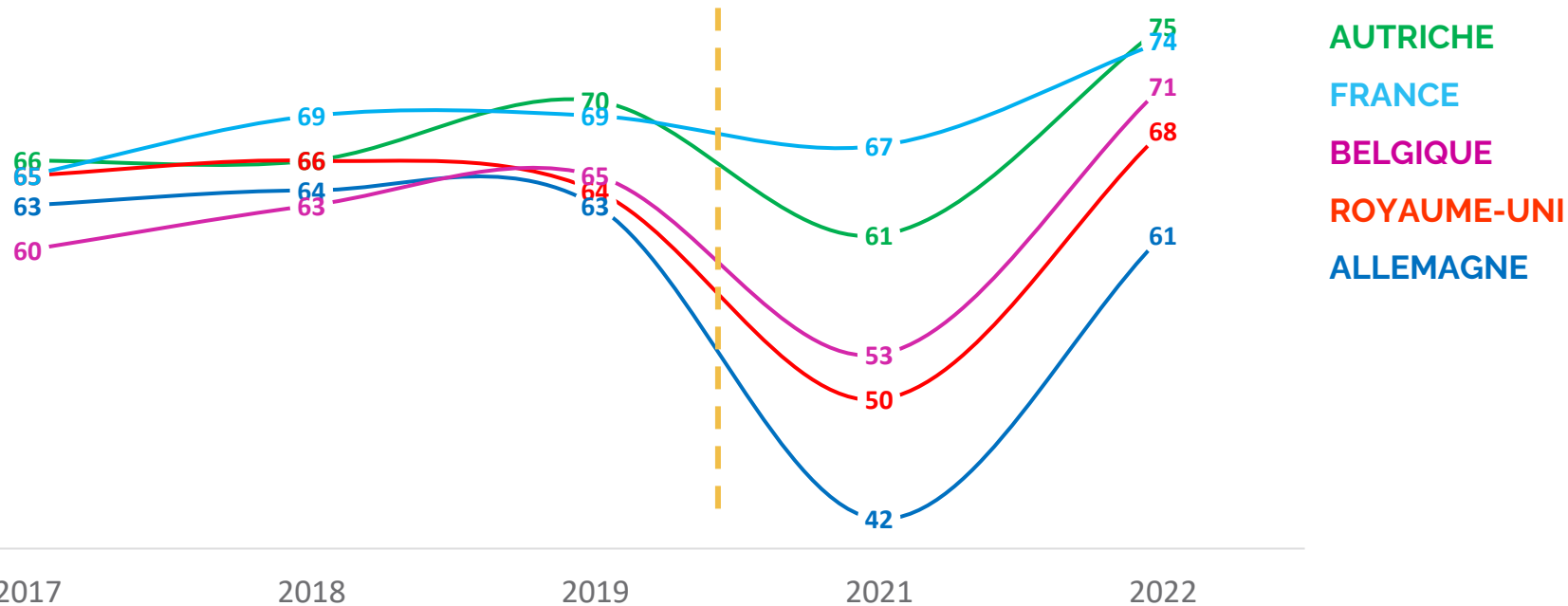
LES NIVEAUX D'INTENTIONS DE DÉPART EN VACANCES DÉPASSENT CEUX DE 2019 AU PORTUGAL, EN ESPAGNE, EN ITALIE, EN POLOGNE ET EN SUISSE.

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



CETTE TENDANCE À LA HAUSSE VS 2019 EST TOUTEFOIS PLUS MODÉRÉE EN FRANCE, EN AUTRICHE, EN BELGIQUE, AU ROYAUME-UNI ET EN ALLEMAGNE





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



PAR RAPPORT À 2021, LES RESTRICTIONS BUDGÉTAIRES ONT UN IMPACT CROISSANT SUR CEUX QUI NE PARTENT PAS EN VACANCES. LA PANDÉMIE JOUE UN RÔLE MOINS IMPORTANT QUE L'ANNÉE DERNIÈRE.

PRINCIPALES RAISONS DE NE PAS VOYAGER EN 2022

(%)

	EUROPE				
Vous n'en avez pas les moyens	41 +14	45 +9	41	43	34 +10
Vous économisez de l'argent	26 +10	33	34	30	37 +7
Vous partirez en vacances à un autre moment dans l'année	14	21	14	25	13
Vous avez envie de passer les vacances près de chez vous cet été (« staycation »)	14	16	19	5	10
Vous avez peur de la pandémie de COVID	11 -15	15 -11	22	14	34 -23

LE BUDGET TOTAL DES VACANCES AUGMENTE FORTEMENT PAR RAPPORT À 2021

BUDGET DES VACANCES D'ÉTÉ

EUROPE

€ 1,805

+14% VS 2021

ÉTATS-UNIS

\$2 758

+19%

€2 620

CANADA

\$3 225

€2 391

THAÏLANDE

฿62 800

+18%

€1 725

AUSTRALIE

\$3 788

€2 808

EN EUROPE, CETTE AUGMENTATION DU BUDGET PAR RAPPORT À 2021 EST PARTICULIÈREMENT IMPORTANTE EN ESPAGNE, EN ALLEMAGNE, AU PORTUGAL, EN BELGIQUE ET EN POLOGNE.

BUDGET DES VACANCES D'ÉTÉ

AUTRICHE

€2 162

+4%

BELGIQUE

€2 289

+15%

RÉP. TCHÈQUE

Kč 28 421

+6%

€1 153

FRANCE

€1 806

+11%

ALLEMAGNE

€2 128

+15%

ITALIE

€1 740

+10%

POLOGNE

Zł 4 499

+14%

€969

PORTUGAL

€1 543

+15%

ESPAGNE

€1 503

+20%

SUISSE

CHF 2 912

+7%

€2 776

ROYAUME-UNI

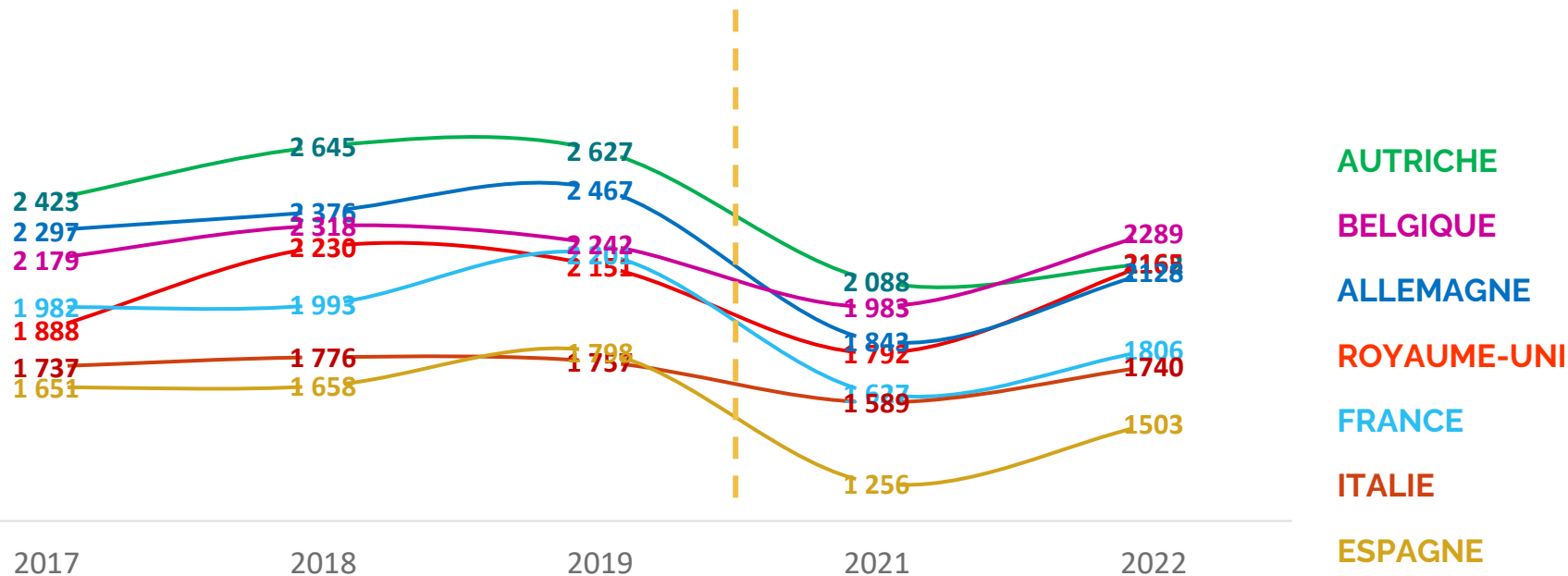
£1 833

+19%

€2 165

TOUTEFOIS, LES NIVEAUX DE DÉPENSES RESTENT GLOBALEMENT INFÉRIEURS À CEUX DE 2019

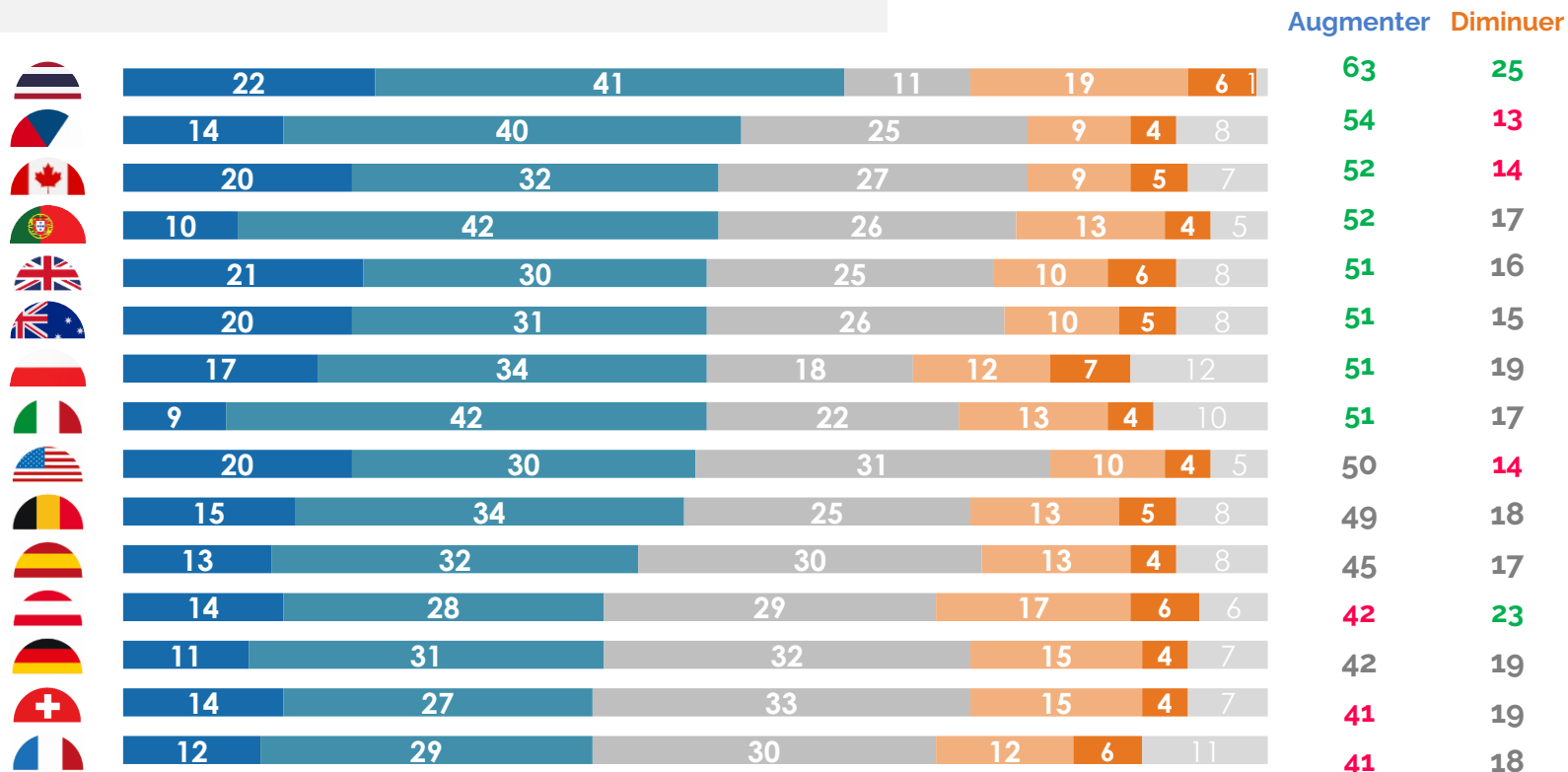
BUDGET DES VACANCES D'ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN (€)



LES RÉPONDANTS RECONNAISSENT BIEN CETTE AUGMENTATION DE LEUR BUDGET VACANCES PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE

ÉVOLUTION DU BUDGET CONSACRÉ AUX VACANCES VS 2021

(%)



Comment le budget consacré à vos vacances d'été est-il susceptible d'évoluer par rapport à ce que vous avez dépensé l'année dernière ? Est-ce qu'il :

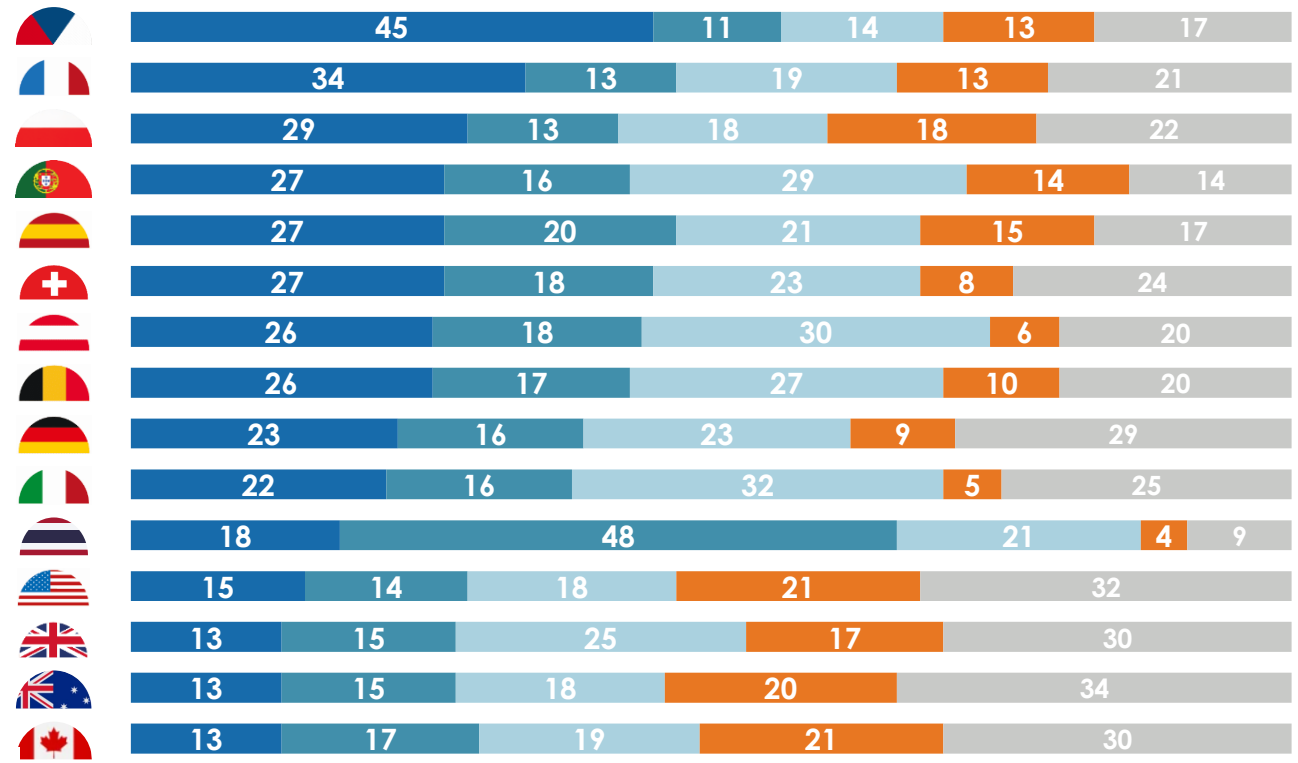
Augmentera fortement Augmentera légèrement Ne changera pas Diminuera légèrement Diminuera beaucoup NPS

GAME CHANGERS

Ipsos

DANS PRESQUE TOUS LES PAYS, LES VACANCES SONT UN POSTE DE DÉPENSES AUQUEL ILS NE VEULENT PAS TOUCHER OU QU'ILS VONT LÉGÈREMENT RÉDUIRE. C'EST PARTICULIÈREMENT LE CAS EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, EN FRANCE ET EN POLOGNE.

IMPORTANCE DU BUDGET VACANCES %



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

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

GAME CHANGERS



LA FRANCE, LA SUISSE, LA POLOGNE ET LA BELGIQUE SONT LES SEULS PAYS À PRENDRE DEUX SEMAINES DE VACANCES CET ÉTÉ OU PLUS

EUROPE



1.9

1.7

1.7

1.5

1.4



2.1

2.1

2.0

2.0

1.9

1.9

1.9



1.8

1.8

1.8

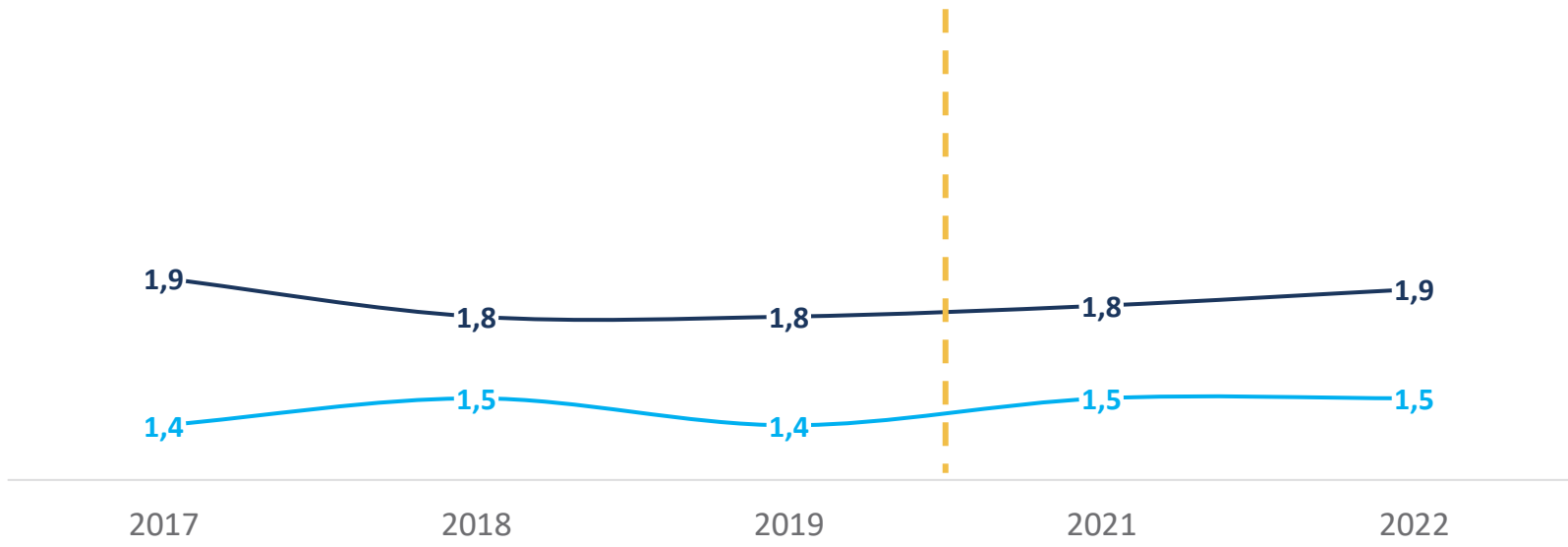
1.7

DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ
(semaines en moyenne)

LA DURÉE MOYENNE DES VACANCES RESTE STABLE EN EUROPE ET AUX ÉTATS-UNIS

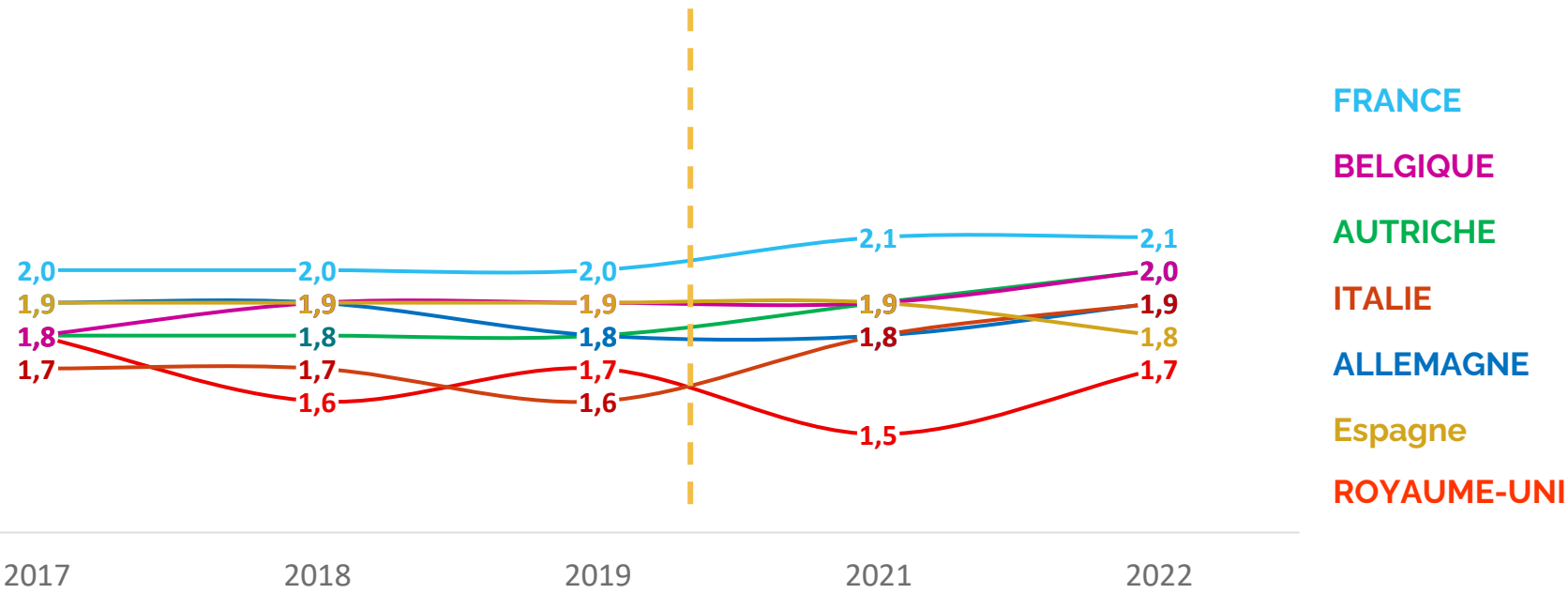
ÉVOLUTION DE LA DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ (semaines en moyenne)

EUROPE USA



LA DURÉE MOYENNE DES VACANCES RESTE STABLE

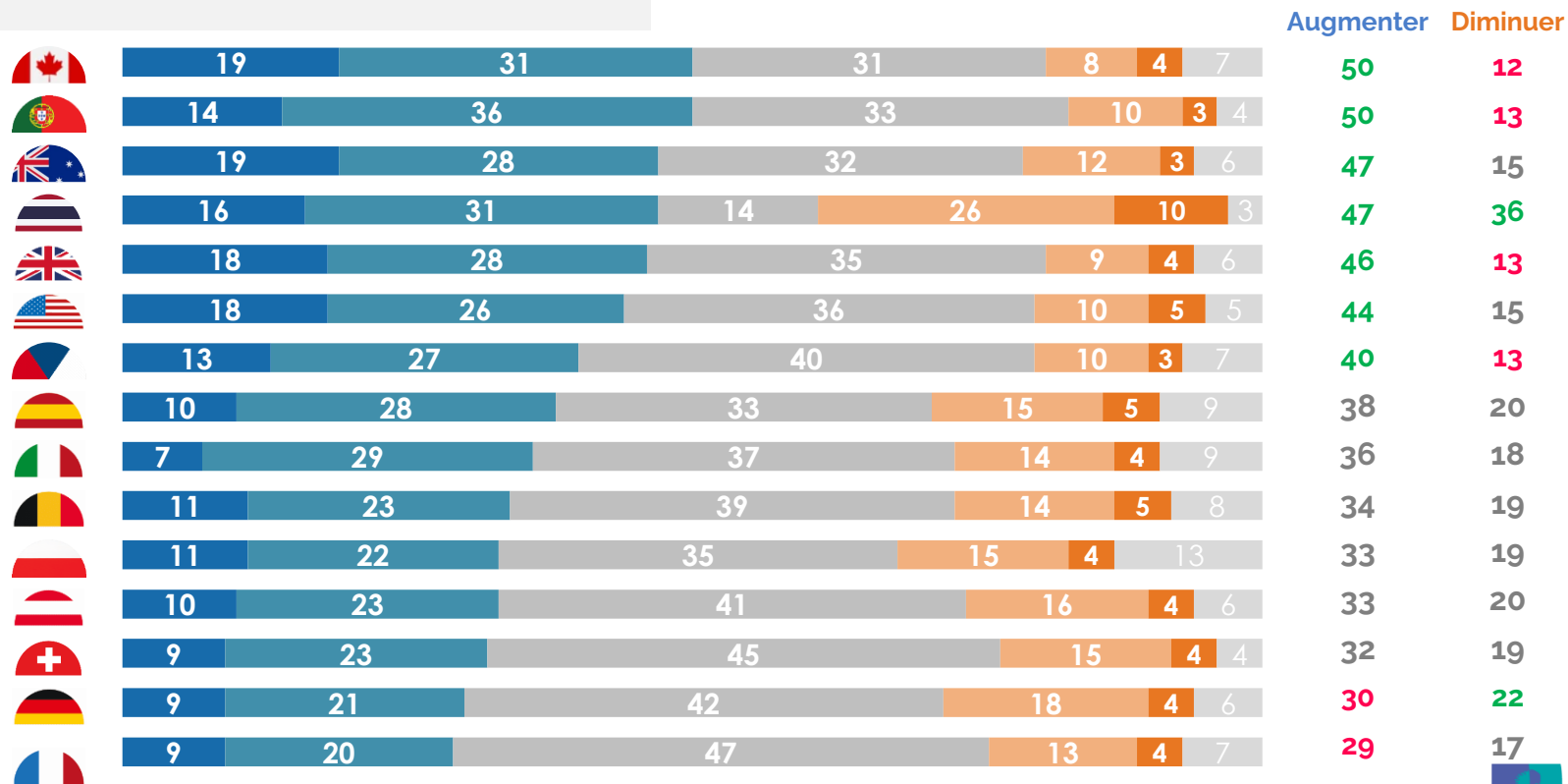
ÉVOLUTION DE LA DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN (semaines en moyenne)



LES VACANCIERS DU CANADA ET DU PORTUGAL SONT LES PLUS SUSCEPTIBLES D'AUGMENTER LA DURÉE DE LEURS VACANCES D'ÉTÉ CETTE ANNÉE

ÉVOLUTION DE LA DURÉE DES VACANCES D'ÉTÉ

%



An illustration of a woman with long black hair, wearing a yellow sun hat and a red bikini, sitting on a wooden swing. The swing is suspended by two ropes from a large green monstera leaf. The background is a tropical scene with a pink sky, a white sun, a blue sailboat on a teal sea, and a sandy beach with waves. Various tropical leaves are scattered throughout the scene.

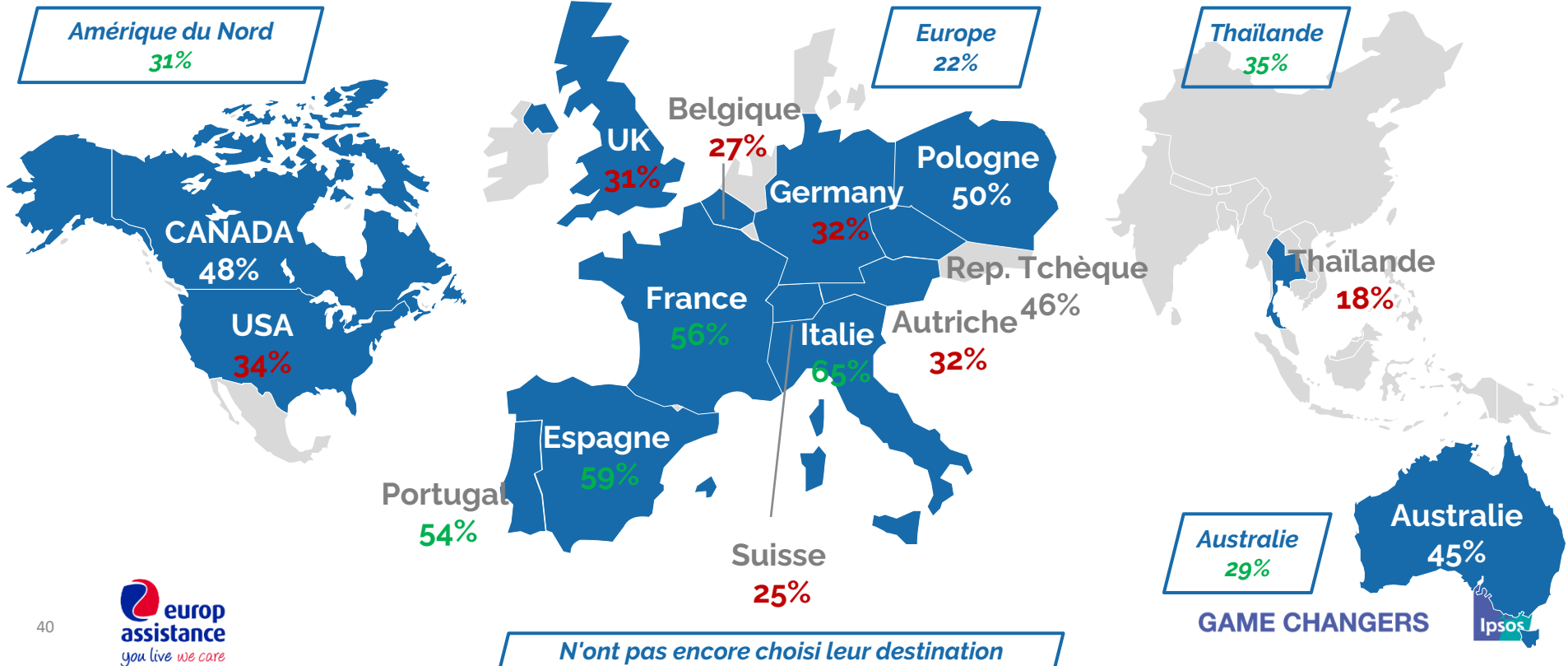
3.

DESTINATIONS FAVORITES

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

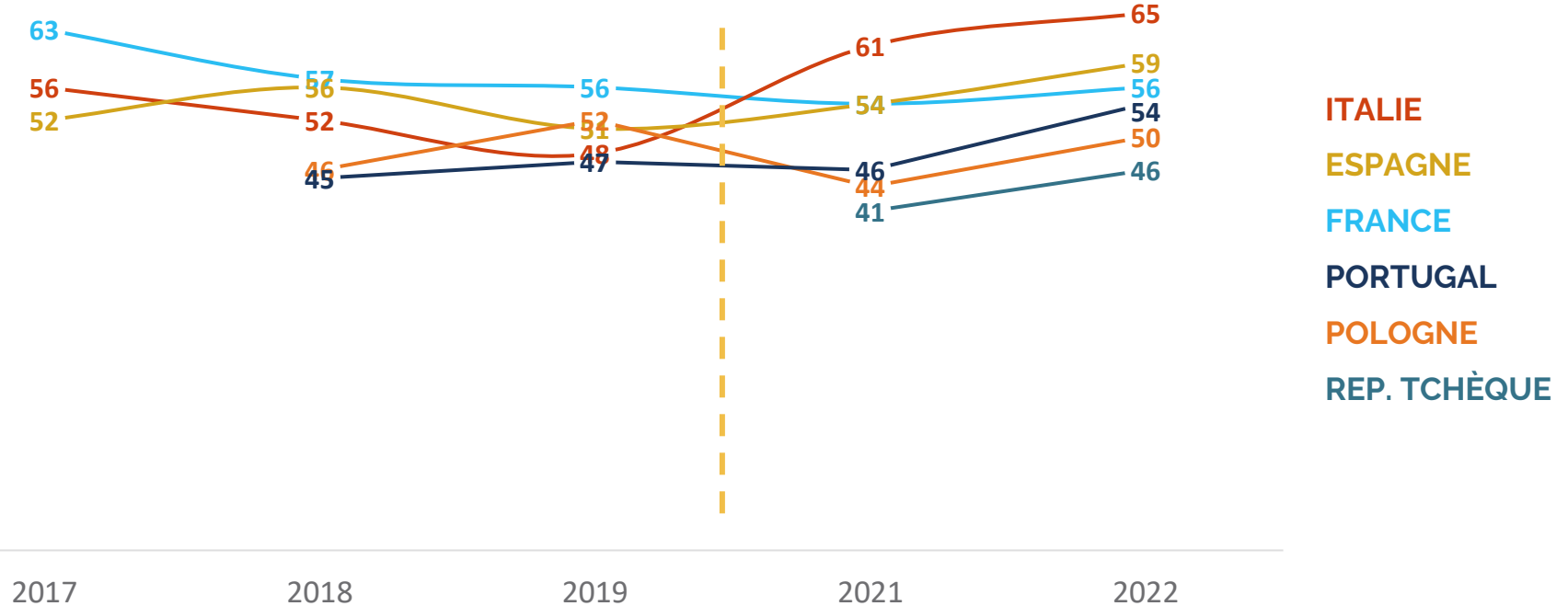
LES VACANCIERS ITALIENS, ESPAGNOLS ET FRANÇAIS RESTENT POUR LA PLUPART DANS LEUR PAYS PENDANT L'ÉTÉ

PROJETS DE VACANCES DANS SON PROPRE PAYS POUR CET ÉTÉ



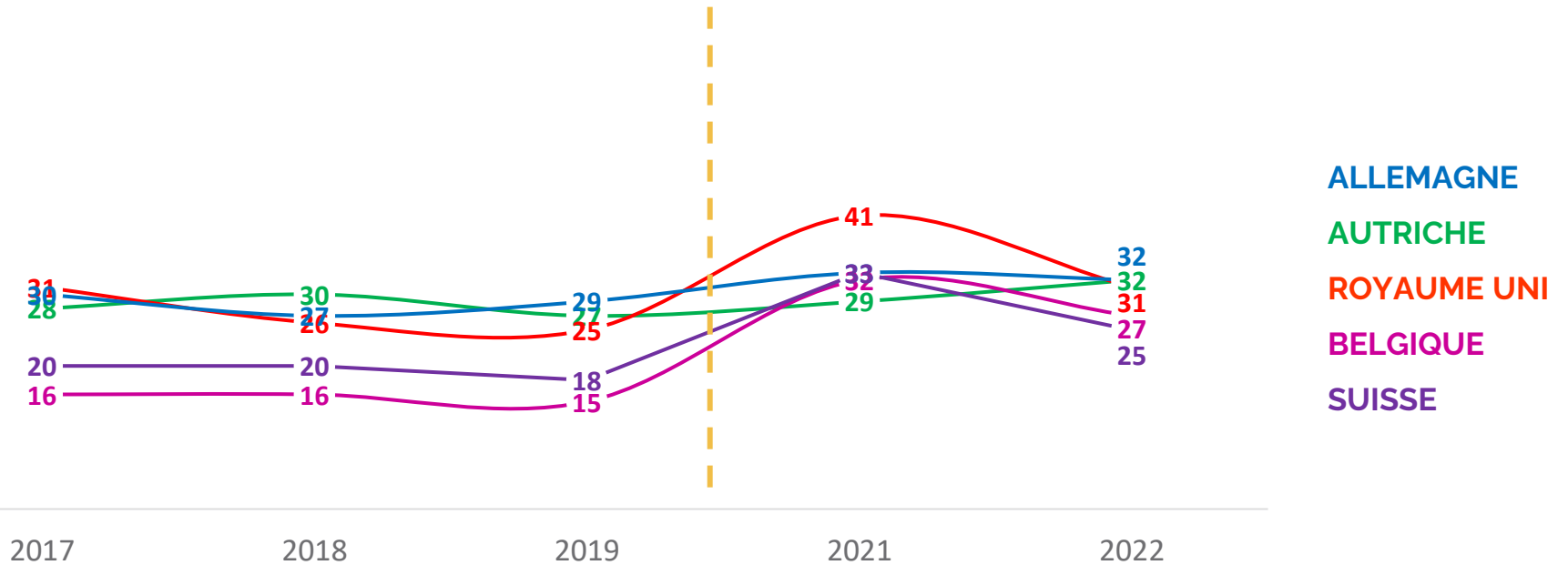
LES VACANCIERS EUROPÉENS SONT ENCORE PLUS SUSCEPTIBLES DE RESTER DANS LEUR PROPRE PAYS QU'EN 2019.

PROJETS DE VACANCES DANS SON PROPRE PAYS POUR CET ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN %



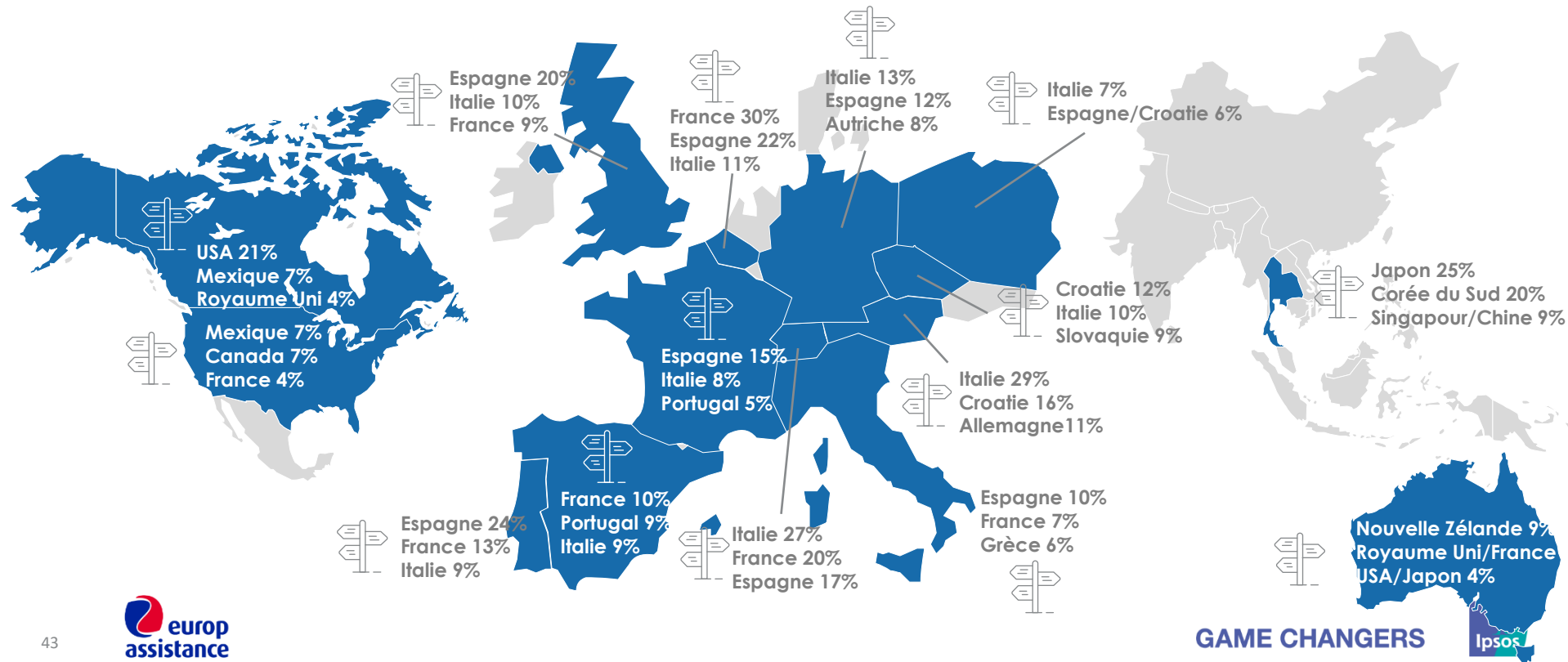
LES VACANCIERS EUROPÉENS SONT ENCORE PLUS SUSCEPTIBLES DE RESTER DANS LEUR PROPRE PAYS QU'EN 2019.

PROJETS DE VACANCES DANS SON PROPRE PAYS POUR CET ÉTÉ PAR PAYS EUROPÉEN %












LORSQU'ILS CHOISISSENT DE VOYAGER À L'ÉTRANGER, LES VACANCIERS OPTENT LE PLUS SOUVENT POUR DES PAYS VOISINS.

DESTINATIONS ÉTRANGÈRES PRÉVUES POUR CET ÉTÉ



LE BORD DE MER RESTE LA DESTINATION LA PLUS ATTRAYANTE POUR LES VACANCES D'ÉTÉ, SAUF AU CANADA OÙ L'ON PRÉFÈRE LES DESTINATIONS URBAINES ET RURALES

















PRÉFÉRENCES POUR LES VACANCES D'ÉTÉ %

	EUROPE				
	60 +2	42	35	42	58
	26 +5	44 +9	38	40	37 +8
	23 -3	28	37	33	38
	21 -3	26	26	19	44
	20 +2	19	22	29	24



CETTE ANNÉE, LES EUROPÉENS SONT ENCORE PLUS ATTIRÉS PAR LE BORD DE MER MAIS AUSSI PAR LES DESTINATIONS URBAINES

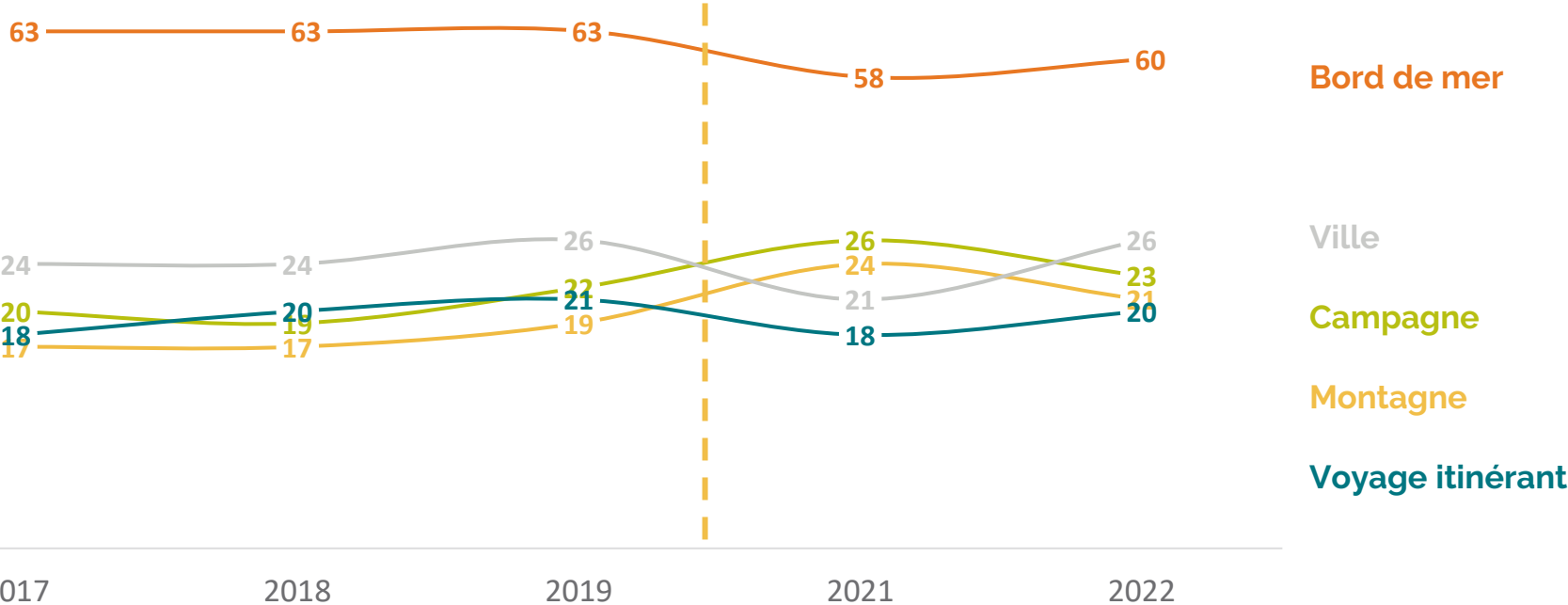
PRÉFÉRENCES POUR LES VACANCES D'ÉTÉ %

											
	59 +8	55	43 +6	65	57	66	57	58	64	60 +11	54 +6
	26	26 +6	29	18 +5	23	21 +7	21	31 +8	39 +6	28	32 +8
	25 -7	22 -9	36	26 -6	25	10	19	24 -8	24	24 -6	33 -7
	22 -5	20	28	20	18	20	35	17	25	20 -5	14
	22	19	25	16	20	22	28	10	16	21	20

AU FIL DES ANNÉES, LE BORD DE MER EST RESTÉ LE LIEU DE VACANCES PRÉFÉRÉ DES EUROPÉENS, MAIS L'INTÉRÊT POUR LES DESTINATIONS URBAINES AUGMENTE EN EFFET CETTE ANNÉE

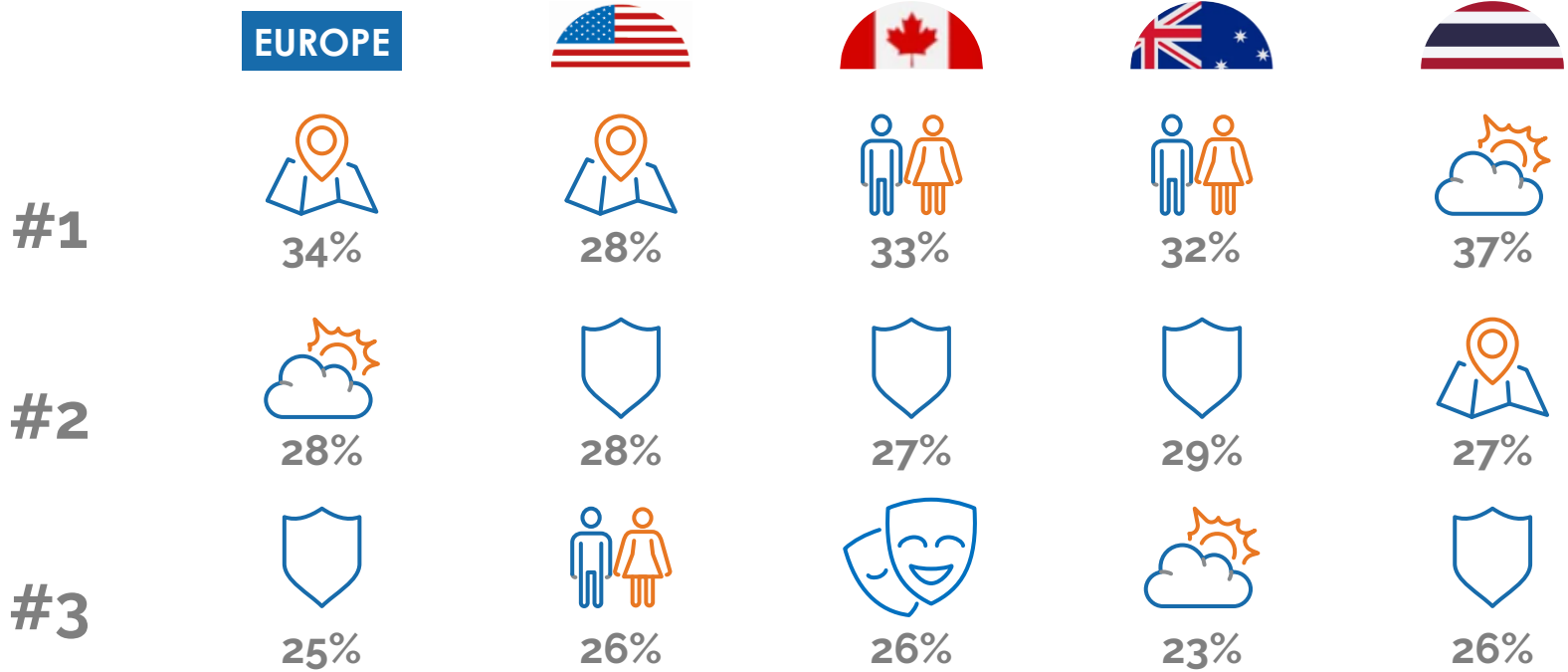
PRÉFÉRENCES POUR LES VACANCES D'ÉTÉ %

EUROPE



LA SÉCURITÉ ET LE FAIT DE CONNAÎTRE DÉJÀ SA DESTINATION SONT LES CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS DANS LE CHOIX DE LA DESTINATION DE VACANCES





RAISONS AYANT MOTIVÉ LE CHOIX DE LA DESTINATION



LA PLUPART DES VACANCIERS CHOISISSENT LEUR DESTINATION EN FONCTION DE LEUR BUDGET, DU CLIMAT ET DES ACTIVITÉS SUR PLACE, À L'EXCEPTION DES THAÏLANDAIS QUI ACCORDENT UNE PLUS GRANDE IMPORTANCE AUX RISQUES

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





CLASSEMENT 2022

	EUROPE				
Budget que vous comptiez allouer	50	#2	#1	#1	#3
Le climat	47	#3	#3	#3	#6
Possibilités d'activités culturelles ou de loisirs	42	#1	#2	#2	#14
La qualité des infrastructures touristiques sur place	38	#4	#6	#6	#7
Le temps de trajet vers votre lieu de vacances	33	#5	#5	#3	#11
Les risques d'attentats	32	#11	#9	#9	#7
Le risque d'attaque personnelle	31	#6	#8	#6	#4
Les risques sanitaires (autres que la COVID)	30	#8	#6	#6	#2
Le risque d'une infection par le coronavirus	28	#9	#4	#3	#1
La situation politique dans le pays de destination	27	#14	#10	#11	#12

LA PLUPART DES VACANCIERS CHOISISSENT LEUR DESTINATION EN FONCTION DE LEUR BUDGET, DU CLIMAT ET DES ACTIVITÉS SUR PLACE, À L'EXCEPTION DES THAÏLANDAIS QUI ACCORDENT UNE PLUS GRANDE IMPORTANCE AUX RISQUES

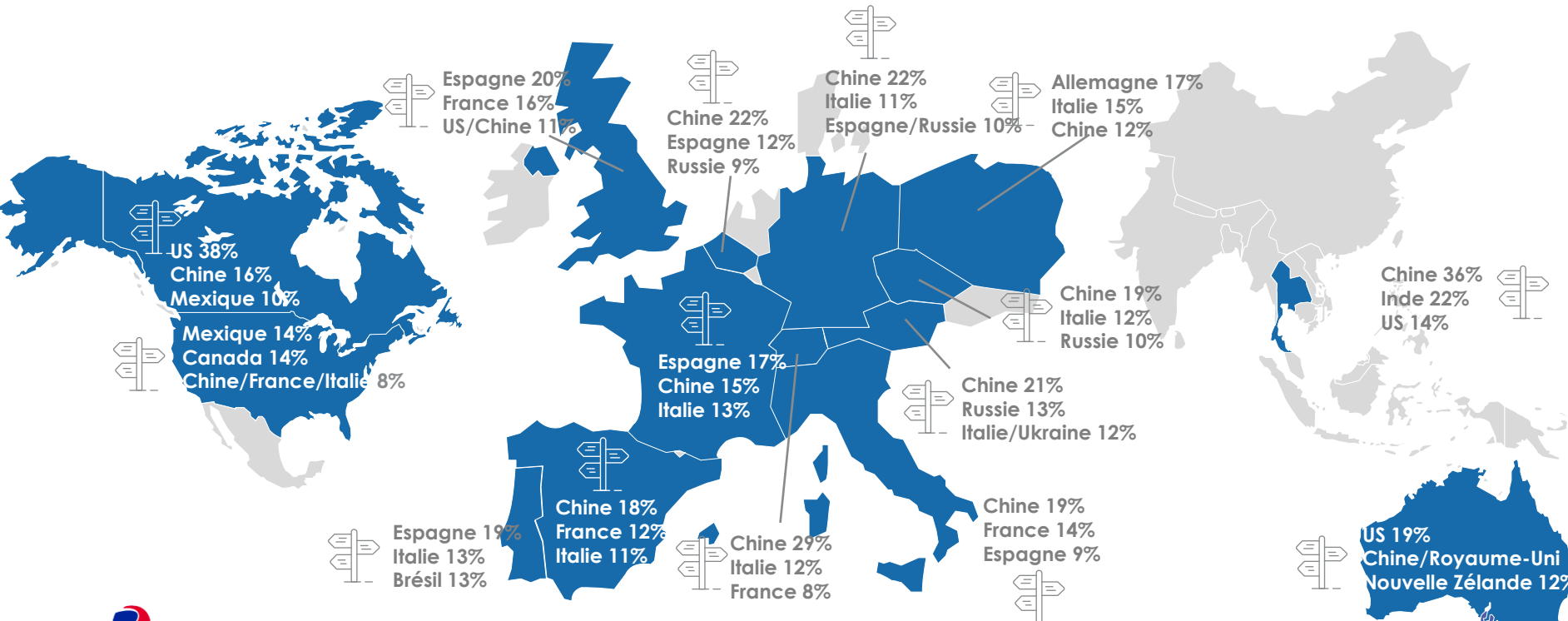
FACTEURS JOUANT UN RÔLE « ESSENTIEL » DANS LE CHOIX DE LA DESTINATION 2/2

CLASSEMENT 2022

	EUROPE				
Les risques de catastrophe naturelle	25	#11	#13	#10	#4
Les risques de troubles sociaux	25	#11	#14	#11	#12
Votre capacité à parler la langue du pays de destination	23	#7	#11	#11	#15
La guerre en Ukraine	23	#17	#17	#15	#18
La qualité de l'accès à Internet	22	#9	#11	#11	#9
La situation économique dans le pays de destination	20	#15	#16	#16	#17
Le taux de change de la monnaie du pays de destination	17	#15	#15	#17	#15
L'empreinte écologique du voyage	17	#17	#18	#18	#9

EN RAISON DE LA COVID-19, LES VACANCIERS ÉVITERONT PRINCIPALEMENT DE SE RENDRE EN CHINE CET ÉTÉ

DESTINATIONS ÉTRANGÈRES ÉVITÉES CET ÉTÉ



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



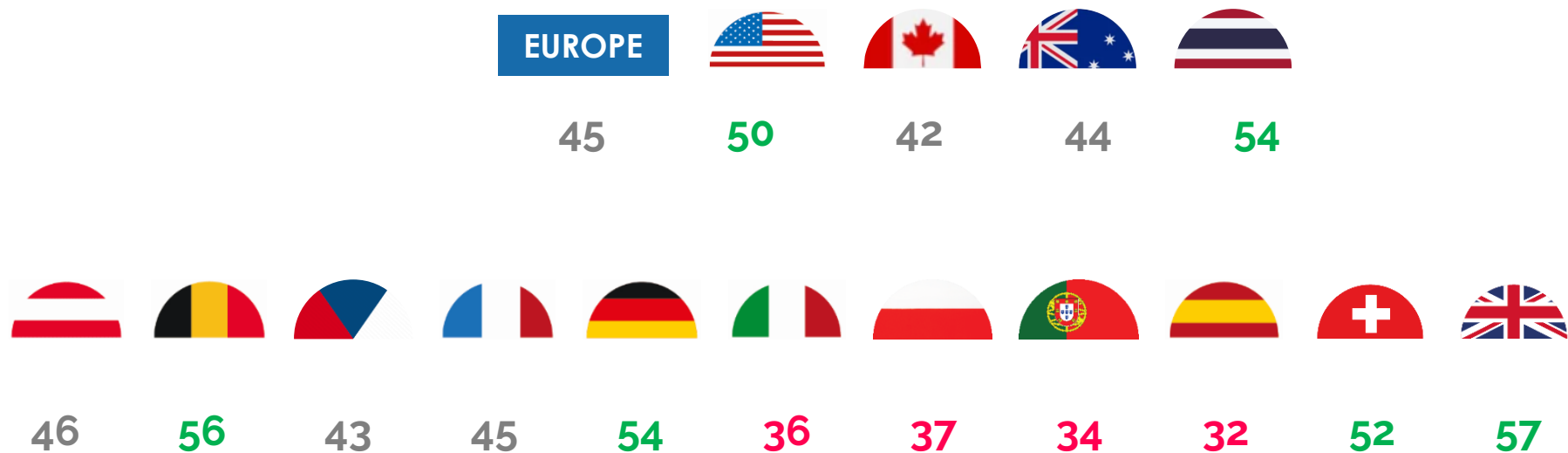
4.

ORGANISATION DES VACANCES D'ÉTÉ 2022

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

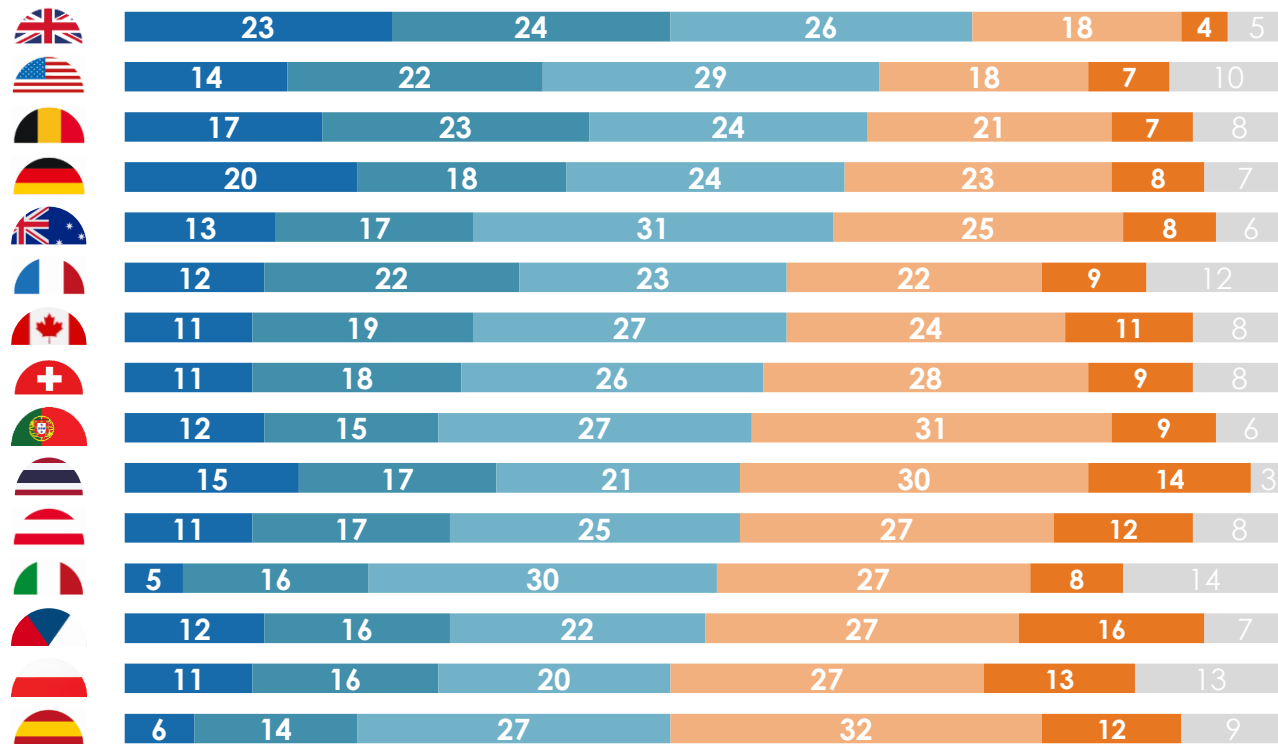
LES VACANCIERS DU ROYAUME-UNI, DE BELGIQUE, DE THAÏLANDE, D'ALLEMAGNE, DE SUISSE ET DES USA SONT LES PLUS ORGANISÉS, PUISQUE PLUS DE LA MOITIÉ D'ENTRE EUX A DÉJÀ RÉSERVÉ AU MOINS UNE PARTIE DE LEUR VOYAGE

RÉSERVATION DES VACANCES D'ÉTÉ (%)



LES VACANCIERS DU ROYAUME-UNI, DES ÉTATS-UNIS, DE BELGIQUE ET D'ALLEMAGNE SONT LES PLUS PRÉVOYANTS.

PLANIFICATION DES VACANCES D'ÉTÉ (%)



Combien de temps à l'avance avez-vous planifié ou envisagez-vous de réserver vos vacances d'été ?

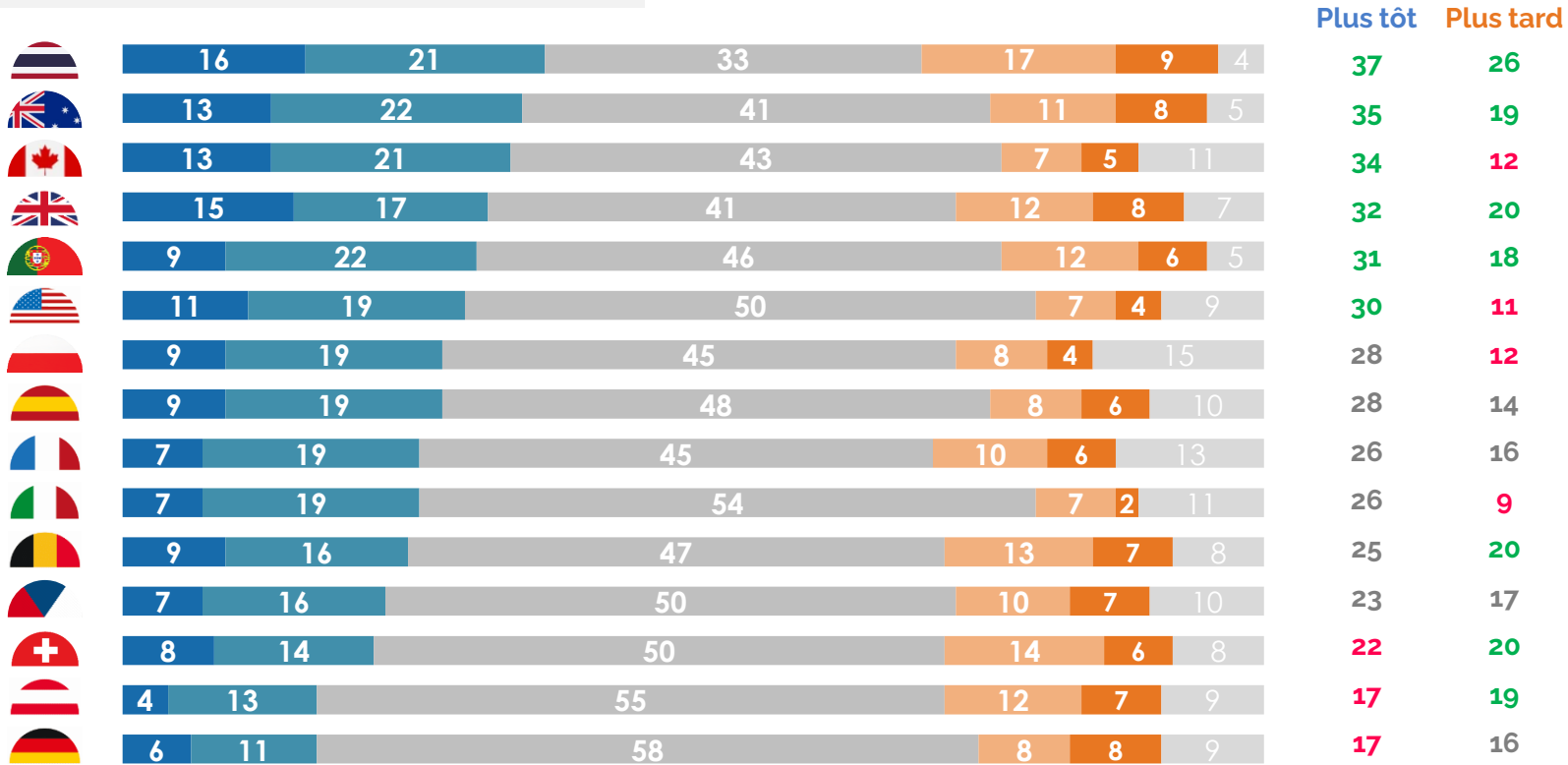
> 6 mois 4-6 mois 2-4 mois 2 mois – 15 jours < 15 jours NSP

GAME CHANGERS



DANS LA PLUPART DES PAYS, LES VACANCIERS RÉSERVERONT LEUR VOYAGE PLUS OU MOINS AU MÊME MOMENT QUE L'ANNÉE DERNIÈRE

PLANIFICATION DES VACANCES D'ÉTÉ (%)







Par rapport à l'année dernière, diriez-vous que vous avez réservé ou que vous avez l'intention de réserver vos vacances d'été :

Baucoup plus tôt **Un peu plus tôt** **Plus ou moins au même moment** **Un peu plus tard** **Baucoup plus tard** NSP

GAME CHANGERS














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

COMPAGNONS DE VOYAGE %	EUROPE				
Conjoint(e)	65	55	57	58	28
Enfants	33	34	26	26	52
Amis	18	21	19	16	21
Seul(e)	11	17	16	17	12
Parents	9	12	10	8	20
Famille élargie	8	11	6	8	22
Frère(s) et sœur(s)	7	13	10	6	19





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

COMPAGNONS DE VOYAGE %

											
Conjoint(e)	65	60	68	64	66	67	64	66	69	61	62
Enfants	29	31	41	37	25	33	38	37	34	31	33
Amis	19	16	24	15	16	24	21	15	17	20	19
Seul(e)	11	10	12	12	15	8	9	10	10	14	11
Parents	8	11	9	9	8	7	9	11	11	10	12
Famille élargie	6	10	5	9	6	5	9	8	7	6	10
Frère(s) et sœur(s)	5	8	7	7	7	6	8	7	7	7	8












LES ENFANTS VOYAGENT LE PLUS SOUVENT AVEC LEURS PARENTS PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ. RESTER À LA MAISON ET ALLER EN COLONIE DE VACANCES SONT PLUS RÉPANDUS AUX ÉTATS-UNIS ET AU CANADA

ACTIVITÉS DES ENFANTS PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ (%)

	EUROPE				
Ils partent en voyage avec vous	62	58	53	46	43
Restent à la maison	28	38	42	39	28
Séjournent chez les grands-parents	18	19	16	18	19
Partent en colonie de vacances	13	22	21	6	7
Partent en vacances avec leurs amis	10	17	7	9	10





LE SÉJOUR CHEZ LES GRANDS-PARENTS EST PARTICULIÈREMENT COURANT EN FRANCE

ACTIVITÉS DES ENFANTS PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ (%)

											
Ils partent en voyage avec vous	62	58	73	60	60	62	67	57	60	66	62
Restent à la maison	34	30	20	33	27	21	16	26	28	27	40
Séjourment chez les grands-parents	20	20	17	26	14	13	10	19	20	18	20
Partent en colonie de vacances	7	20	20	9	12	19	14	6	19	10	8
Partent en vacances avec leurs amis	9	12	6	11	9	17	11	7	6	9	9












LES EUROPÉENS PRÉFÈRENT UTILISER LA VOITURE POUR SE RENDRE SUR LEUR LIEU DE VACANCES, TANDIS QUE LES AUSTRALIENS ET LES THAÏLANDAIS PRÉFÈRENT PRENDRE L'AVION. LES EUROPÉENS PRENDRONT TOUTEFOIS DAVANTAGE L'AVION CETTE ANNÉE VS 2021

MOYENS DE TRANSPORT %

	EUROPE				
Voiture personnelle	55 -9	48 -7	49	39	45
Avion	33 +11	43 +5	40	48	46
Train	15	7	8	10	9
Bus	7	6	4	8	8
Voiture de location par le biais d'une agence	4	11	12	12	7
Bateau	4	5	3	4	5
Voiture de location entre particuliers	3	7	4	6	6
Covoiturage	3	8	4	3	7
Vélo	3	4	3	4	4
Camping-car	3	5	5	5	6
Moto	2	4	2	3	7





LA VOITURE PERSONNELLE EST LE MODE DE TRANSPORT PRÉFÉRÉ DANS TOUTE L'EUROPE, MAIS L'AVION EST DE PLUS EN PLUS APPRÉCIÉ CETTE ANNÉE DANS LES PAYS EUROPÉENS

MOYENS DE TRANSPORT %

											
Voiture personnelle	60	48 -14	60	68	54	58 -12	57 -8	51 -7	59 -11	43 -8	38 -19
Avion	32 +7	37 +7	27 +6	22 +6	33 +7	30 +12	27 +8	41 +7	34 +14	43 +9	51 +23
Train	16	11	17	15	14	16	18	8	15	17	14
Bus	5	5	17	4	5	5	11	6	9	7	7
Voiture location - agence	1	3	1	3	2	4	2	5	5	5	6
Bateau	2	4	2	3	5	6	1	3	3	5	6
Voiture location - particuliers	2	3	2	3	3	2	1	3	2	4	3
Covoiturage	2	3	3	3	3	2	1	3	4	2	2
Vélo	2	3	4	2	4	3	2	1	2	3	3
Camping-car	4	2	1	2	5	3	3	3	1	3	4
Moto	2	1	2	1	2	4	2	1	1	2	2





LES VACANCIERS CHOISISSENT LEUR MODE DE TRANSPORT AVANT TOUT PAR COMMODITÉ OU PAR HABITUDE

CRITÈRES POUR LE CHOIX DU MODE DE TRANSPORT %

	EUROPE				
C'est le moyen le plus pratique pour atteindre la destination	62	57	64	68	66
Vous avez l'habitude de prendre ce mode de transport	38	40	37	31	40
Le coût est plus abordable pour votre budget	25	39	35	26	35
Le risque d'infection est moindre	11	12	16	15	31
Le risque d'infecter les autres est moindre	7	10	9	12	22

L'HÔTEL RESTE L'HÉBERGEMENT LE PLUS POPULAIRE AUPRÈS DES VACANCIERS. SON ATTRAIT AUGMENTE EN EUROPE PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE

TYPE D'HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ %

	EUROPE				
Hôtel	46 +9	52	46	51	48
Location de maison/appartement	30 -2	20	16	22	16
Gratuitement chez des amis/famille	21 -6	27 -6	29	25	27
Bed & Breakfast	14	12	14	17	45
Camping	10	14	20	10	15
Bateau	5	10	5	8	9
Camping-car/caravane	4	10	8	9	10












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

GAME CHANGERS







L'HÔTEL EST DE PLUS EN PLUS APPRÉCIÉ CHEZ LES EUROPÉENS, TANDIS QUE LE SÉJOUR DANS UNE MAISON DE FAMILLE OU CHEZ DES AMIS EST MOINS POPULAIRE.

TYPE D'HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ %





											
Hôtel	57	47 +12	48 +9	29	50 +9	44 +6	50 +7	41 +6	55 +10	46	48 +17
Location de maison/appartement	23	29 -10	15	39	33	29	23	30	30	26	28
Gratuitement chez des amis/famille	17	18 -7	21 -8	29 -8	14 -7	21 -5	22	25	24 -5	28	17 -6
Bed & Breakfast	12	9	33	5	12	23	17 +6	21	12	11	14
Camping	8	7	15	19	8 -5	6	6 -3	7	6	10	10
Bateau	4	4	3	3	6	5	3	2	4	5	7
Camping-car/caravane	3	5	3	5	5	3	3	3	4	4	5

LES VACANCIERS CHOISSENT LEUR MODE D'HÉBERGEMENT AVANT TOUT PAR HABITUDE OU POUR DES RAISONS FINANCIÈRES

CRITÈRES POUR LE CHOIX DU TYPE D'HÉBERGEMENT %








	EUROPE				
Vous avez l'habitude de choisir ce mode d'hébergement	47	44	42	45	34
Le coût est plus abordable pour votre budget	38	40	46	40	47
L'ensemble des services et activités proposés vous plaît	25	28	24	26	30
C'est un hébergement sûr/bien protégé	23	30	31	30	51
Le risque d'infection est moindre	11	13	16	15	30
Le risque d'infecter les autres est moindre	8	11	11	11	25

LES VACANCIERS RÊVENT SURTOUT DE PROFITER DE VACANCES D'ÉTÉ RELAXANTES, ENTOURÉS DES MEMBRES DE LEUR FAMILLE





ACTIVITÉS IDÉALES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ %	EUROPE				
Se reposer, avoir l'esprit tranquille	56	45	47	46	40
Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	45	44	47	43	49
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	41	37	36	41	44
Profiter de votre chez-soi	12	15	16	14	37
Prendre le temps de lire, se cultiver	11	17	12	12	8
Faire de nouvelles rencontres	11	11	12	13	7
Faire du sport	10	11	11	8	7

LA PLUPART DES VACANCIERS EUROPÉENS RÊVENT DE PASSER DU TEMPS EN FAMILLE. LES VACANCIERS ESPAGNOLS, PORTUGAIS ET BRITANNIQUES APPRÉCIENT PLUS QUE LES AUTRES DE DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CULTURES

ACTIVITÉS IDÉALES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ %

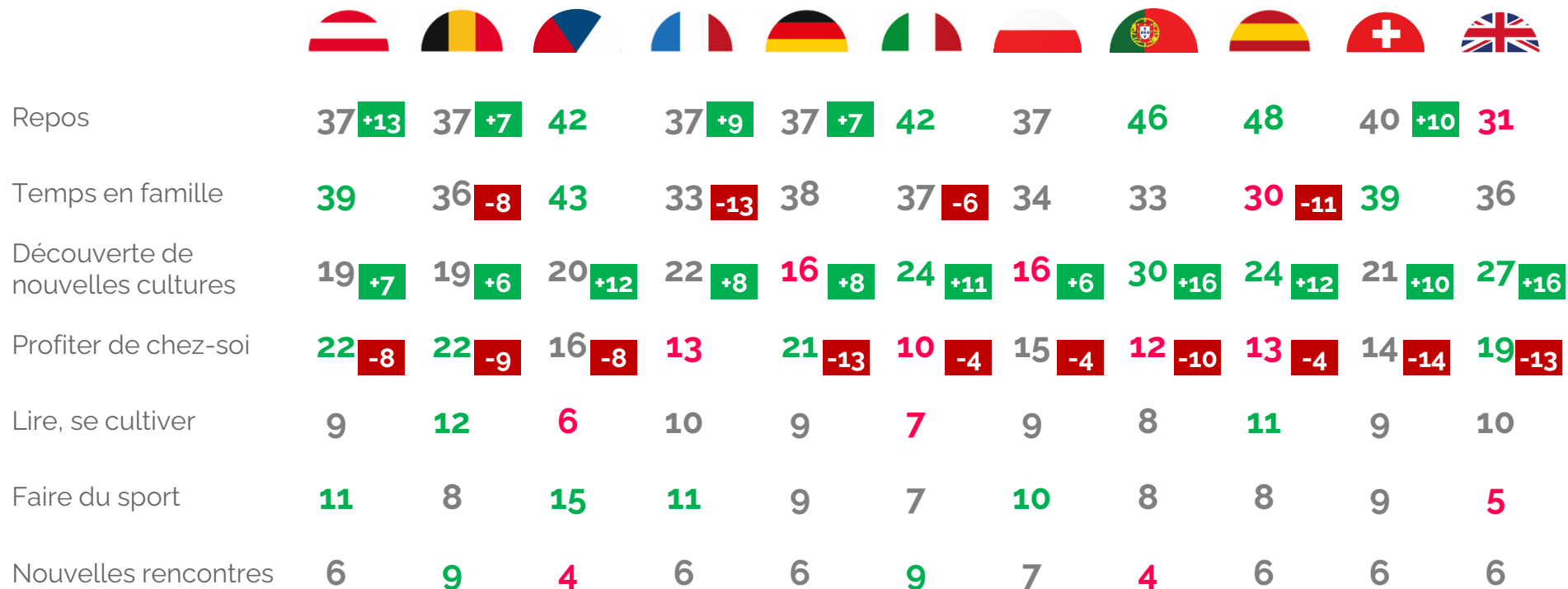
											
Repos	52	55	60	56	56	58	55	65	63	56	50
Temps en famille	51	48	54	45	46	49	52	37	33	48	44
Découverte de nouvelles cultures	34	34	33	42	31	40	38	59	50	36	53
Profiter de chez-soi	19	15	10	13	17	11	11	6	9	14	11
Lire, se cultiver	8	14	7	13	10	8	11	10	12	11	12
Nouvelles rencontres	12	10	8	10	11	17	14	6	10	10	9
Faire du sport	13	9	17	12	10	7	13	11	10	11	7

LES VACANCIERS VONT EN EFFET PRENDRE LE TEMPS DE SE DÉTENDRE ET DE PASSER DU TEMPS AVEC LEUR FAMILLE. ILS SONT DE PLUS EN PLUS DISPOSÉS À DÉCOUVRIR DE NOUVELLES CULTURES, APRÈS 2 ANS DE CONFINEMENTS SUCCESSIFS

ACTIVITÉS RÉELLES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ %	EUROPE				
Se reposer, avoir l'esprit tranquille	38 +4	32	33	30	28
Se retrouver tous ensemble, en famille ou entre amis	35 -5	34	40	29	36
Découvrir de nouvelles cultures, dépaysement	21 +10	20	16	21	33
Profiter de votre chez-soi	16 -8	20	24	20	33
Prendre le temps de lire, se cultiver	9	13	10	10	11
Faire du sport	8	9	9	7	7
Faire de nouvelles rencontres	6	7	6	8	4

LES PORTUGAIS, LES ESPAGNOLS, LES ITALIENS ET LES TCHÈQUES VONT SURTOUT SE DÉTENDRE, TANDIS QUE LES AUTRICHIENS ET LES BRITANNIQUES VONT PRIVILÉGIER LES MOMENTS PASSÉS EN FAMILLE

ACTIVITÉS RÉELLES PENDANT LES VACANCES D'ÉTÉ %



5.

RETOUR SUR LES VACANCES D'ÉTÉ 2021

> Voyages réalisés

> Destinations



L'ÉTÉ DERNIER, 3 EUROPÉENS SUR 5 ONT FAIT UN VOYAGE PENDANT L'ÉTÉ. C'ÉTAIT LE CAS D'ENVIRON LA MOITIÉ DES AMÉRICAINS ET DES THAÏLANDAIS, MAIS SEULEMENT DE 3 AUSTRALIENS SUR 10.

VACANCES D'ÉTÉ EN 2021

EUROPE

61%

USA

54%

CANADA

47%

THAÏLANDE

58%

AUSTRALIE

36%

PARMI LES EUROPÉENS, LES SITUATIONS SONT TRÈS DIVERSES : LES ALLEMANDS, LES BRITANNIQUES ET LES TCHÈQUES SONT CEUX QUI PARTENT LE MOINS EN VACANCES

VACANCES D'ÉTÉ EN 2021

AUTRICHE

64%

BELGIQUE

60%

REP. TCHÈQUE

58%

FRANCE

68%

ALLEMAGNE

52%

ITALIE

69%

POLOGNE

62%

PORTUGAL

65%

ESPAGNE

67%

SUISSE





68%

ROYAUME UNI

52%

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

DESTINATIONS ESTIVALES EN 2021
(%)

	EUROPE				
...dans leur PROPRE PAYS/ÉTAT	77%	56%	84%	90%	95%
...à l'étranger, DANS LES PAYS / ÉTATS FRONTALIERS	33%	55%	18%	14%	23%
...à l'étranger, PARTOUT AILLEURS DANS LE MONDE	7%	11%	10%	6%	7%

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

DESTINATIONS ESTIVALES EN 2021

(%)



	AUT	BEL	CZE	FRA	DEU	GRC	HUN	PRT	ESP	SWE	GBR
...dans leur PROPRE PAYS/ÉTAT	51	40	70	86	60	88	85	78	90	38	79
...à l'étranger, DANS LES PAYS / ÉTATS FRONTALIERS	62	67	40	24	50	24	25	36	19	69	30
...à l'étranger, PARTOUT AILLEURS DANS LE MONDE	7	11	6	8	9	4	6	6	4	10	7

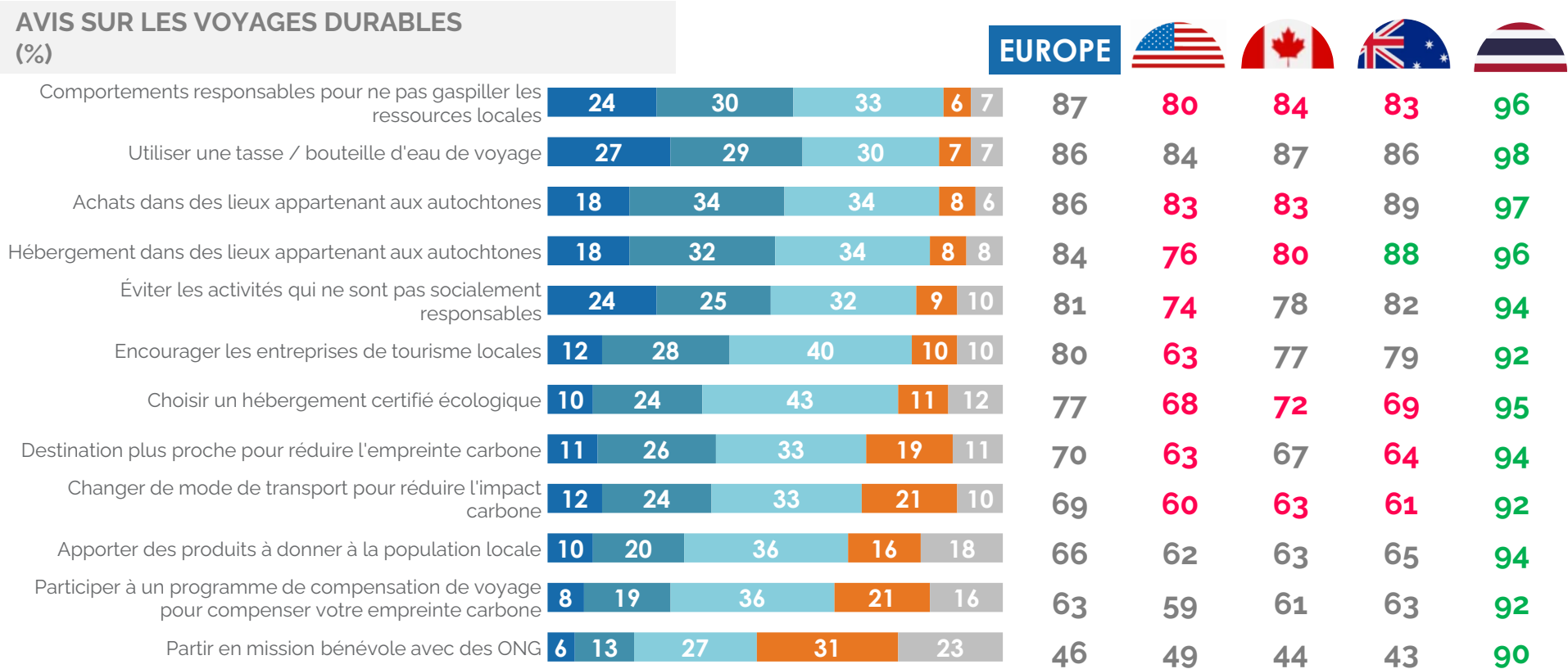
6.

NOUVELLES PRATIQUES DE VOYAGE

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



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














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

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

LES ITALIENS, LES ESPAGNOLS ET LES PORTUGAIS SONT LES PLUS DISPOSÉS À ORGANISER LEURS VOYAGES DE MANIÈRE PLUS DURABLE ET PLUS RESPECTUEUSE

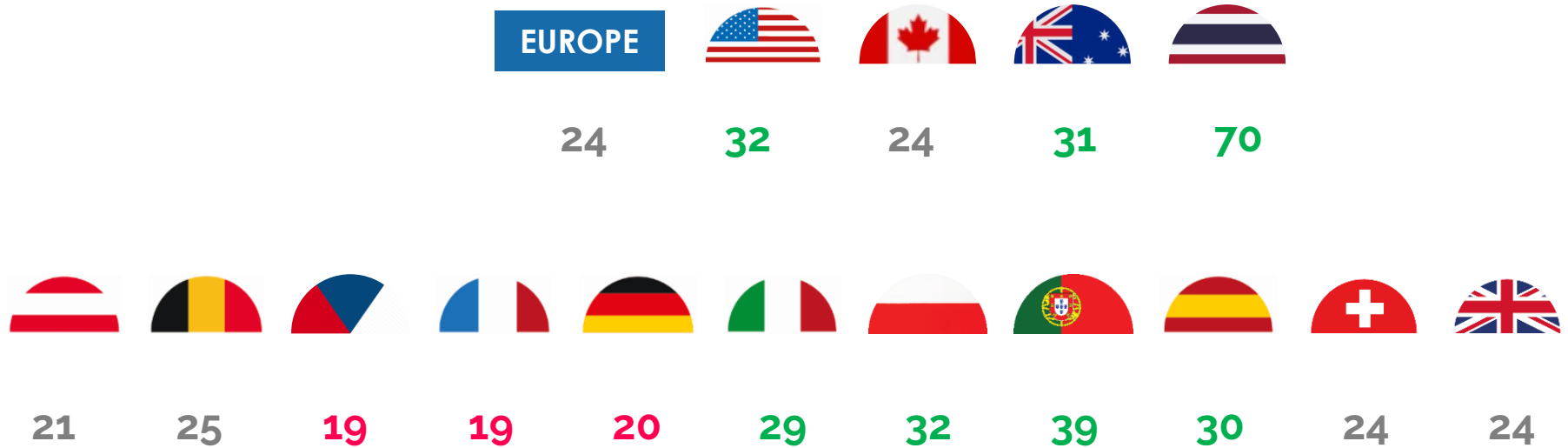
AVIS SUR LES VOYAGES DURABLES

(%)

											
Comportements responsables pour ne pas gaspiller les ressources locales	84	81	62	90	84	93	87	96	92	84	82
Utiliser une tasse / bouteille d'eau de voyage	84	78	79	86	83	89	89	94	89	83	84
Achats dans des lieux appartenant aux locaux	90	83	87	80	84	91	85	90	89	86	87
Hébergement dans des lieux appartenant aux locaux	87	74	81	75	85	88	88	89	90	80	82
Éviter les activités qui ne sont pas socialement responsables	78	76	64	79	76	89	78	91	88	79	79
Encourager les entreprises de tourisme locales	79	67	57	83	78	82	80	89	90	78	73
Choisir un hébergement certifié écologique	70	69	63	75	70	86	78	90	87	70	71
Destination plus proche pour réduire l'empreinte carbone	59	64	56	69	63	81	71	83	78	62	65
Changer de mode de transport pour réduire l'impact carbone	60	61	57	64	61	80	68	78	80	60	67
Apporter des produits à donner à la population locale	56	60	56	67	54	76	69	81	75	62	60
Participer à un programme de compensation de voyage pour compenser votre empreinte carbone	49	49	41	55	51	76	72	79	74	54	61
Partir en mission bénévole avec des ONG	40	40	34	38	41	57	56	63	53	40	39












L'INTENTION DE TRAVAILLER DEPUIS UN LIEU DE VACANCES EST PARTICULIÈREMENT ÉLEVÉE CHEZ LES THAÏLANDAIS, LES AMÉRICAINS ET LES PORTUGAIS

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



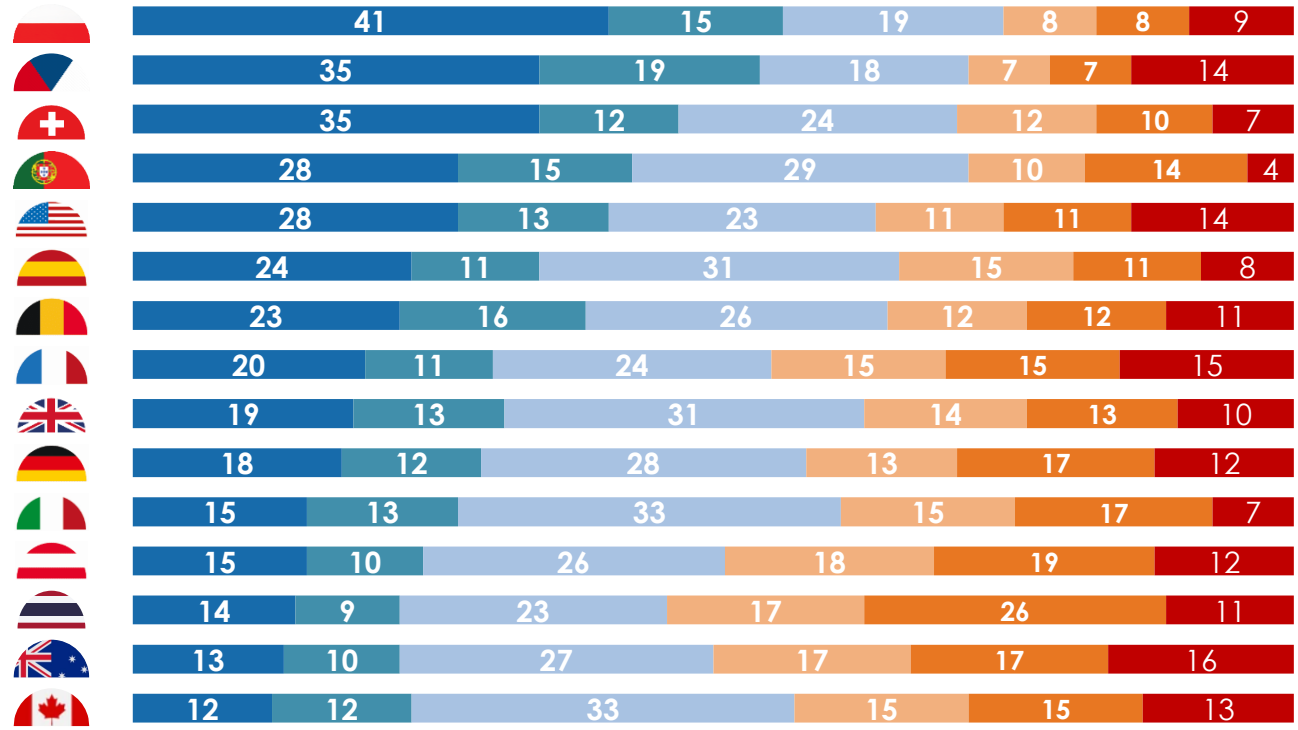
LES HABITUDES DE WORKATION SONT PLUTÔT HOMOGENES PARMIS LES EUROPEENS

HÉBERGEMENT PRÉFÉRÉ POUR LE WORKATION %

											
Réserver un hôtel	33	30	21	24	23	28	24	24	34	31	28
Louer un appartement/une maison	28	29	17	33	29	28	15	32	24	27	23
Séjourner chez un ami, un proche ou dans ma maison secondaire	19	27	35	24	26	18	37	27	26	27	27
Bed & Breakfast	16	14	17	15	19	25	19	14	14	14	20
Autre	4	0	10	4	3	1	5	3	2	1	2

LES POLONAIS, LES TCHÈQUES, LES SUISSES, LES PORTUGAIS ET LES AMÉRICAINS SONT LES PLUS OPTIMISTES QUANT AU RETOUR À DES CONDITIONS NORMALES DE VOYAGE. LES AUSTRALIENS ET LES FRANÇAIS SONT PLUS NOMBREUX À PENSER QUE NOUS NE POURRONS JAMAIS REVENIR À LA SITUATION D'AVANT-PANDEMIÉ

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



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

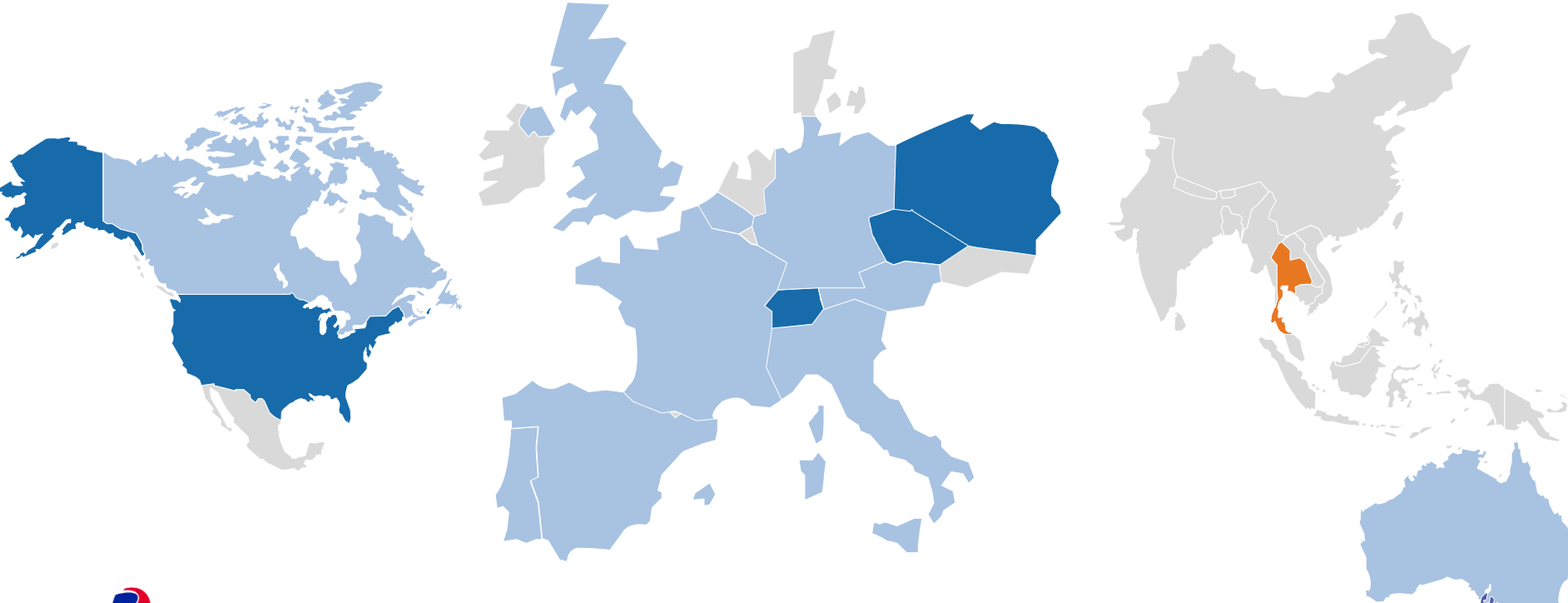
C'est déjà possible 2022 2023 2024 après 2024 Jamais

GAME CHANGERS



LES POLONAIS, LES TCHÈQUES, LES SUISSES ET LES AMÉRICAINS SONT LES PLUS OPTIMISTES QUANT AU RETOUR À DES CONDITIONS DE VOYAGE NORMALES

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



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

Modalité la plus sélectionnée: C'est déjà possible 2022 2023 2024 après 2024 Jamais

GAME CHANGERS



Fin du document

ANNEXES

CONTACTS

STEPHANIE STORNE

Cheffe de groupe

stephanie.storne@ipsos.com

01 41 98 93 48



MARGAUX SCHMITT

Chargée d'études sénior

margaux.schmitt@ipsos.com

01 41 98 93 09



ANTOINE LANOTTE

Chargé d'études

antoine.lanotte@ipsos.com

01 41 98 99 68



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

Il a été relu et validé par : *Guillaume Petit, Directeur du département Corporate Reputation*



NOS ENGAGEMENTS

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

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

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

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



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales



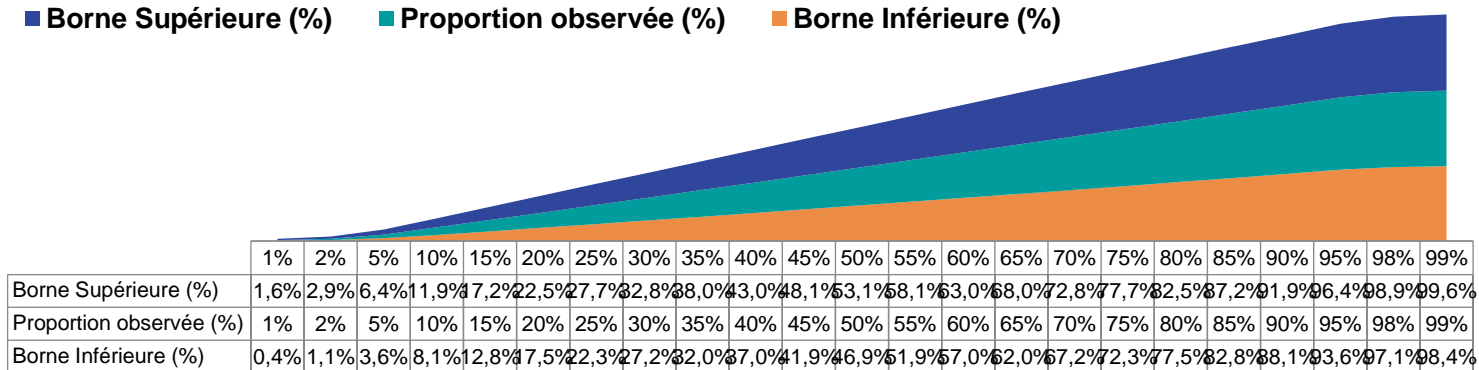
Fiabilité des résultats

Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

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

Les proportions observées sont comprises entre :



Étude CAWI sur panel IIS



ÉCHANTILLON

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



COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 26 avril au 15 mai 2022
- **Taille de l'échantillon final** : 15 000 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.



TRAITEMENTS DES DONNÉES

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

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

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

EN AMONT DU RECUEIL

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

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

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

FICHE TECHNIQUE

Organisation (Étude sur panel online)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

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



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

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

ABOUT IPSOS

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

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

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

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

GAME CHANGERS

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

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

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

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

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