

CARNET DE ROUTE

« des 18/25 ans en autonomie de séjours »

Présentation des résultats de la phase quantitative

TOP TOURISME – 29 Novembre 2007

DIJON

Corinne Lespinasse Taraba

Les jeunes touristes en France : une "niche" mais un réel marché

- Les jeunes représentent environ 5% du tourisme en France, avec :
 - ⇒ 92 millions de nuitées
 - ⇒ 9.2 millions de séjours
 - ⇒ et 5.6 milliards d'€ (hors dépenses de voyages)

Le marché touristique français

| | Marché des jeunes* | Consommation Touristique Totale** | Part du marché français réalisé par des jeunes* |
|--|--------------------|-----------------------------------|---|
| Nuitées (en millions) | 91,7 | 1495 | 6,1% |
| Nombre de séjours (en millions) | 9,2 | 233 | 4,0% |
| Dépenses (en Mds d'€, hors dépenses de voyage) | 5,6 | 101,3 | 5,5% |

Source : Le Tourisme des Jeunes, Analyse Stratégique du Marché, AFIT
- Direction du Tourisme

*Calibrage Aviso - **ONT 2002

- Leur durée moyenne de séjours est intéressante car plus longue que celle des autres touristes, en France (10 nuitées contre 6).

Les jeunes touristes en France : une "niche" mais un réel marché

- **Ce marché français du tourisme jeune est essentiellement européen :**

- ⇒ Les jeunes Européens représentent entre 86 et 92% du marché (selon que l'on retient la source nombre de séjours ou dépenses)
- ⇒ Les Français sont importants (41.5% des séjours et 27.8% des dépenses) mais leur poids est plus faible que celui des autres européens (50.5% des séjours et 58.5% des dépenses)
- ⇒ Les jeunes étrangers européens sont donc un potentiel particulièrement intéressant car important en volume et plus fortement générateur de ressources que les jeunes Français

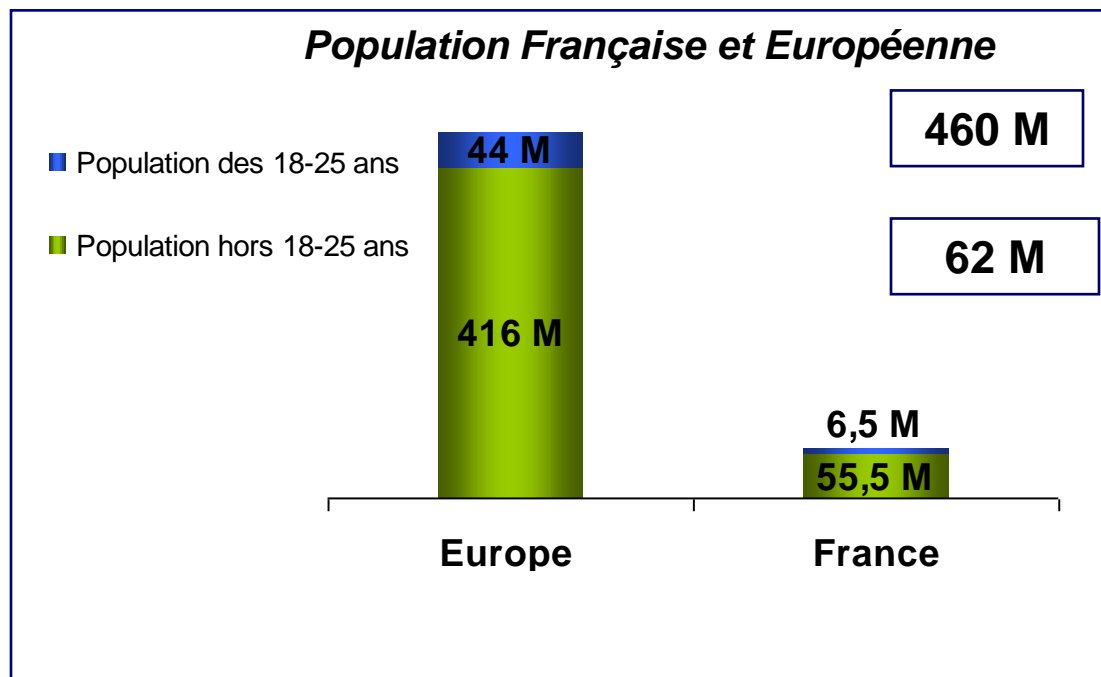
| La consommation des jeunes (Français et étrangers) en France Nombre de séjours (9,2 millions) | | |
|--|-----------------------|-------------|
| Marché domestique, les jeunes touristes Français en France | Européens hors France | Hors Europe |
| 41,5% | 50,5% | 8,0% |

| Marché en valeur (5,6 milliards d'€) (Hors dépense de voyage) | | |
|---|-----------------------|-------------|
| Marché domestique, les jeunes touristes Français en France | Européens hors France | Hors Europe |
| 27,8% | 58,5% | 13,7% |

Source : *Le Tourisme des Jeunes, Analyse Stratégique du Marché, AFIT*

Les 18-25 ans représentent environ 10% de la population française et européenne

- 6.5 millions de jeunes de 18 à 25 ans, en France, pour une population totale de 62 millions
- 44 millions de jeunes de 18 à 25 ans, en Europe, pour une population de 460 millions



Source :

France : RGP 2004

Europe : Eurostat
Etude AFIT

Cette part des jeunes dans la population totale est globalement en diminution, dans un contexte de vieillissement en Europe

■ Les 15-24 ans, qui représentaient 14 % de la population européenne en 1994, sont descendus à 12.7% en 2004 (Source Eurostat).

■ Les pays les plus jeunes et à la démographie la plus dynamique sont principalement les pays de l'Est ...

■ Les pays d'Europe de l'Ouest traditionnellement émetteurs pour le marché français (voir analyse ci-après) ne montrent pas de dynamisme démographique particulier et ne figurent pas parmi les plus jeunes

| | Poids des 15-24 ans dans la population totale | | |
|---------------------------|---|------|------------|
| | 1994 | 2004 | Différence |
| Pologne | 15,1 | 16,7 | 1,6 |
| Slovaquie | 16,4 | 16,5 | 0,1 |
| Irlande | 17,3 | 15,9 | -1,4 |
| Chypre | 14,3 | 15,7 | 1,4 |
| Lettonie | 13,5 | 15,4 | 1,9 |
| Lituanie | 14,6 | 15,3 | 0,7 |
| Estonie | 13,8 | 15,1 | 1,3 |
| Malte | NC | 14,7 | 0 |
| République tchèque | 16,2 | 13,8 | -2,4 |
| Slovénie | 14,6 | 13,8 | -0,8 |
| Hongrie | 15,5 | 13,4 | -2,1 |
| Grèce | 15,1 | 13,3 | -1,8 |
| France | 14,1 | 13 | -1,1 |
| Portugal | 16,2 | 13 | -3,2 |
| Royaume-Uni | 13,1 | 12,8 | -0,3 |
| Espagne | 16,7 | 12,7 | -4 |
| UE | 14 | 12,7 | -1,3 |
| Finlande | 12,4 | 12,5 | 0,1 |
| Autriche | 13,3 | 12,2 | -1,1 |
| Belgique | 13 | 12,1 | -0,9 |
| Suède | 12,6 | 12 | -0,6 |
| Pays-Bas | 14 | 11,9 | -2,1 |
| Allemagne | 11,8 | 11,7 | -0,1 |
| Luxembourg | 12,1 | 11,5 | -0,6 |
| Danemark | 13,7 | 11 | -2,7 |
| Italie | 14,7 | 10,6 | -4,1 |

1

Méthodologie

Contexte - Objectifs - Echantillon

1.2. Objectifs du Carnet de Route

Fournir aux acteurs touristiques les moyens de préparer le tourisme de demain

- 1 Obtenir une **meilleure connaissance de la cible des jeunes de 18 à 25 ans en autonomie de séjour** et mieux comprendre les comportements et mécanismes de décision de cette génération quand elle consomme de la valeur tourisme.
- 2 Identifier par un benchmark **les offres produit / destination concurrentes de la France** sur ce segment.
- 3 Réaliser **une évaluation marketing de l'offre française actuelle** au regard des attentes de cette cible et de la concurrence européenne existante.
- 4 Diffuser, par la **rédaction d'un "Carnet de Route des Jeunes"**, une synthèse des principaux enseignements de l'étude mettant l'accent sur les **bonnes pratiques** et donnant aux différents acteurs concernés **des pistes opérationnelles pour optimiser l'offre existante ou future.**

L'objet de cette présentation est de restituer les résultats de l'enquête quantitative menée, en décembre 2006 et janvier 2007, sur 3 marchés émetteurs : France - Allemagne - Royaume-Uni

1.4 Représentativité de l'enquête quantitative

- Un échantillon de personnes appelées représentatif de la cible Jeunes 18 - 25 ans, sur chaque marché



N = 2 823 appels

| Age | Pop. française (Source INSEE - RGP 2004) | Echantillon appelé |
|--------------|---|-----------------------|
| 18 ans | 13,3% | 13,2% |
| 19 ans | 13,3% | 13,2% |
| 20 ans | 12,5% | 12,5% |
| 21 ans | 12,1% | 12,1% |
| 22 ans | 12,2% | 12,2% |
| 23 ans | 11,8% | 11,8% |
| 24 ans | 12,0% | 12,1% |
| 25 ans | 12,9% | 12,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |



N = 828 appels

| Age | Pop. britannique (Source EUROSTAT - 2006) | Echantillon appelé |
|--------------|--|-----------------------|
| 18 ans | 12,6% | 12,6% |
| 19 ans | 12,6% | 12,6% |
| 20 ans | 12,6% | 12,6% |
| 21 ans | 12,5% | 12,6% |
| 22 ans | 12,3% | 12,2% |
| 23 ans | 12,3% | 12,2% |
| 24 ans | 12,5% | 12,6% |
| 25 ans | 12,4% | 12,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |



N = 744 appels

| Age | Pop. allemande (Source EUROSTAT - 2006) | Echantillon appelé |
|--------------|--|-----------------------|
| 18 ans | 12,4% | 12,3% |
| 19 ans | 12,3% | 12,4% |
| 20 ans | 12,0% | 12,0% |
| 21 ans | 12,1% | 12,3% |
| 22 ans | 12,4% | 12,5% |
| 23 ans | 12,8% | 12,8% |
| 24 ans | 12,9% | 12,6% |
| 25 ans | 13,0% | 13,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |

- Un échantillon de personnes appelées représentatif de la cible Jeunes 18 - 25 ans, sur chaque marché



N = 2 823 appels



N = 828 appels



N = 744 appels

| Sexe | Pop. française (Source INSEE - RGP 2004) | Echantillon appelé |
|--------------|---|-----------------------|
| Homme | 49,4% | 49,4% |
| Femme | 50,6% | 50,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |

| Sexe | Pop. britannique (Source EUROSTAT - 2006) | Echantillon appelé |
|--------------|--|-----------------------|
| Homme | 50,8% | 50,8% |
| Femme | 49,2% | 49,2% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |

| Sexe | Pop. allemande (Source EUROSTAT - 2006) | Echantillon appelé |
|--------------|--|-----------------------|
| Homme | 49,2% | 49,3% |
| Femme | 50,8% | 50,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |

1

Introduction

- Un échantillon de personnes appelées varié en termes de statut, situation familiale, CSP, régions, ... (avec un taux d'emploi élevé déjà constate dans les pays du Nord de l'Europe)



N = 2 823 appels



N = 828 appels



N = 744 appels

| Statut | Echantillon appelé |
|--|--------------------|
| AU COLLEGE | 0% |
| AU LYCEE | 5% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC ET BAC + 2) | 30% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC + 3 ET BAC + 5) | 25% |
| EN INSERTION PROFESSIONNELLE (APPRENTISSAGE, STAGE, ...) | 3% |
| ACTIF | 29% |
| RECHERCHE D'EMPLOI - CHOMEUR | 7% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 0% |
| TOTAL | 100% |

| Statut | Echantillon appelé |
|--|--------------------|
| AU COLLEGE | 0% |
| AU LYCEE | 8% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC ET BAC + 2) | 13% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC + 3 ET BAC + 5) | 19% |
| EN INSERTION PROFESSIONNELLE (APPRENTISSAGE, STAGE, ...) | 0% |
| ACTIF | 54% |
| RECHERCHE D'EMPLOI - CHOMEUR | 6% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 0% |
| TOTAL | 100% |

| Statut | Echantillon appelé |
|--|--------------------|
| AU COLLEGE | 0% |
| AU LYCEE | 14% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC ET BAC + 2) | 8% |
| ETUDIANT (ENTRE BAC + 3 ET BAC + 5) | 16% |
| EN INSERTION PROFESSIONNELLE (APPRENTISSAGE, STAGE, ...) | 19% |
| ACTIF | 38% |
| RECHERCHE D'EMPLOI - CHOMEUR | 4% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 0% |
| TOTAL | 100% |

1

Introduction



N = 2 823 appels



N = 828 appels



N = 744 appels

| Situation familiale | Echantillon appelé |
|---------------------|--------------------|
| CELIBATAIRE | 89% |
| VIVANT MARITALEMENT | 9% |
| MARIE | 2% |
| DIVORCE | 0% |
| TOTAL | 100% |

| Situation familiale | Echantillon appelé |
|---------------------|--------------------|
| CELIBATAIRE | 72% |
| VIVANT MARITALEMENT | 18% |
| MARIE | 9% |
| DIVORCE | 1% |
| TOTAL | 100% |

| Situation familiale | Echantillon appelé |
|---------------------|--------------------|
| CELIBATAIRE | 76% |
| VIVANT MARITALEMENT | 15% |
| MARIE | 9% |
| DIVORCE | 0% |
| TOTAL | 100% |

1

Introduction



N = 2 823 appels



N = 828 appels



N = 744 appels

| CSP des parents | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| AGRICULTEUR EXPLOITANT | 2% |
| ARTISAN, COMMERÇANT, PETIT PATRON (5 SALARIES OU MOINS) | 6% |
| PATRON (PLUS DE 5 SALARIES) | 2% |
| CADRE SALARIE, HAUT FONCTIONNAIRE | 26% |
| PROFESSION LIBERALE | 4% |
| EMPLOYE, FONCTIONNAIRE | 31% |
| OUVRIER | 12% |
| RETRAITE | 9% |
| CHOMEUR | 2% |
| ETUDIANT, APPRENTI | 1% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 1% |
| AUTRES | 4% |
| TOTAL | 100% |

| CSP des parents | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| AGRICULTEUR EXPLOITANT | 0% |
| ARTISAN, COMMERÇANT, PETIT PATRON (5 SALARIES OU MOINS) | 3% |
| PATRON (PLUS DE 5 SALARIES) | 13% |
| CADRE SALARIE, HAUT FONCTIONNAIRE | 0% |
| PROFESSION LIBERALE | 0% |
| EMPLOYE, FONCTIONNAIRE | 49% |
| OUVRIER | 13% |
| RETRAITE | 10% |
| CHOMEUR | 6% |
| ETUDIANT, APPRENTI | 0% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 1% |
| AUTRES | 5% |
| TOTAL | 100% |

| CSP des parents | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| AGRICULTEUR EXPLOITANT | 1% |
| ARTISAN, COMMERÇANT, PETIT PATRON (5 SALARIES OU MOINS) | 10% |
| PATRON (PLUS DE 5 SALARIES) | 2% |
| CADRE SALARIE, HAUT FONCTIONNAIRE | 3% |
| PROFESSION LIBERALE | 9% |
| EMPLOYE, FONCTIONNAIRE | 46% |
| OUVRIER | 17% |
| RETRAITE | 4% |
| CHOMEUR | 3% |
| ETUDIANT, APPRENTI | 0% |
| FEMME - HOMME AU FOYER | 1% |
| AUTRES | 3% |
| TOTAL | 100% |

1

Introduction



N = 2 823 appels

| Region | Echantillon appelé |
|------------------------------|--------------------|
| Alsace | 3% |
| Aquitaine | 4% |
| Auvergne | 2% |
| Bourgogne | 2% |
| Bretagne | 5% |
| Centre | 3% |
| Champagne-Ardenne | 1% |
| Corse | 0% |
| Franche-Comté | 2% |
| Ile-de-France | 26% |
| Languedoc-Roussillon | 3% |
| Limousin | 1% |
| Lorraine | 4% |
| Midi-Pyrénées | 4% |
| Nord-Pas-de-Calais | 9% |
| Normandie | 3% |
| Pays de la Loire | 6% |
| Picardie | 2% |
| Poitou-Charentes | 2% |
| Provence-Alpes-Côte d'Azur | 7% |
| Rhône-Alpes | 12% |
| France métropolitaine | 100% |



N = 828 appels

| Region | Echantillon appelé |
|-------------------------|--------------------|
| London | 9% |
| Lancashire | 9% |
| Hampshire | 4% |
| Kent | 4% |
| Yorkshire (West Riding) | 4% |
| Essex | 4% |
| Surrey | 3% |
| Leicestershire | 3% |
| Sussex | 2% |
| Glamorganshire | 2% |
| Bedfordshire | 2% |
| Herefordshire | 2% |
| Nottinghamshire | 2% |
| Middlesex | 2% |
| Cheshire | 2% |
| Buckinghamshire | 2% |
| Northumberland | 2% |
| Cambridgeshire | 2% |
| Other region | 41% |
| Royaume-Uni | 100% |



N = 744 appels

| Region | Echantillon appelé |
|-------------------------|--------------------|
| Baden-Württemberg | 13% |
| Bayern | 20% |
| Berlin | 3% |
| Brandenburg | 2% |
| Bremen | 1% |
| Hamburg | 1% |
| Hessen | 10% |
| Mecklenburg- Vorpommern | 1% |
| Niedersachsen | 9% |
| Nordrheinwestfalen | 24% |
| Rheinland Pfalz | 5% |
| Saarland | 1% |
| Sachsen | 5% |
| Sachsen-Anhalt | 1% |
| Schleswig - Holstein | 3% |
| Thüringen | 3% |
| Allemagne | 100% |



N = 2 823 appels



N = 828 appels



N = 744 appels

| Type d'agglomération de résidence | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| REGION CAPITALE OU TRES GRANDES AGGLOMERATION | 18% |
| VILLE DE PLUS DE 100 000 HAB. | 17% |
| VILLE DE 20 A 100 000 HAB. | 20% |
| VILLE DE MOINS DE 20 000 HAB. | 20% |
| COMMUNE RURALE - CAMPAGNE | 23% |
| NSP | 2% |
| TOTAL | 100% |

| Type d'agglomération de résidence | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| REGION CAPITALE OU TRES GRANDES AGGLOMERATION | 7% |
| VILLE DE PLUS DE 100 000 HAB. | 27% |
| VILLE DE 20 A 100 000 HAB. | 45% |
| VILLE DE MOINS DE 20 000 HAB. | 12% |
| COMMUNE RURALE - CAMPAGNE | 8% |
| NSP | 0% |
| TOTAL | 100% |

| Type d'agglomération de résidence | Echantillon appelé |
|---|--------------------|
| REGION CAPITALE OU TRES GRANDES AGGLOMERATION | 8% |
| VILLE DE PLUS DE 100 000 HAB. | 21% |
| VILLE DE 20 A 100 000 HAB. | 29% |
| VILLE DE MOINS DE 20 000 HAB. | 21% |
| COMMUNE RURALE - CAMPAGNE | 21% |
| NSP | 0% |
| TOTAL | 100% |

2

Les pratiques touristiques

*Motivations au départ -
Séjours réalisés - Modalités pratiques*

2.1 Motivations au départ

■ Une hiérarchie des motivations au départ des Jeunes partagée par tous

Un classement fut pour la première fois proposé par l'IREST, en 1995, et est depuis adopté et confirmé par l'ensemble des observateurs, français (AFIT, CFJT...) comme étrangers (WTO).

⇒ Il distingue **10 motivations réparties en "principales" et "secondaires"** et son réel mérite (qui fait oublier sa relative ancienneté) est de **reposer sur le déclaratif de jeunes**.

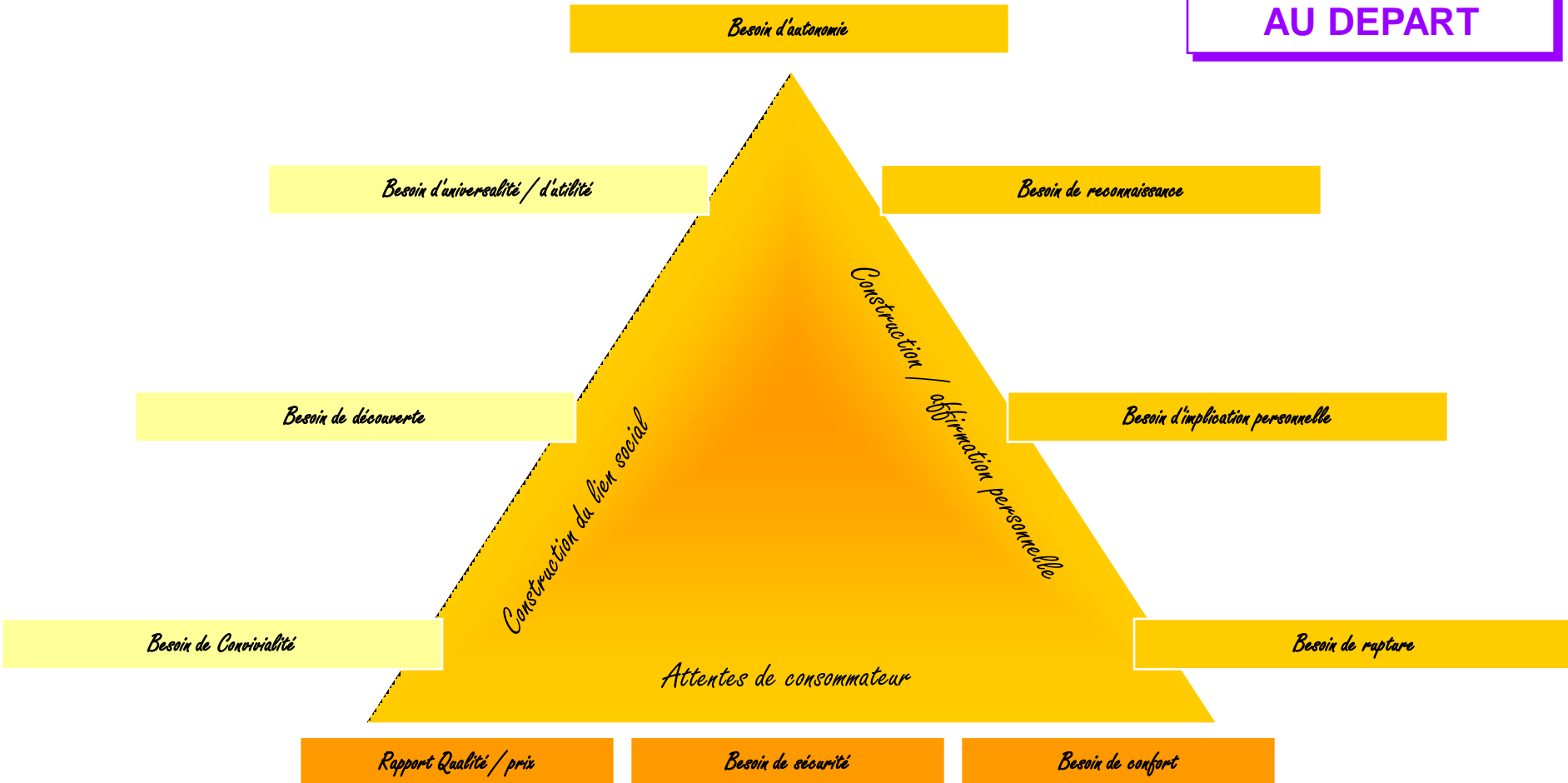
Motivations principales

1. Besoin de convivialité
2. Recherche d'autonomie
3. Recherche d'utilité
4. Besoin d'implication personnelle
5. Besoin de reconnaissance
6. Recherche de rapport qualité / prix

Motivations secondaires

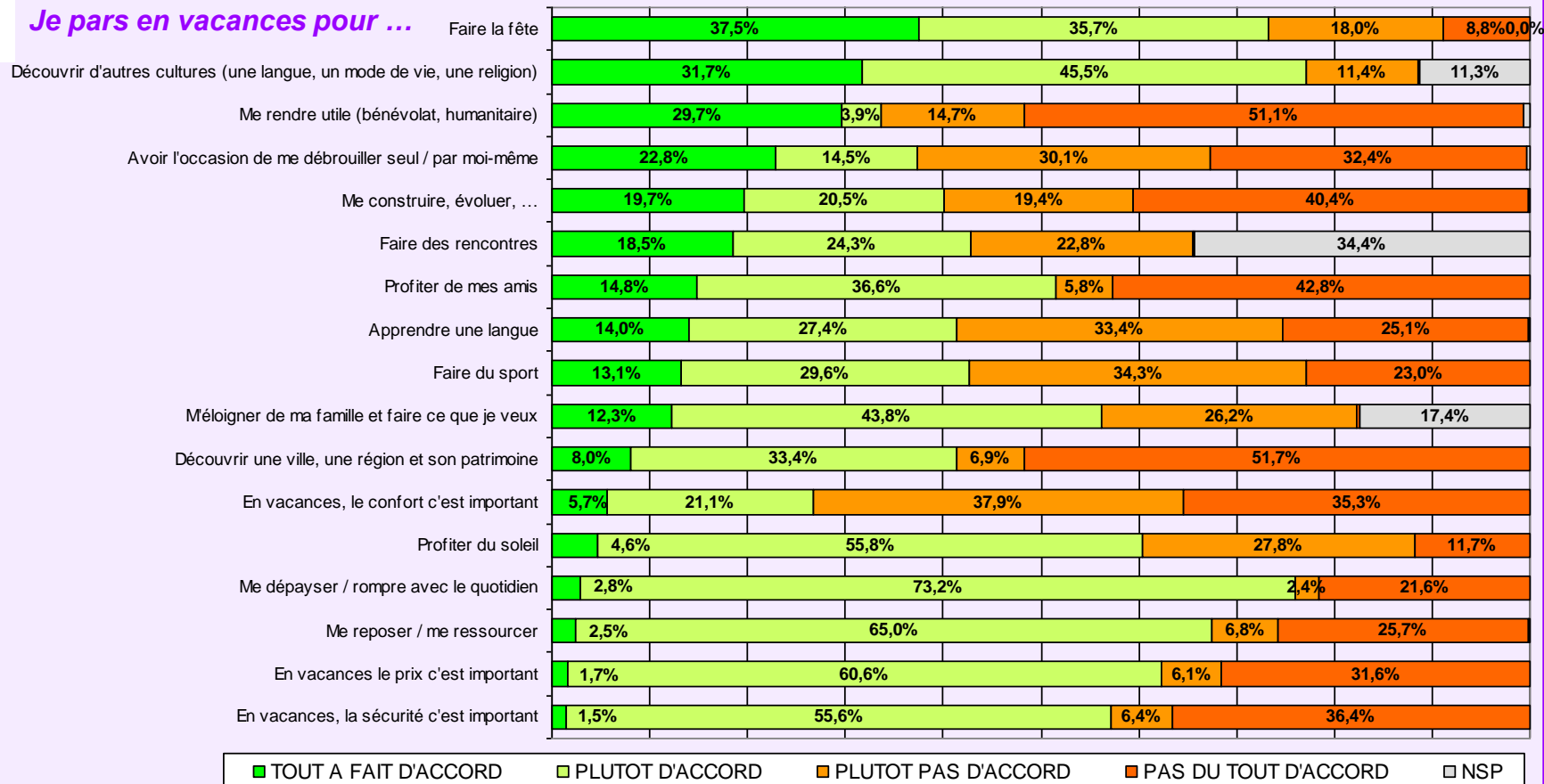
1. Désir de découverte
2. Besoin de confort
3. Besoin de sécurité
4. Recherche de rupture

LES MOTIVATIONS AU DEPART



LES MOTIVATIONS AU DEPART : HIERARCHISATION QUANTITATIVE

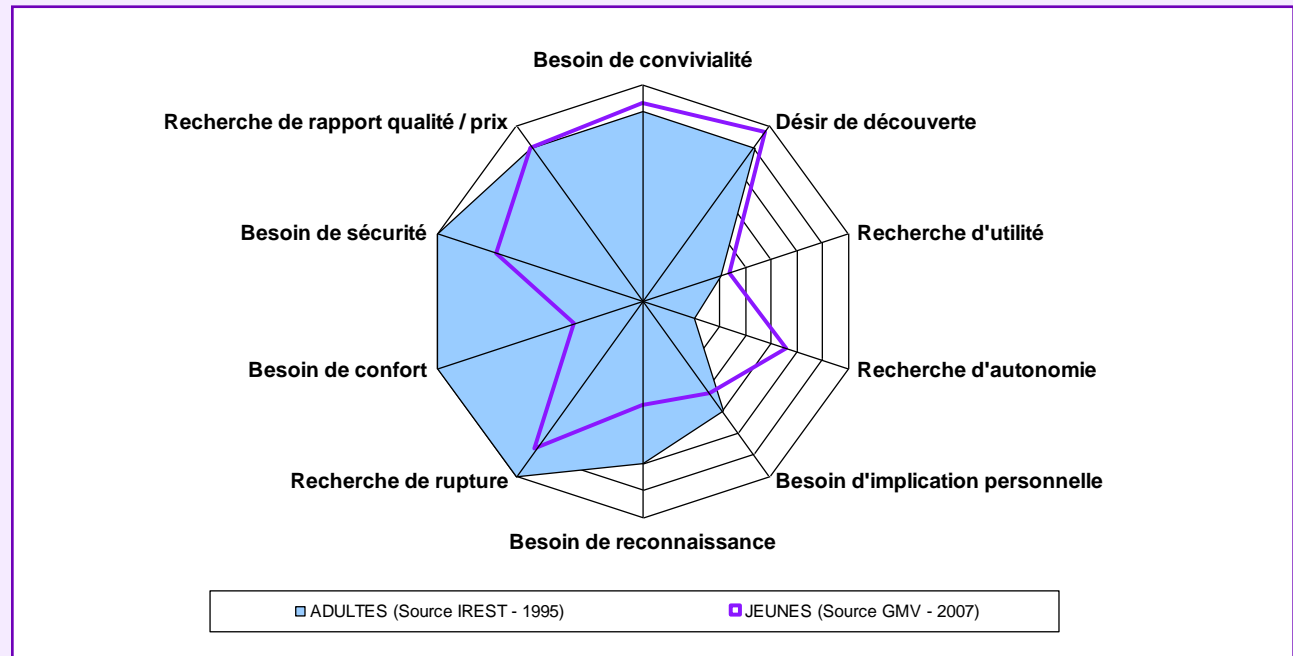
Je pars en vacances pour ...



Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

LES MOTIVATIONS AU DEPART : HIERARCHISATION QUANTITATIVE (SUITE)

- ⇒ Cette dichotomie reflétant bien la spécificité de la cible, à la fois jeune et enthousiaste sur des thématiques qui lui sont propres (la convivialité, la découverte, la recherche d'autonomie et la construction d'expérience unique) ... et proche des modèles de vacances - consommation des aînés (rupture - ressourcement, soleil, prix, sécurité, ...)

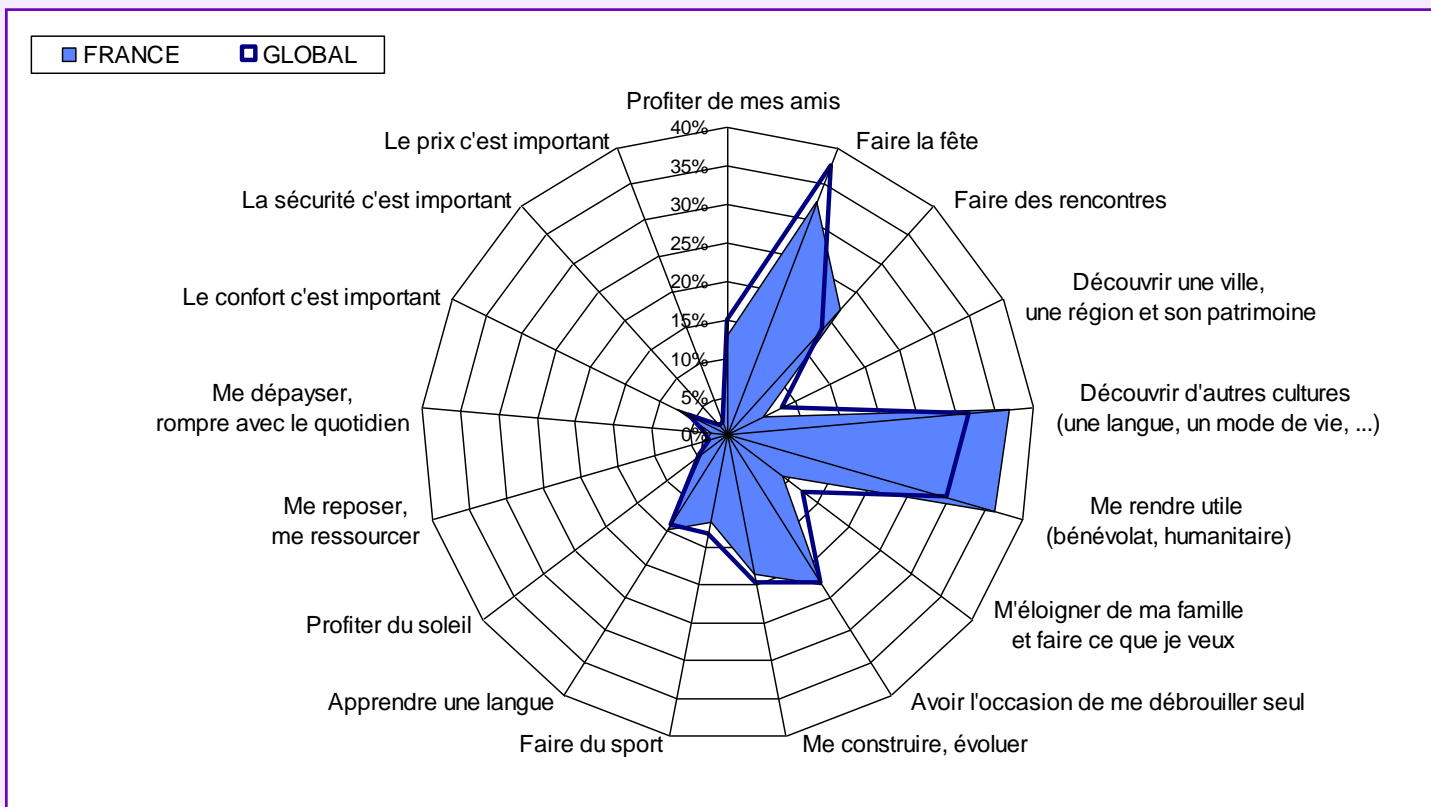




LES MOTIVATIONS AU DEPART : LES ECARTS PAR MARCHÉ



N = 1 500



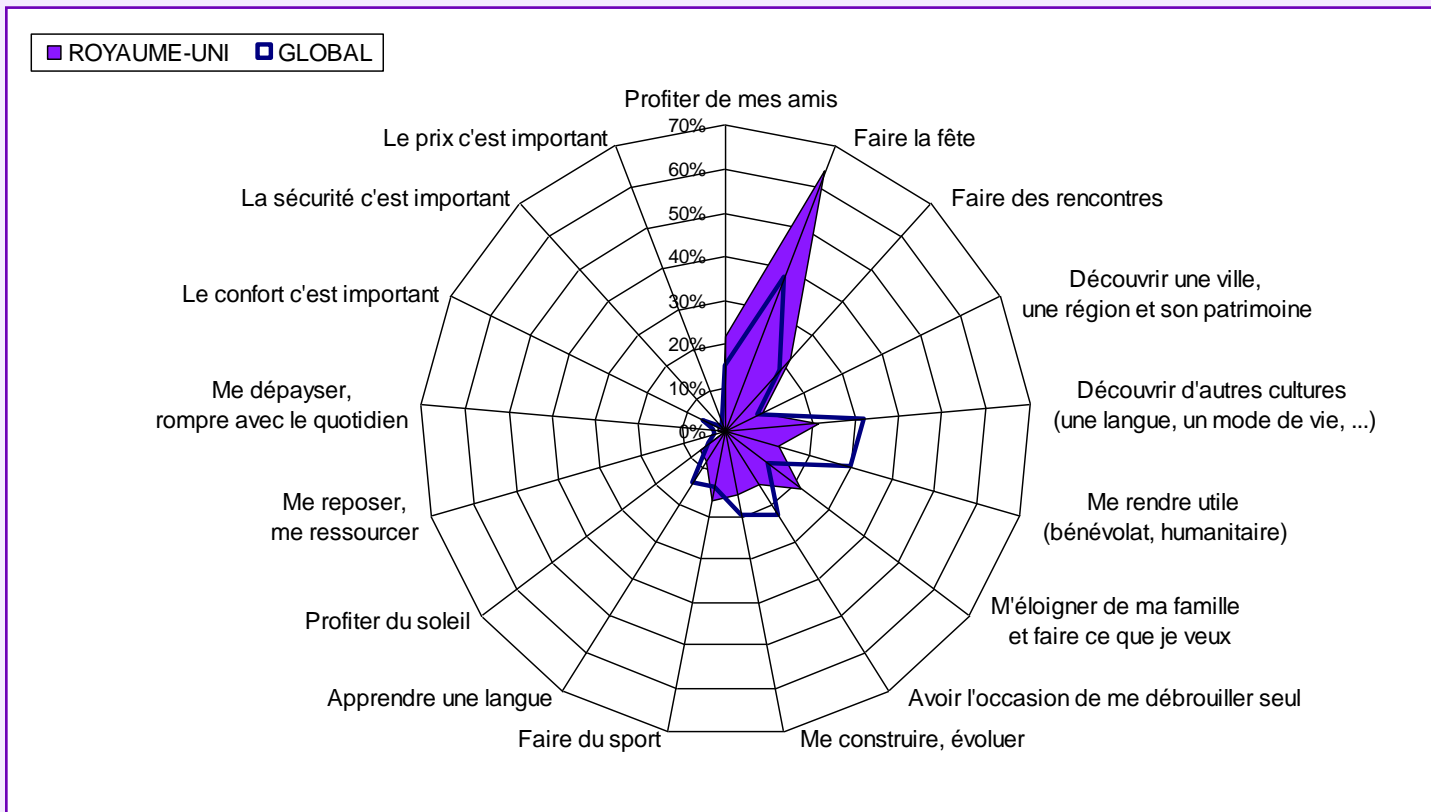
Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)



LES MOTIVATIONS AU DEPART : LES ECARTS PAR MARCHE (SUITE)



N = 500



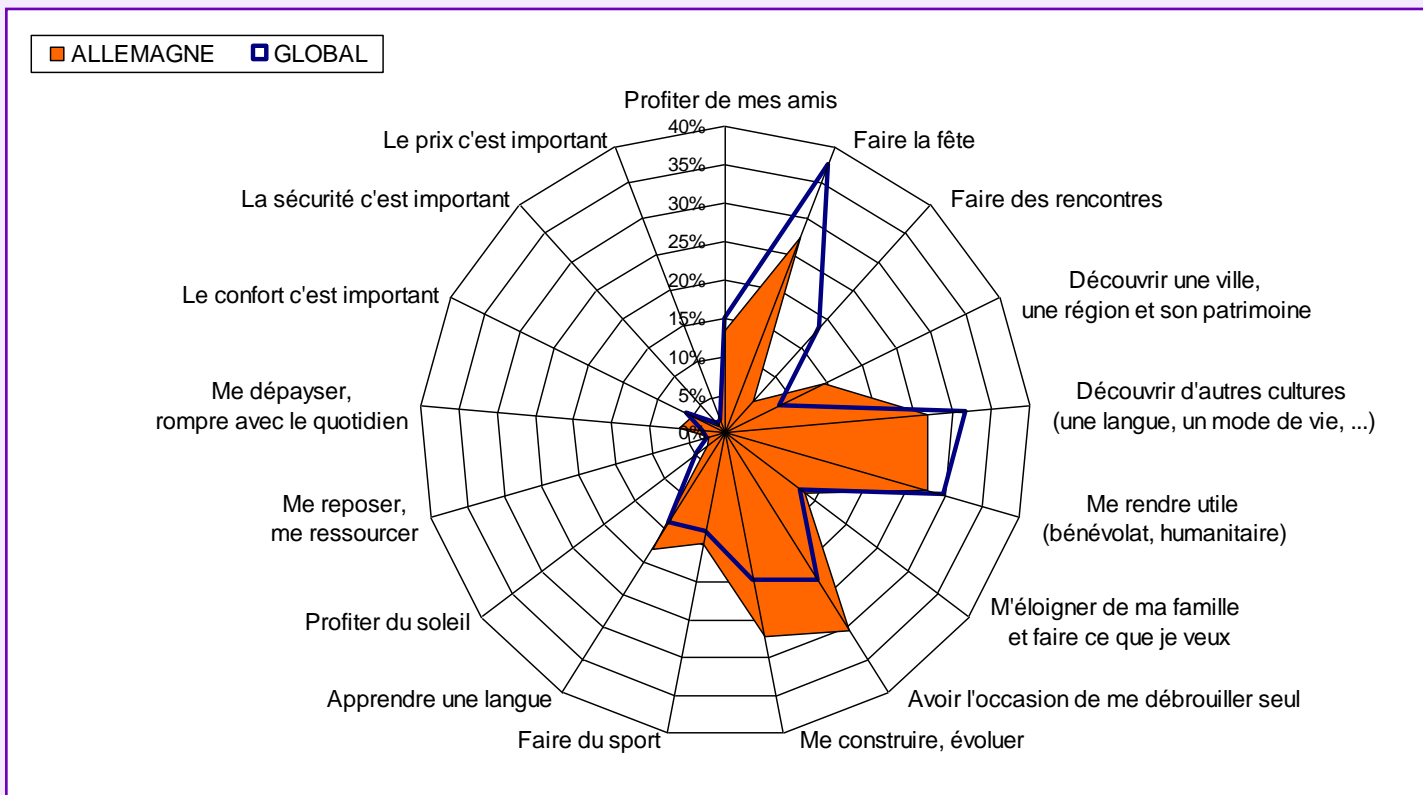
Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)



LES MOTIVATIONS AU DEPART : LES ECARTS PAR MARCHE (SUITE)



N = 500



Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

2.2 Mobilité touristique et place de la France dans les séjours

- **Une mobilité annuelle** (court + long séjours) **variable d'un marché à l'autre** (cf. page suivante) :
 - ⇒ Une moyenne de 3 séjours par an, pour les jeunes Français ...
 - ⇒ ... contre 2 séjours par an, pour les jeunes Allemands et Britanniques.

- **Une mobilité domestique également contrastée** :
 - ⇒ Si les Français réalisent une part importante de leurs séjours en France (70% du total des séjours) ...
 - ⇒ ... les Britanniques et plus encore les Allemands ne choisissent que plus rarement leur propre pays (36% pour les Britanniques et 34% pour les Allemands) ...
 - ✓ Ils lui préfèrent l'étranger (respectivement 64% et 66%) ...
 - ✓ ... dont la France qui représente 10% du total des séjours des jeunes Britanniques (1 départ à l'étranger sur 6) et 7% du total des séjours des jeunes Allemands (environ 1 départ à l'étranger sur 10).

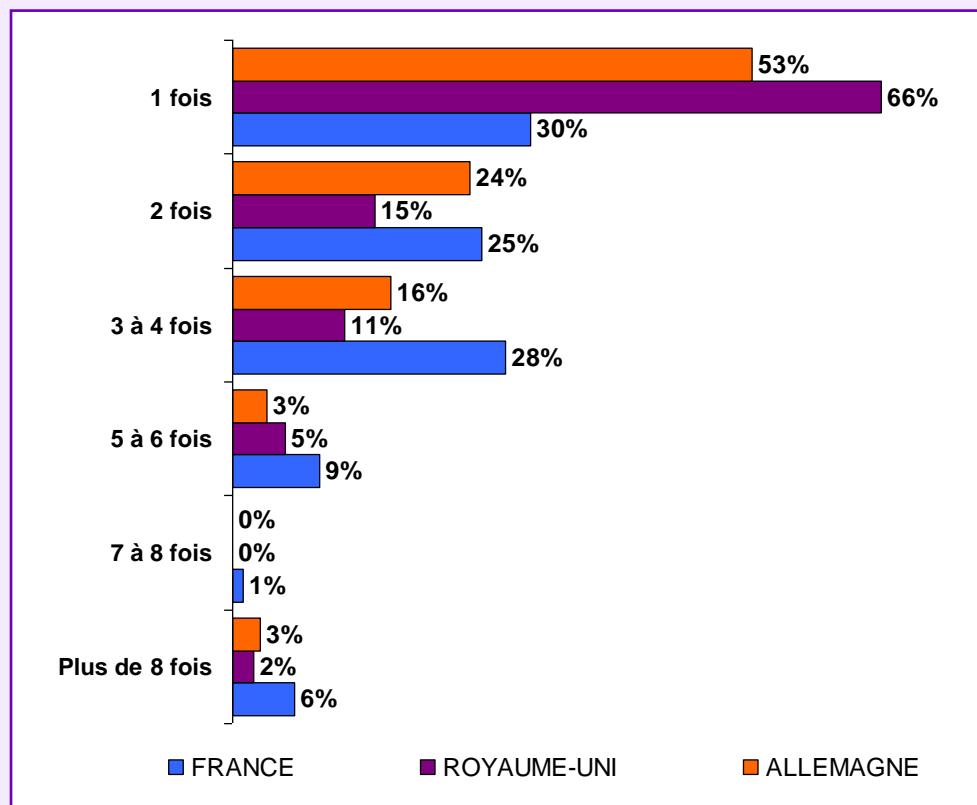
- **Un potentiel important donc auprès des jeunes Français, qui partent plus et sont fidèles à la France en tant que destination.**



MOBILITE TOURISTIQUE : NOMBRE DE SEJOURS MARCHANDS ANNUELS

Au cours des 12 derniers mois, combien de fois êtes-vous parti en vacances pour un court séjour (type week-end prolongé) ou un séjour plus long ayant impliqué des dépenses pour au moins deux des trois postes suivants (hébergements, transports, activités) ?

| | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE |
|----------------------------------|--------|-------------|-----------|
| Nombre moyen de séjours réalisés | 3,1 | 2,0 | 2,1 |



Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)



MOBILITE TOURISTIQUE : PART DES SEJOURS SUR LE MARCHE DOMESTIQUE

| | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE |
|--|--------|-------------|-----------|
| Nombre moyen de séjours réalisés | 3,1 | 2,0 | 2,1 |
| % des séjours réalisés sur la destination domestique | 70,2% | 36,1% | 33,6% |
| % des séjours réalisés sur la destination France | | 10,3% | 7,1% |
| % des séjours réalisés sur des destinations étrangères (hors France) | 29,8% | 53,6% | 59,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Source : Étude GMV Conseil – 2007
(2 500 enquêtes sur 3 marchés)



MOBILITE TOURISTIQUE : DESTINATIONS ETRANGERES FREQUENTEES

Dans quels pays étrangers êtes-vous partis durant ces 12 derniers mois ?

| | |
|------------------------|-------|
| ESPAGNE | 19,2% |
| ITALIE | 8,1% |
| ROYAUME-UNI | 6,3% |
| ETATS-UNIS | 5,2% |
| GRECE | 4,2% |
| ALLEMAGNE | 4,0% |
| PAYS-BAS | 3,8% |
| TUNISIE | 3,4% |
| AUTRICHE | 3,1% |
| BELGIQUE | 2,6% |
| SUISSE | 2,4% |
| TURQUIE | 2,1% |
| MAROC | 2,1% |
| PORTUGAL | 2,1% |
| IRLANDE | 1,7% |
| AUSTRALIE | 1,6% |
| EGYPTE | 1,6% |
| CANADA | 1,5% |
| HONGRIE | 1,5% |
| CHYPRE | 1,3% |
| REPUBLIQUE DOMINICAINE | 1,1% |
| TCHEQUIE | 1,1% |
| CROATIE | 1,1% |
| SUEDE | 1,0% |

| | |
|---------------|------|
| Autres EUROPE | 7,0% |
|---------------|------|

| | |
|----------------|------|
| Autres AFRIQUE | 3,3% |
|----------------|------|

| | |
|------------------|------|
| Autres AMERIQUES | 1,9% |
|------------------|------|

| | |
|-------------------------|------|
| Autres ASIE - PACIFIQUE | 4,7% |
|-------------------------|------|

| | |
|----------------------------|------|
| Autres ANTILLES - CARAÏBES | 1,3% |
|----------------------------|------|

| | |
|---------------------|------|
| Autres MOYEN-ORIENT | 1,1% |
|---------------------|------|

| | |
|--------------|-------|
| TOTAL EUROPE | 70,6% |
|--------------|-------|

| | |
|---------------|-------|
| TOTAL AFRIQUE | 12,5% |
|---------------|-------|

| | |
|-----------------|------|
| TOTAL AMERIQUES | 8,6% |
|-----------------|------|

| | |
|------------------------|------|
| TOTAL ASIE - PACIFIQUE | 6,3% |
|------------------------|------|

| | |
|---------------------------|------|
| TOTAL ANTILLES - CARAÏBES | 2,4% |
|---------------------------|------|

| | |
|--------------------|------|
| TOTAL MOYEN-ORIENT | 1,5% |
|--------------------|------|

Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)



MOBILITE TOURISTIQUE : LES ECARTS PAR MARCHÉ

Dans quels pays étrangers êtes-vous partis durant ces 12 derniers mois ?

| | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE |
|-------------|--------|-------------|-----------|
| ESPAGNE | 16% | 25% | 16% |
| ITALIE | 7% | 5% | 15% |
| ROYAUME-UNI | 10% | - | 3% |
| ETATS-UNIS | 4% | 9% | 3% |
| GRECE | 3% | 8% | 2% |
| ALLEMAGNE | 5% | 5% | - |
| PAYS-BAS | 3% | 4% | 5% |
| TUNISIE | 4% | 1% | 4% |
| AUTRICHE | 1% | 1% | 10% |
| BELGIQUE | 5% | 0% | 1% |
| SUISSE | 3% | 1% | 3% |
| TURQUIE | 1% | 0% | 7% |
| MAROC | 4% | 0% | 1% |
| PORTUGAL | 2% | 2% | 1% |
| AUSTRALIE | 1% | 4% | 1% |
| EGYPTE | 1% | 3% | 2% |
| IRLANDE | 1% | 2% | 1% |
| CANADA | 2% | 2% | 0% |
| HONGRIE | 1% | 1% | 3% |
| CHYPRE | 0% | 4% | 0% |
| TCHEQUIE | 1% | 0% | 2% |
| CROATIE | 1% | 0% | 2% |
| SUEDE | 2% | 0% | 0% |
| POLOGNE | 1% | 1% | 2% |
| DANEMARK | 0% | 1% | 2% |
| ROUMANIE | 1% | 1% | 1% |

Source : Étude GMV Conseil – 2007
(2 500 enquêtes sur 3 marchés)



MOBILITE TOURISTIQUE : DESTINATIONS FRANÇAISES FREQUENTEES

Région françaises fréquentées

| | |
|----------------------------|-------|
| ILE-DE-FRANCE | 19,3% |
| PROVENCE-ALPES-COTE-D'AZUR | 13,0% |
| BRETAGNE | 12,1% |
| RHONE-ALPES | 11,9% |
| LANGUEDOC-ROUSSILLON | 6,3% |
| MIDI-PYRENEES | 6,3% |
| AQUITAINE | 5,2% |
| NORD-PAS-DE-CALAIS | 4,5% |

| | |
|-------------------------|------|
| PAYS DE LA LOIRE | 3,4% |
| HAUTE-NORMANDIE | 3,2% |
| ALSACE | 2,8% |
| POITOU-CHARENTES | 2,7% |
| BASSE-NORMANDIE | 2,7% |
| CORSE | 2,2% |
| CENTRE | 1,7% |
| AUVERGNE | 1,5% |
| LORRAINE | 1,5% |
| BOURGOGNE | 1,2% |
| FRANCHE-COMTE | 1,2% |
| CHAMPAGNE-ARDENNE | 0,7% |
| PICARDIE | 0,7% |
| TERRITOIRES D'OUTRE-MER | 0,4% |
| LIMOUSIN | 0,3% |

Concernant vos vacances en France dans quelles régions vous êtes-vous rendu ?

(question posée aux partants en France soit très majoritairement des jeunes Français)

Source : Étude GMV Conseil – 2007
(2 500 enquêtes sur 3 marchés)

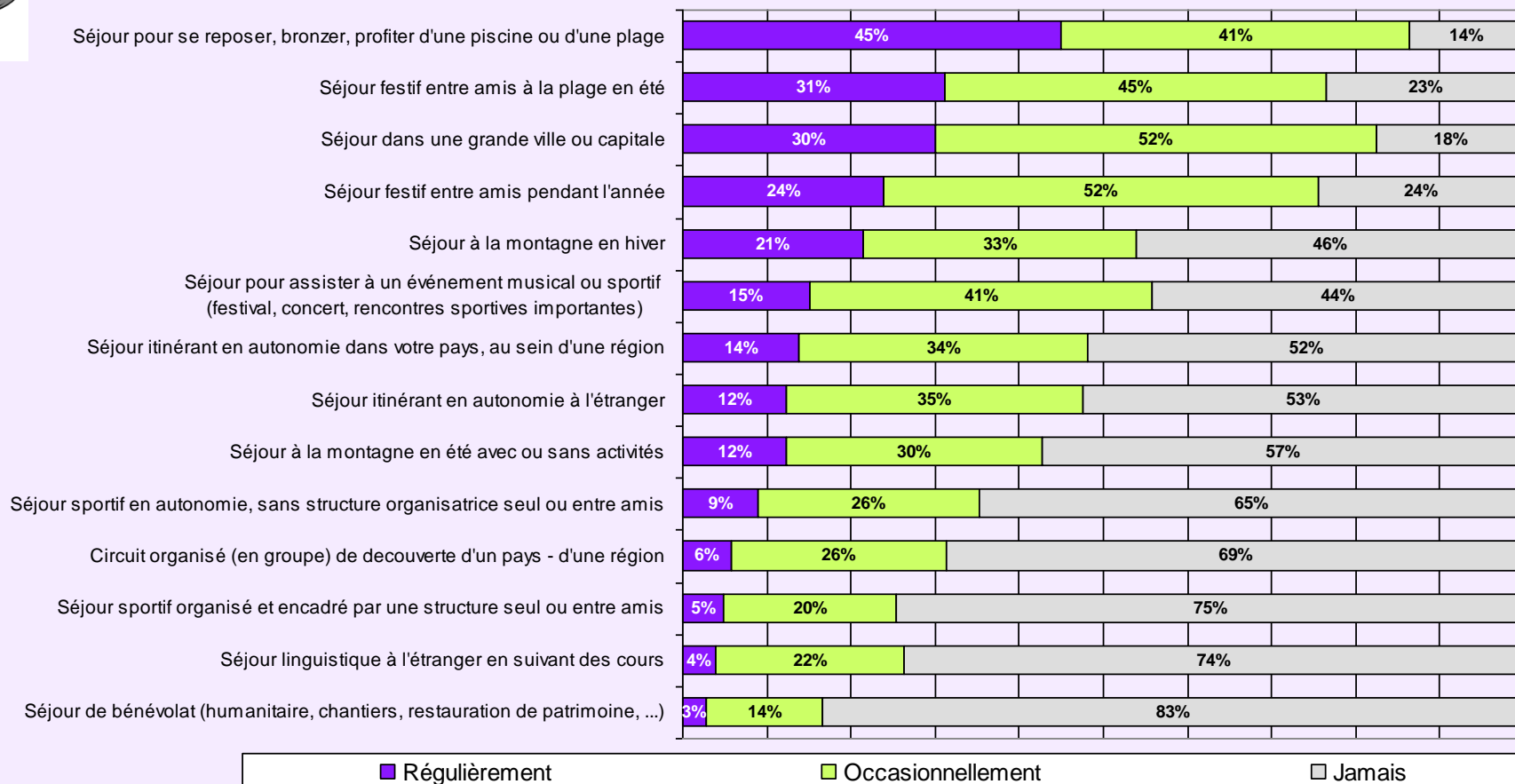
2.3 Séjours réalisés

■ L'enquête quantitative permet de confirmer la tendance constatée sur l'alternance d'expériences de vacances et de séjours types

- ⇒ Les jeunes interrogés citent **en moyenne 6,8 types de séjours**, parmi la liste proposée, comme pratiqués soit régulièrement (2,2 types de séjours en moyenne) soit occasionnellement (4,5 types de séjours en moyenne) ... traduisant ainsi **leur ouverture à des projets de vacances variés**.
- ⇒ Certains **séjours types ressortent comme des incontournables**, fréquemment cités et avec des pratiques régulières pour entre un tiers et la moitié des jeunes qui les citent :
- ⇒ Une deuxième catégorie est **présente mais en retrait par rapport à la première liste** :
- ⇒ Les autres séjours proposés (circuit organisé, séjour sportif encadré, séjour linguistique, bénévolat (humanitaire, chantiers, restauration de patrimoine, ...) étant **nettement en retrait**.



SEJOURS REALISES : TYPE DE SEJOURS ET OCCURENCE



Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)



SEJOURS REALISES : ANALYSE DES ECARTS PAR MARCHÉ

| % de régularité | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE |
|---|--------|-------------|-----------|
| Séjour pour se reposer, bronzer, profiter d'une piscine ou d'une plage | 45% | 78% | 58% |
| Séjour festif entre amis à la plage en été | 40% | 31% | 31% |
| Séjour festif entre amis pendant l'année | 32% | 17% | 25% |
| Séjour à la montagne en hiver | 28% | 21% | 18% |
| Séjour à la montagne en été avec ou sans activités | 17% | 14% | 7% |
| Séjour sportif organisé et encadré par une structure seul ou entre amis | 5% | 8% | 5% |
| Séjour sportif en autonomie, sans structure organisatrice seul ou entre amis | 11% | 8% | 11% |
| Séjour pour assister à un événement musical ou sportif | 14% | 25% | 18% |
| Séjour dans une grande ville ou capitale | 36% | 36% | 30% |
| Circuit organisé (en groupe) de découverte d'un pays - d'une région | 6% | 10% | 6% |
| Séjour itinérant en autonomie dans votre pays, au sein d'une région | 21% | 7% | 10% |
| Séjour itinérant en autonomie à l'étranger | 15% | 7% | 21% |
| Séjour de bénévolat (humanitaire, chantiers, restauration de patrimoine, ...) | 3% | 4% | 2% |
| Séjour linguistique à l'étranger en suivant des cours | 4% | 5% | 4% |

Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

2.4 Les modalités pratiques : Saisonnalité - Durée - Participants

- L'été est, pour cette cible aussi, la saison la plus investie

Avec cependant des nuances liées à la nature du séjour réalisé :

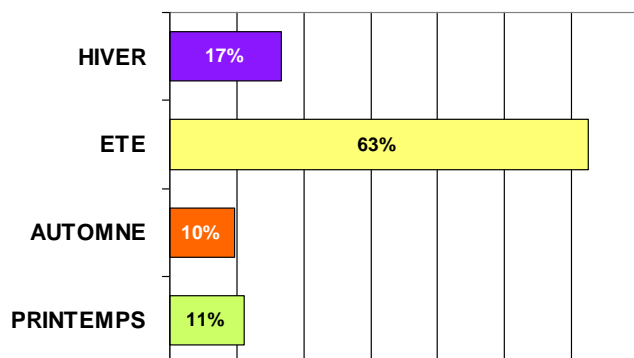
- ⇒ L'été est présent pour tous les types de séjours
- ⇒ L'hiver, outre les traditionnels séjours sports d'hiver, peut être l'occasion d'un séjour sportif, organisé ou non ...
- ⇒ L'automne et le printemps étant consacrés à des séjours axés autour de la convivialité et la découverte

De fait la répartition des séjours entre vacances scolaires et hors vacances scolaires est assez équilibrée (**59% contre 41%**).

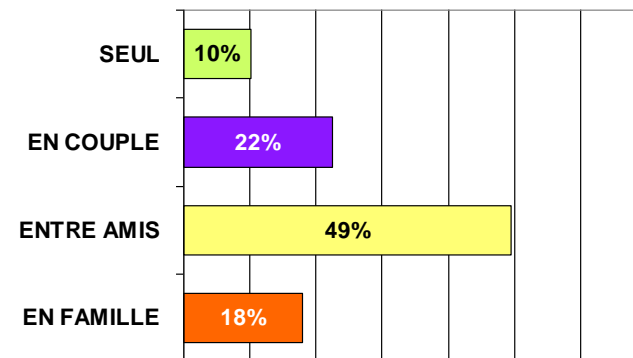


LES MODALITES PRATIQUES : SAISONNALITE - DUREE - PARTICIPANTS

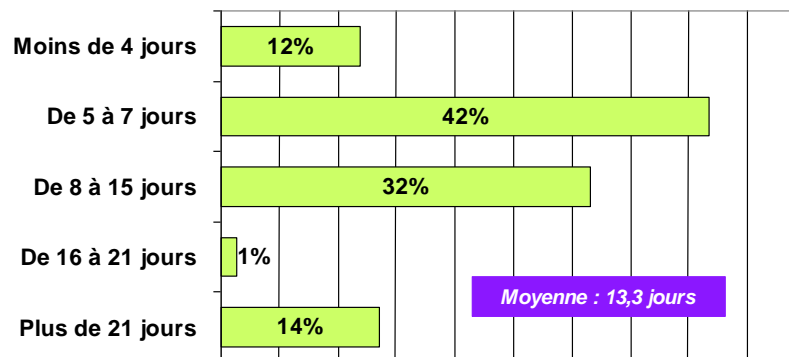
A quelle période avez-vous effectué ce séjour ?



Pour ce séjour, êtes-vous parti ...



Combien de temps a duré ce séjour ?



Source : Étude GMV Conseil – 2007
(2 500 enquêtes sur 3 marchés)

LES MODALITES PRATIQUES : SAISONNALITE



| <i>A quelle période avez-vous effectué ce séjour ?</i> | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|--|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| HIVER | 5% | 4% | 11% | 91% | 8% | 29% | 25% | 11% | 20% | 7% | 18% | 13% | 5% | 14% | 17% |
| ETE | 80% | 87% | 62% | 0% | 78% | 46% | 59% | 58% | 48% | 57% | 61% | 55% | 78% | 59% | 63% |
| AUTOMNE | 7% | 5% | 10% | 3% | 8% | 6% | 4% | 13% | 24% | 8% | 11% | 10% | 9% | 12% | 10% |
| PRINTEMPS | 8% | 4% | 17% | 5% | 6% | 19% | 12% | 18% | 9% | 28% | 10% | 22% | 9% | 15% | 11% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

| <i>Et plus précisément, est-ce ...</i> | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|--|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| EN VACANCES SCOLAIRES | 61% | 75% | 55% | 59% | 69% | 40% | 52% | 49% | 56% | 44% | 72% | 52% | 75% | 41% | 59% |
| HORS VACANCES SCOLAIRES | 39% | 25% | 45% | 41% | 31% | 60% | 48% | 51% | 44% | 56% | 28% | 48% | 25% | 59% | 41% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

LES MODALITES PRATIQUES : DUREE DES SEJOURS

| Combien de temps a duré ce séjour ? | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE A L'ETRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|-------------------------------------|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| Moins de 4 jours | 3% | 6% | 16% | 15% | 10% | 22% | 14% | 39% | 16% | 8% | 13% | 5% | 0% | 3% | 12% |
| De 5 à 7 jours | 38% | 43% | 49% | 62% | 37% | 40% | 36% | 42% | 50% | 35% | 43% | 30% | 6% | 5% | 42% |
| De 8 à 15 jours | 45% | 40% | 27% | 19% | 34% | 24% | 31% | 14% | 24% | 40% | 30% | 27% | 29% | 29% | 32% |
| De 16 à 21 jours | 2% | 1% | 0% | 0% | 1% | 2% | 4% | 1% | 0% | 4% | 2% | 1% | 6% | 0% | 1% |
| Plus de 21 jours | 12% | 10% | 7% | 3% | 18% | 12% | 14% | 4% | 9% | 13% | 13% | 38% | 59% | 62% | 14% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Nombre de jours moyen | 13,1 | 10,7 | 8,9 | 8,3 | 12,7 | 9,7 | 14,5 | 7,7 | 10,6 | 13,2 | 14,2 | 23,6 | 42,2 | 52,5 | 13,3 |

Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

2

Les pratiques touristiques

LES MODALITES PRATIQUES : LES ACCOMPAGNANTS

Pour ce séjour, êtes-vous parti ...

| | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|-----------------|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| SEUL | 6% | 4% | 7% | 3% | 6% | 3% | 10% | 9% | 16% | 7% | 15% | 23% | 41% | 40% | 10% |
| EN COUPLE | 31% | 7% | 10% | 23% | 30% | 19% | 14% | 21% | 33% | 21% | 23% | 32% | 2% | 2% | 22% |
| ENTRE AMIS | 34% | 80% | 79% | 49% | 37% | 63% | 61% | 56% | 38% | 48% | 45% | 30% | 51% | 31% | 49% |
| EN FAMILLE | 29% | 8% | 4% | 25% | 28% | 15% | 15% | 14% | 14% | 24% | 17% | 16% | 6% | 27% | 18% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

(Si partis entre amis) A combien êtes-vous partis ?

| | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|----------------------------------|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 149 | 186 | 139 | 79 | 32 | 32 | 54 | 87 | 97 | 32 | 49 | 38 | 20 | 11 | 1005 |
| Groupe de 2 à 3 | 54% | 24% | 26% | 46% | 56% | 29% | 48% | 40% | 68% | 67% | 55% | 81% | 36% | 67% | 47% |
| Groupe de 4 à 6 | 34% | 41% | 44% | 33% | 29% | 15% | 25% | 32% | 22% | 16% | 28% | 10% | 14% | 27% | 31% |
| Groupe de plus de 7 | 11% | 35% | 30% | 21% | 14% | 56% | 27% | 28% | 10% | 18% | 16% | 10% | 49% | 6% | 22% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Nombre moyen de personnes | 3,3 | 6,5 | 5,7 | 5,0 | 3,2 | 8,0 | 5,5 | 7,4 | 2,9 | 8,4 | 3,4 | 2,3 | 12,6 | 2,2 | 5,0 |

Source : Étude GMV Conseil – 2007 (2 500 enquêtes sur 3 marchés)

2.4 Les pratiques : de l'information préalable à la consommation sur place

Information

Réservation

Destination

Transport

Hébergement

Activités

Budget

Information

Réservation

Destination

Transport

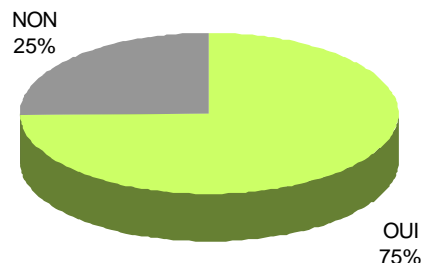
Hébergement

Activités

Budget

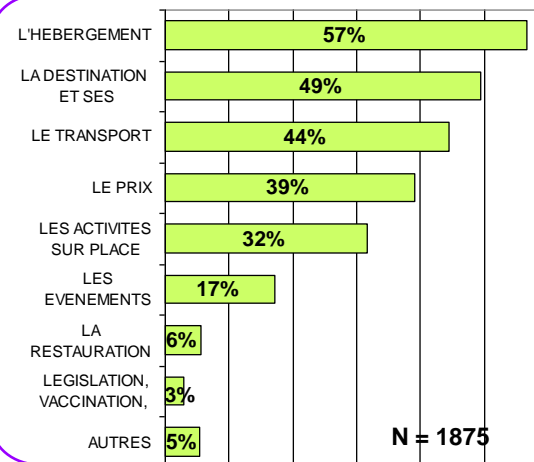
- La grande majorité (75%) des jeunes interrogés font des recherches d'information avant leur départ, celles-ci portant dans l'ordre sur l'hébergement, la destination, le transport, puis le prix.
- 95% passent par Internet pour effectuer leurs recherches, mais le bouche à oreille est également important (32%).

De manière générale, tous séjours confondus, faites-vous des recherches d'information pour préparer vos vacances ?



N = 2500

Sur quoi portent les recherches que vous faites pour préparer vos vacances ?



Parmi les moyens suivants, quels sont les deux moyens que vous utilisez le plus pour préparer vos vacances ?

| GLOBAL | |
|---------------------------------|-------------|
| Effectif | 1875 |
| INTERNET | 95% |
| CONSEILS DE PROCHES | 32% |
| GUIDES DE VOYAGES | 18% |
| AGENCES DE VOYAGE (EN BOUTIQUE) | 17% |
| ORGANISMES INSTITUTIONNELS | 7% |
| PRESSE SPECIALISEE | 2% |
| AUTRES | 1% |
| Nombre moyen de réponses | 1,7 |



LA RECHERCHE D'INFORMATION : A CHAQUE OUTIL SON UTILITÉ ...

- Alors qu'**Internet** est d'abord utilisé pour faire des recherches sur **l'hébergement et le transport**, les guides et le recours au conseil des proches sont plus utilisés pour se renseigner sur **les activités sur place** ainsi que sur **la destination et ses centres d'intérêt**

| Recherche d'information par ... | INTERNET |
|---|----------|
| Effectif | 1781 |
| L'HEBERGEMENT | 65% |
| LE TRANSPORT | 58% |
| LA DESTINATION ET SES CENTRES D'INTERET | 53% |
| LE PRIX | 50% |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 43% |
| LA RESTAURATION | 12% |
| LES EVENEMENTS, LES FESTIVALS | 6% |
| AUTRES | 2% |
| Nombre moyen de réponses | 2,9 |

| Recherche d'information par ... | GUIDES |
|---|--------|
| Effectif | 338 |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 67% |
| LA DESTINATION ET SES CENTRES D'INTERET | 57% |
| L'HEBERGEMENT | 41% |
| LA RESTAURATION | 33% |
| LE PRIX | 27% |
| LE TRANSPORT | 19% |
| LES EVENEMENTS, LES FESTIVALS | 17% |
| AUTRES | 2% |
| Total | 2,6 |

| Recherche d'information par ... | CONSEIL DES PROCHES |
|---|---------------------|
| Effectif | 600 |
| LA DESTINATION ET SES CENTRES D'INTERET | 64% |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 45% |
| L'HEBERGEMENT | 38% |
| LE PRIX | 24% |
| LA RESTAURATION | 21% |
| LE TRANSPORT | 19% |
| LES EVENEMENTS, LES FESTIVALS | 3% |
| AUTRES | 1% |
| Total | 2,2 |

| Recherche d'information par ... | Organismes institutionnels |
|---|----------------------------|
| Effectif | 131 |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 76% |
| LA DESTINATION ET SES CENTRES D'INTERET | 49% |
| L'HEBERGEMENT | 39% |
| LA RESTAURATION | 19% |
| LE PRIX | 19% |
| LE TRANSPORT | 16% |
| AUTRES | 4% |
| LES EVENEMENTS, LES FESTIVALS | 1% |
| Total | 2,2 |

| Recherche d'information par ... | Agences de voyage |
|---|-------------------|
| Effectif | 319 |
| L'HEBERGEMENT | 61% |
| LA DESTINATION ET SES CENTRES D'INTERET | 52% |
| LE PRIX | 52% |
| LE TRANSPORT | 49% |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 25% |
| AUTRES | 6% |
| LA RESTAURATION | 4% |
| LES EVENEMENTS, LES FESTIVALS | 3% |
| Total | 2,5 |

2

Les pratiques touristiques

- Les moteurs de recherches et tout particulièrement Google sont les sites les plus utilisés pour faire des recherches d'information

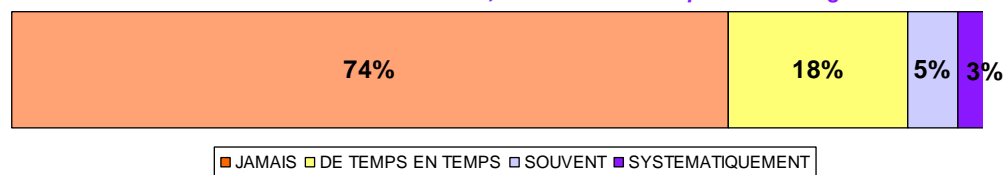
⇒ Une surprise : les espaces d'échange ne sont consultés que par une minorité : 26% des interrogés

| Sur quels types de sites Internet allez-vous pour trouver de l'information ? | GLOBAL |
|--|--------|
| GOOGLE ET AUTRES MOTEURS DE RECHERCHE | 65% |
| SITES DE VOYAGISTES | 41% |
| SITES INSTITUTIONNELS (Offices de tourisme, Ambassades) | 24% |
| SITES DE TRANSPORTEURS | 7% |
| SITES D'HEBERGEMENT | 6% |
| COMPARATEURS (EX : KELKOO...) | 5% |
| AUTRES VARIÉS | 3% |
| SITES DE GUIDES TOURISTIQUES | 2% |
| FORUMS / COMMUNAUTÉS DE VOYAGEURS / PAGES PERSONNELLES | 2% |
| CALCULATEURS D'ITINÉRAIRES | 1% |
| Nombre moyen de réponses | 1,6 |

- Le guide du routard est le guide le plus fréquemment utilisé, suivi par le guide Michelin (en lien avec le poids des Français dans l'échantillon)

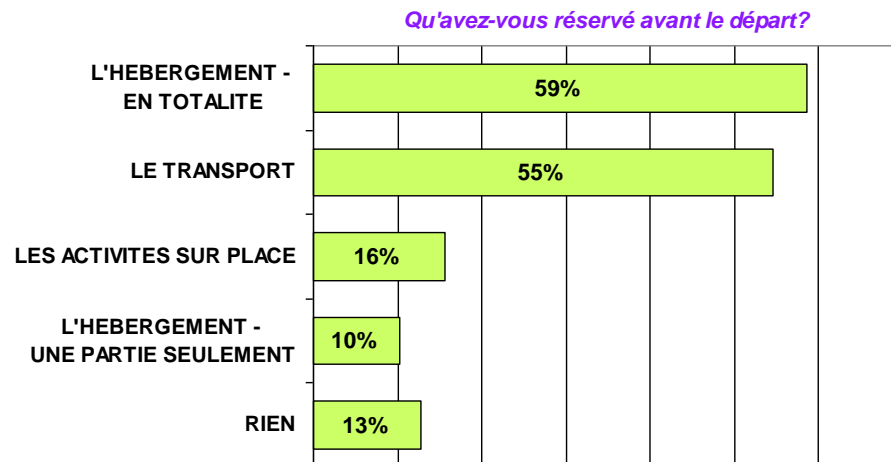
| Quels guides utilisez-vous pour vos recherches d'informations ? | GLOBAL |
|---|--------|
| GUIDE DU ROUTARD | 40% |
| GUIDE MICHELIN [GUIDE VERT] | 19% |
| LONELY PLANET | 18% |
| GUIDE HACHETTE (GUIDE BLEU - GUIDE EVASION ...) | 15% |
| AUTRES VARIÉS | 14% |
| LE PETIT FUTE | 12% |
| AA GUIDE | 9% |
| BACKPACKER GUIDE | 5% |
| GUIDE NATIONAL GEOGRAPHIC | 3% |
| GUIDE GALLIMARD [VOIR - LA BIBLIOTHÈQUE DU VOYAGEUR] | 1% |
| Nombre moyen de réponses | 1,4 |

Lors de vos recherches, vous rendez-vous sur des blogs, chats, forum ou autres espaces d'échanges ?



| | | |
|--|---------------------|-------------------|
| | 1. Guide du Routard | 2. Guide Michelin |
| | 1. Lonely Planet | 2. AA Guide |
| | 1. Lonely Planet | 2. NS |

- Apparaissant clairement comme point d'accroche du séjour lors de la phase qualitative, l'hébergement est la composante qui est le plus souvent réservée à l'avance (dans 59% des cas), suivi de près par le transport (55% des cas).





LA RESERVATION : ANALYSE DES ECARTS PAR TYPE DE SEJOUR

| Qu'avez-vous réservé avant le départ lorsque vous avez organisé ce séjour / ces vacances ? (Multi-réponse possible) | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|--|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| L'HEBERGEMENT - EN TOTALITE | 74% | 50% | 50% | 61% | 52% | 64% | 53% | 47% | 63% | 61% | 48% | 45% | 55% | 77% | 59% |
| LE TRANSPORT | 56% | 54% | 56% | 38% | 32% | 54% | 50% | 55% | 72% | 35% | 52% | 66% | 53% | 49% | 55% |
| LES ACTIVITES SUR PLACE | 11% | 10% | 11% | 22% | 10% | 32% | 20% | 42% | 13% | 18% | 13% | 8% | 18% | 6% | 16% |
| L'HEBERGEMENT - UNE PARTIE SEULEMENT | 7% | 16% | 11% | 8% | 7% | 9% | 12% | 7% | 8% | 15% | 14% | 15% | 21% | 8% | 10% |
| RIEN | 9% | 18% | 15% | 18% | 21% | 19% | 11% | 10% | 5% | 20% | 13% | 14% | 14% | 7% | 13% |
| Nombre moyen de réponses | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,2 | 1,8 | 1,5 | 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,5 |

- **Internet est le mode de réservation et de paiement privilégié, qu'il s'agisse de l'hébergement** (58% des réservations – 43% des paiements), **du transport** (68% des réservations – 61% des paiements), **ou encore des activités** (45% des réservations – 26% des paiements)
- **La réservation et le paiement en agence ont cependant un poids non négligeable.**
- **Bien qu'Internet soit le mode principal, réservation en ligne ne veut pas toujours dire paiement en ligne**
 - ⇒ Les activités sont notamment plus fréquemment payées sur place ou par courrier.
 - ⇒ Cela conforte quelques freins constatés lors de la phase qualitative : absence de carte de paiement, réticences des plus jeunes, besoin de sécurisation sur l'acte d'achat et la réalité de la réservation.

| | Mode de réservation choisi | | |
|------------------------------------|----------------------------|-----------|-----------|
| | Hébergement | Transport | Activités |
| EN LIGNE [PAR INTERNET] | 58% | 68% | 45% |
| AUPRES D'UNE AGENCE EN FACE A FACE | 19% | 20% | 27% |
| A LA GARE | | 4% | 13% |
| PAR TELEPHONE - FAX | 15% | 4% | 10% |
| SUR PLACE | | | 2% |
| AUTRES | 7% | 5% | 4% |

| | Mode de paiement choisi | | |
|------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| | Hébergement | Transport | Activités |
| EN LIGNE [PAR INTERNET] | 43% | 61% | 26% |
| SUR PLACE | 22% | 10% | 25% |
| AUPRES D'UNE AGENCE EN FACE A FACE | 18% | 17% | 10% |
| PAR COURRIER | 4% | 1% | 25% |
| PAR TELEPHONE - FAX | 3% | 2% | 4% |
| AUTRES | 11% | 9% | 10% |



MODE DE RESERVATION : ECARTS PAR PAYS

- **Internet est le mode privilégié** mais l'analyse des écarts par pays sur la réservation montre que les **agences de voyages jouent un rôle important dans l'organisation des séjours pour les jeunes Britanniques et Allemands** :
 - ⇒ Pour l'hébergement (respectivement 29% et 30%)
 - ⇒ Pour le transport (respectivement 29% et 35%)
 - ⇒ Pour le transport (respectivement 38% et 28%)

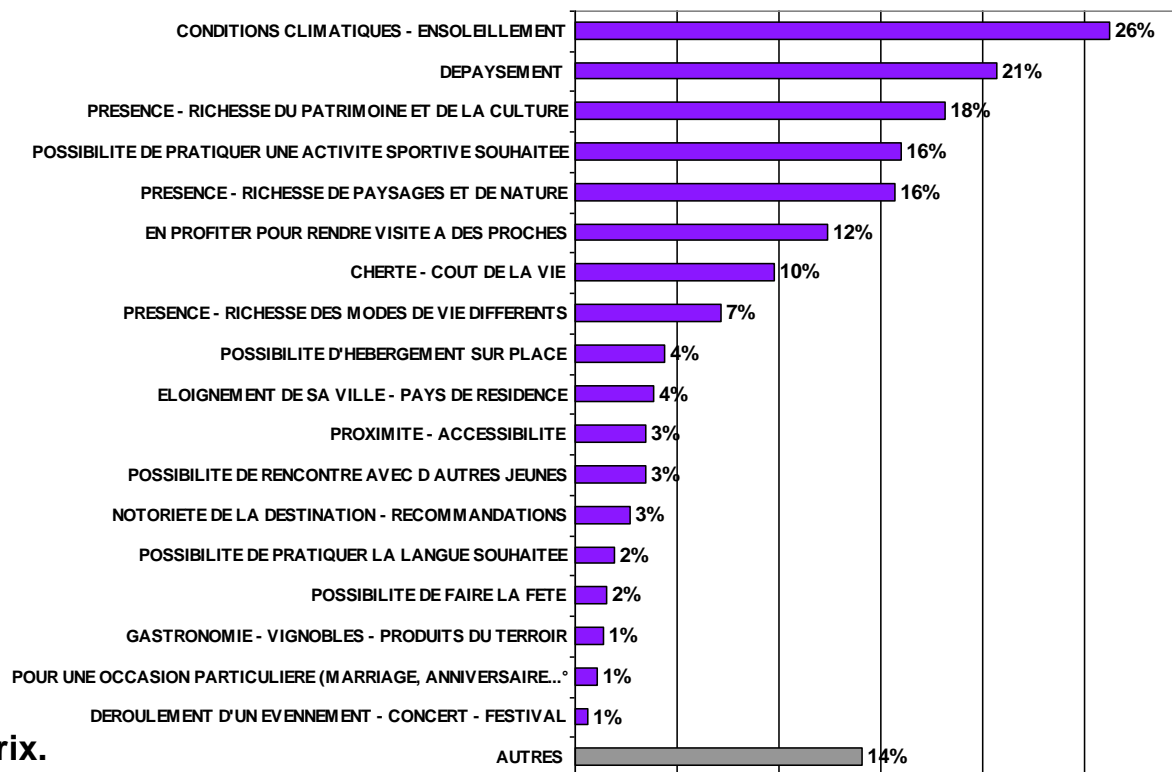
| | Mode de réservation Hébergement | | | | Mode de réservation Transport | | | | Mode de réservation Activité | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|-------------|-----------|-------|-------------------------------|-------------|-----------|-------|------------------------------|-------------|-----------|-------|
| | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE | Total | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE | Total | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE | Total |
| EN LIGNE (PAR INTERNET) | 61% | 64% | 48% | 58% | 79% | 62% | 45% | 68% | 42% | 55% | 44% | 45% |
| AUPRES D'UNE AGENCE EN FACE A FACE | 9% | 29% | 30% | 20% | 11% | 29% | 35% | 20% | 24% | 38% | 28% | 26% |
| A LA GARE | | | | | 3% | 0% | 9% | 4% | | | | |
| PAR TELEPHONE - FAX | 22% | 5% | 13% | 15% | 3% | 6% | 3% | 4% | 17% | 5% | 7% | 13% |
| SUR PLACE | | | | | | | | | 12% | 0% | 10% | 10% |
| AUTRES | 9% | 1% | 8% | 7% | 4% | 3% | 7% | 5% | 5% | 2% | 12% | 6% |

■ Si la destination est un élément clef du séjour, les critères de choix de celle-ci sont extrêmement diversifiés et correspondent à des besoins propres

⇒ Les conditions climatiques, le dépaysement, la présence / richesse du patrimoine sont les trois critères de choix les plus importants

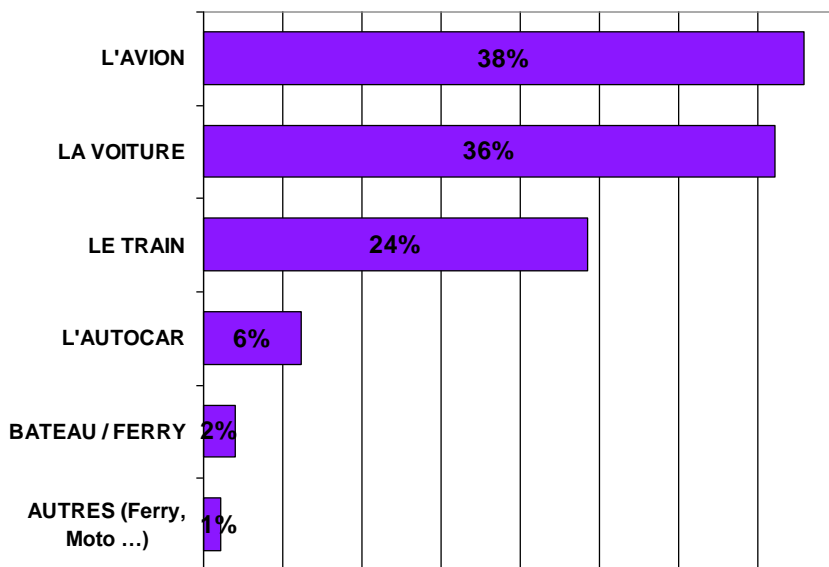
⇒ Les critères dépendent ensuite de l'objet donné au séjour (cf. tableau ci-après). Ainsi, le dépaysement sera un critère plus fort pour les séjours de découverte à l'étranger, la possibilité de pratiquer une activité sportive impactera pour un séjour à la montagne en hiver, ...

⇒ A noter, le faible poids du facteur prix.



- L'avion, la voiture, puis le train sont les modes de transport les plus utilisés, mais ceci couvre une réalité très contrastée entre les différents marchés :

- ⇒ L'avion est naturellement plus utilisé par les Britanniques, alors que pour les Français, la voiture et le train sont beaucoup plus fréquemment utilisés
- ⇒ Pour les Allemands également, l'avion est un mode important, ainsi que la voiture.
- ⇒ Les jeunes Allemands ont plus tendance à utiliser l'autocar que les Français et Britanniques



| | FRANCE | ROYAUME-UNI | ALLEMAGNE | Total |
|--------------------------|--------|-------------|-----------|-------|
| L'AVION | 24% | 76% | 43% | 38% |
| LA VOITURE | 43% | 15% | 35% | 36% |
| LE TRAIN | 33% | 7% | 15% | 24% |
| L'AUTOCAR | 5% | 4% | 11% | 6% |
| BATEAU / FERRY | 2% | 4% | 0% | 2% |
| AUTRES | 1% | 1% | 1% | 1% |
| Nombre moyen de réponses | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |



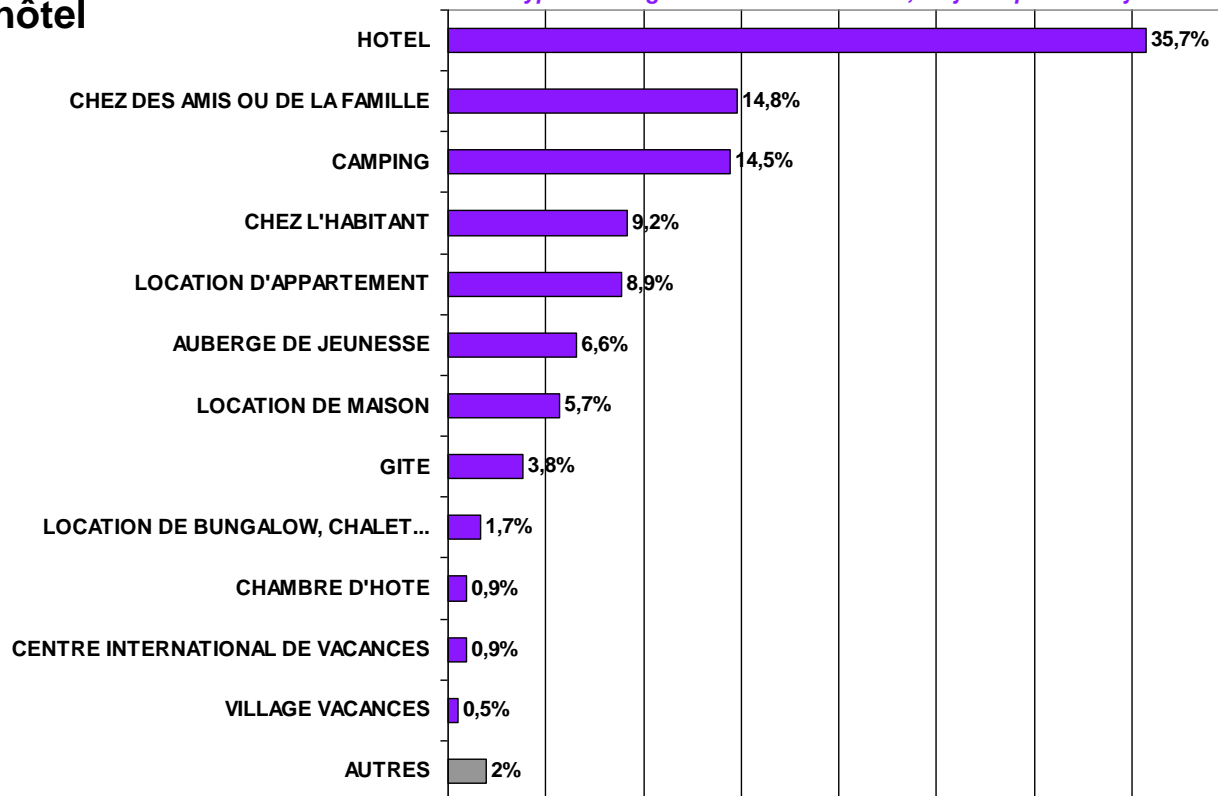
LE TRANSPORT : ANALYSE DES ECARTS PAR TYPE DE SEJOUR

| Quel moyen de transport avez vous choisi pour vous rendre sur place ? | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE A L'ETRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|---|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| L'AVION | 55% | 34% | 25% | 12% | 14% | 40% | 25% | 21% | 43% | 59% | 20% | 67% | 39% | 68% | 38% |
| LA VOITURE | 31% | 41% | 37% | 66% | 59% | 33% | 44% | 40% | 23% | 19% | 43% | 21% | 25% | 11% | 36% |
| LE TRAIN | 15% | 19% | 37% | 23% | 28% | 16% | 31% | 34% | 35% | 15% | 37% | 10% | 18% | 15% | 24% |
| L'AUTOCAR | 3% | 5% | 5% | 6% | 5% | 18% | 3% | 3% | 6% | 12% | 4% | 12% | 31% | 9% | 6% |
| AUTRES (Ferry, Moto ...) | 6% | 10% | 6% | 7% | 6% | 18% | 10% | 9% | 8% | 14% | 5% | 13% | 36% | 23% | 9% |

■ Un hébergement d'abord en hôtel

- ⇒ Les locations, tous formats confondus, arrivent en second (Appartement + Maison + Bungalow - Chalet = 16.3%)
- ⇒ Si le séjour est marchand, l'hébergement lui ne l'est pas systématiquement, 14,8% des interrogés déclarant avoir été hébergés chez des amis ou de la famille
- ⇒ Le camping occupe ensuite une place forte (14.5%)

Quel type d'hébergement avez-vous choisi, toujours pour ce séjour ?





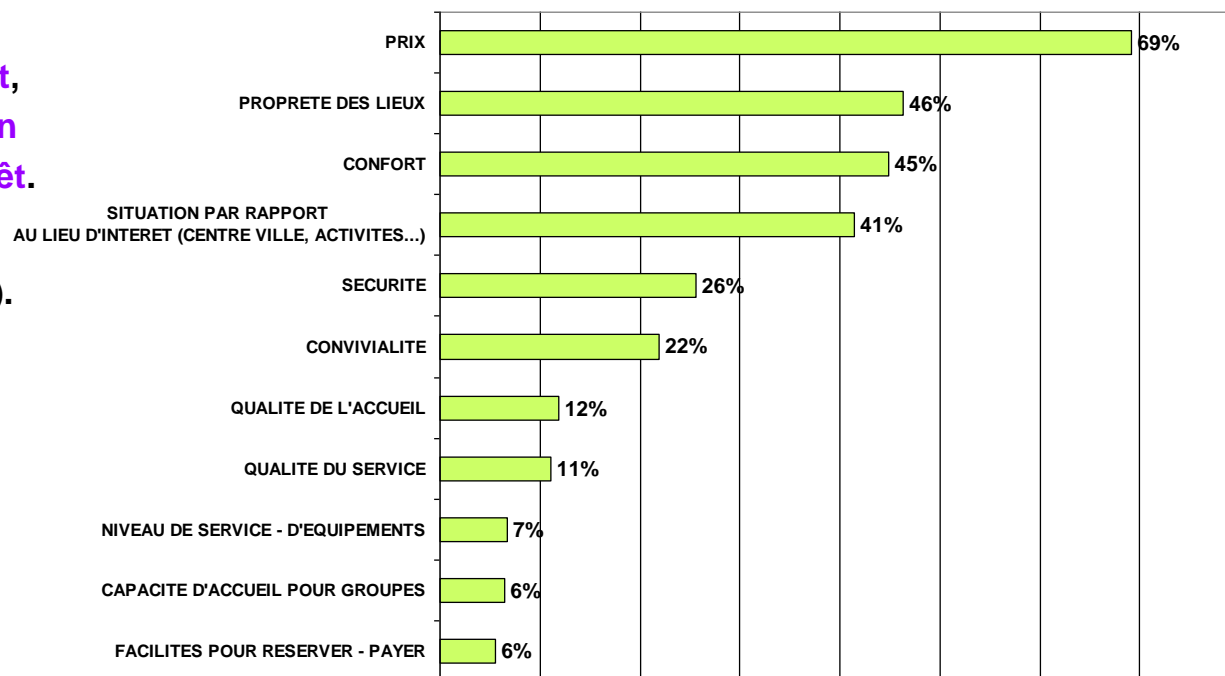
L'HÉBERGEMENT : ANALYSE DES ECARTS PAR TYPE DE SEJOUR

| Quel type d'hébergement avez-vous choisi, toujours pour ce séjour ? | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINÉRANT EN AUTONOMIE À L'ÉTRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|---|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| HOTEL | 48% | 29% | 34% | 20% | 17% | 29% | 21% | 32% | 45% | 68% | 33% | 33% | 22% | 22% | 35,7% |
| CHEZ DES AMIS OU DE LA FAMILLE | 12% | 18% | 14% | 15% | 17% | 16% | 15% | 13% | 18% | 5% | 13% | 20% | 5% | 23% | 14,8% |
| CAMPING | 11% | 22% | 18% | 3% | 23% | 14% | 25% | 31% | 2% | 10% | 16% | 8% | 39% | 4% | 14,5% |
| CHEZ L'HABITANT | 4% | 9% | 13% | 9% | 14% | 4% | 6% | 8% | 9% | 2% | 19% | 16% | 14% | 16% | 9,2% |
| LOCATION D'APPARTEMENT | 8% | 9% | 5% | 26% | 7% | 16% | 15% | 3% | 4% | 5% | 9% | 5% | 3% | 24% | 8,9% |
| AUBERGE DE JEUNESSE | 3% | 3% | 4% | 4% | 7% | 4% | 2% | 4% | 16% | 6% | 4% | 16% | 27% | 12% | 6,6% |
| LOCATION DE MAISON | 7% | 10% | 4% | 7% | 6% | 4% | 9% | 1% | 3% | 0% | 6% | 8% | 0% | 4% | 5,7% |
| GITE | 3% | 2% | 5% | 8% | 10% | 6% | 3% | 3% | 2% | 5% | 3% | 2% | 1% | 17% | 3,8% |
| LOCATION DE BUNGALOW, CHALET... | 2% | 2% | 2% | 5% | 1% | 4% | 1% | 2% | 0% | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 1,7% |
| CHAMBRE D'HOTE | 1% | 0% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 1% | 1% | 0% | 1% | 3% | 4% | 0% | 0,9% |
| CENTRE INTERNATIONAL DE VACANCES | 1% | 1% | 0% | 1% | 1% | 5% | 2% | 1% | 1% | 5% | 0% | 0% | 0% | 4% | 0,9% |
| VILLAGE VACANCES | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0,5% |
| AUTRES | 2% | 0% | 1% | 2% | 1% | 3% | 3% | 4% | 2% | 1% | 2% | 3% | 1% | 10% | 2% |
| Nombre moyen de réponses | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,4 | 1,1 |

- L'expression sur les critères de choix d'un hébergement fait apparaître **le prix comme premier critère de choix** pour 69% des interrogés ...

- ⇒ La différence pouvant ensuite se faire sur **la propreté des lieux**, cité par 46%, **le confort**, cité par 45%, puis **la situation par rapport au centre d'intérêt**.
- ⇒ Viennent ensuite **la sécurité (26%)** et **la convivialité (22%)**.

Parmi les éléments suivants quels sont pour vous les 3 plus importants dans le choix d'un hébergement ?



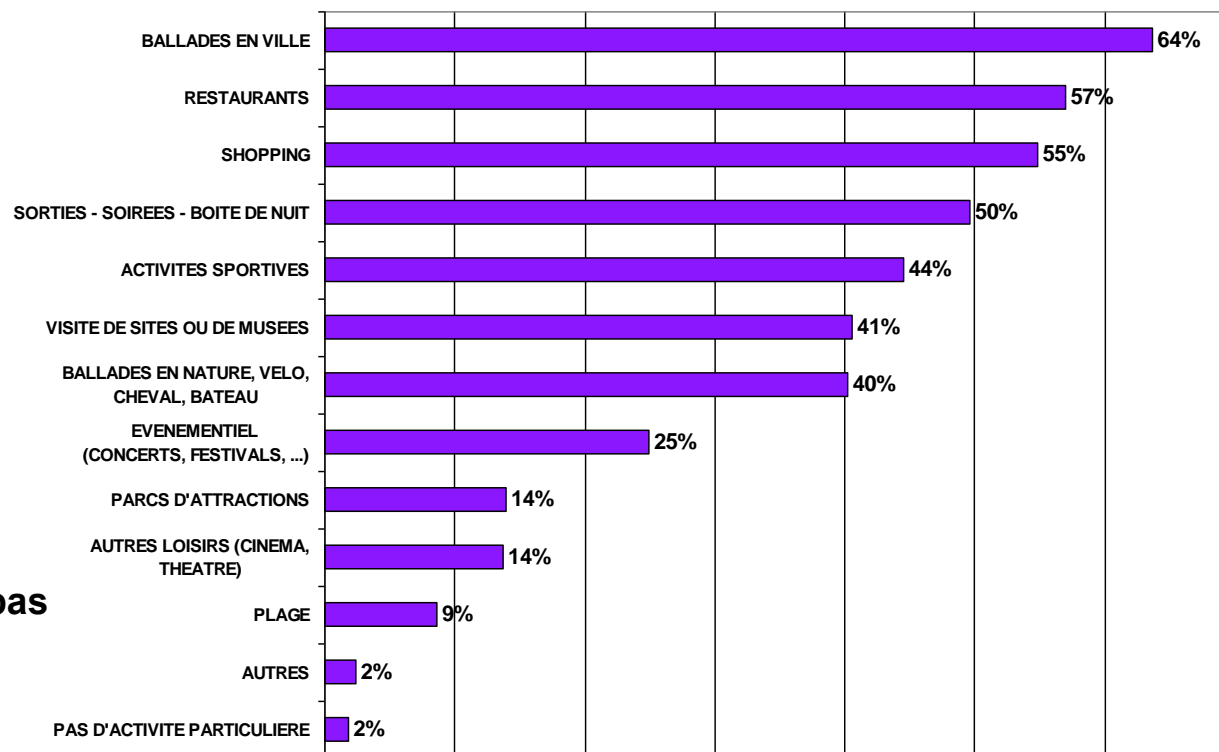
■ **Même s'ils sont placés sous le signe de la détente...**

- ⇒ Les **balades en ville** arrivent en premier et sont citées par 64%
- ⇒ Elles sont suivies par les **restaurants** (57%), le **shopping** (55%), les **sorties-soirées en boîte de nuit** (50%), et les **activités sportives** (44%)
- ⇒ Les activités culturelles (visites de sites ou de musées) arrivent ensuite mais sont tout de même citées par 41% des jeunes interrogés.

■ **... les séjours n'en demeurent pas moins actifs**

4.2 activités différentes sont en moyenne citées

Parmi les activités suivantes, lesquelles avez vous faites au cours de ce séjour ?



LES ACTIVITES : ANALYSE DES ECARTS PAR TYPE DE SEJOUR

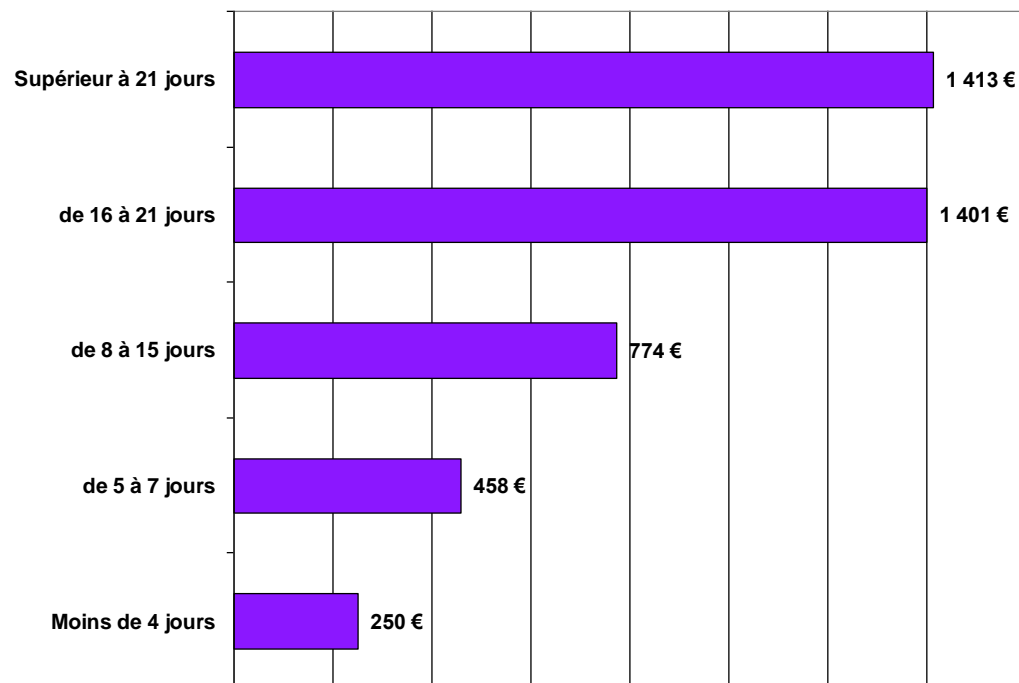
Parmi les activités suivantes, lesquelles avez vous faites au cours de ce séjour ?

| | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGES EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE A L'ETRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|---|-------|--------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| Effectif | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| BALADES EN VILLE | 58% | 65% | 75% | 47% | 56% | 40% | 57% | 59% | 81% | 71% | 71% | 69% | 65% | 59% | 64% |
| RESTAURANTS | 54% | 57% | 59% | 54% | 58% | 49% | 57% | 45% | 62% | 63% | 67% | 73% | 43% | 42% | 57% |
| SHOPPING | 59% | 60% | 62% | 41% | 48% | 24% | 47% | 53% | 59% | 55% | 53% | 66% | 30% | 46% | 55% |
| SORTIES - SOIREES - BOITE DE NUIT | 43% | 71% | 72% | 45% | 35% | 43% | 42% | 52% | 46% | 38% | 49% | 49% | 20% | 43% | 50% |
| ACTIVITES SPORTIVES | 40% | 54% | 44% | 74% | 62% | 76% | 81% | 26% | 20% | 30% | 39% | 36% | 35% | 45% | 44% |
| VISITE DE SITES OU DE MUSEES | 34% | 33% | 49% | 20% | 25% | 7% | 27% | 33% | 63% | 60% | 55% | 63% | 42% | 54% | 41% |
| BALADES EN NATURE, VELO, CHEVAL, BATEAU | 33% | 41% | 38% | 37% | 71% | 40% | 50% | 29% | 29% | 41% | 56% | 58% | 59% | 26% | 40% |
| EVENEMENTIEL (CONCERTS, FESTIVALS, ...) | 16% | 26% | 28% | 16% | 23% | 27% | 31% | 57% | 19% | 15% | 29% | 34% | 12% | 27% | 25% |
| PARCS D'ATTRACTIONS | 17% | 15% | 12% | 8% | 13% | 10% | 20% | 10% | 13% | 14% | 20% | 15% | 8% | 6% | 14% |
| AUTRES LOISIRS (CINEMA, THEATRE) | 9% | 10% | 11% | 10% | 20% | 6% | 17% | 10% | 19% | 10% | 19% | 26% | 27% | 25% | 14% |
| PLAGE | 14% | 23% | 9% | 3% | 3% | 3% | 3% | 2% | 4% | 6% | 5% | 5% | 5% | 3% | 9% |
| AUTRES | 3% | 1% | 2% | 2% | 3% | 0% | 0% | 1% | 2% | 6% | 2% | 4% | 5% | 11% | 2% |
| PAS D'ACTIVITE PARTICULIERE | 5% | 1% | 0% | 1% | 0% | 4% | 0% | 1% | 1% | 0% | 2% | 2% | 0% | 0% | 2% |
| Nombre moyen de réponses | 3,9 | 4,6 | 4,6 | 3,6 | 4,2 | 3,3 | 4,3 | 3,8 | 4,2 | 4,1 | 4,7 | 5,0 | 3,5 | 3,9 | 4,2 |

- Le budget moyen sur l'ensemble des interrogés est d'environ 655 € par séjour et par personne :


Au final pour ce séjour, quel a été votre budget par personne pour l'ensemble du séjour ?

- ⇒ Les **courts séjours** occasionnent une dépense d'en moyenne 250 €.
- ⇒ Les **séjours de une à deux semaines** occasionnent une dépense moyenne de 460 € à 775 € environ.
- ⇒ Les **séjours plus long** se traduisent par une dépense moyenne allant jusqu'à 1 400 € environ.



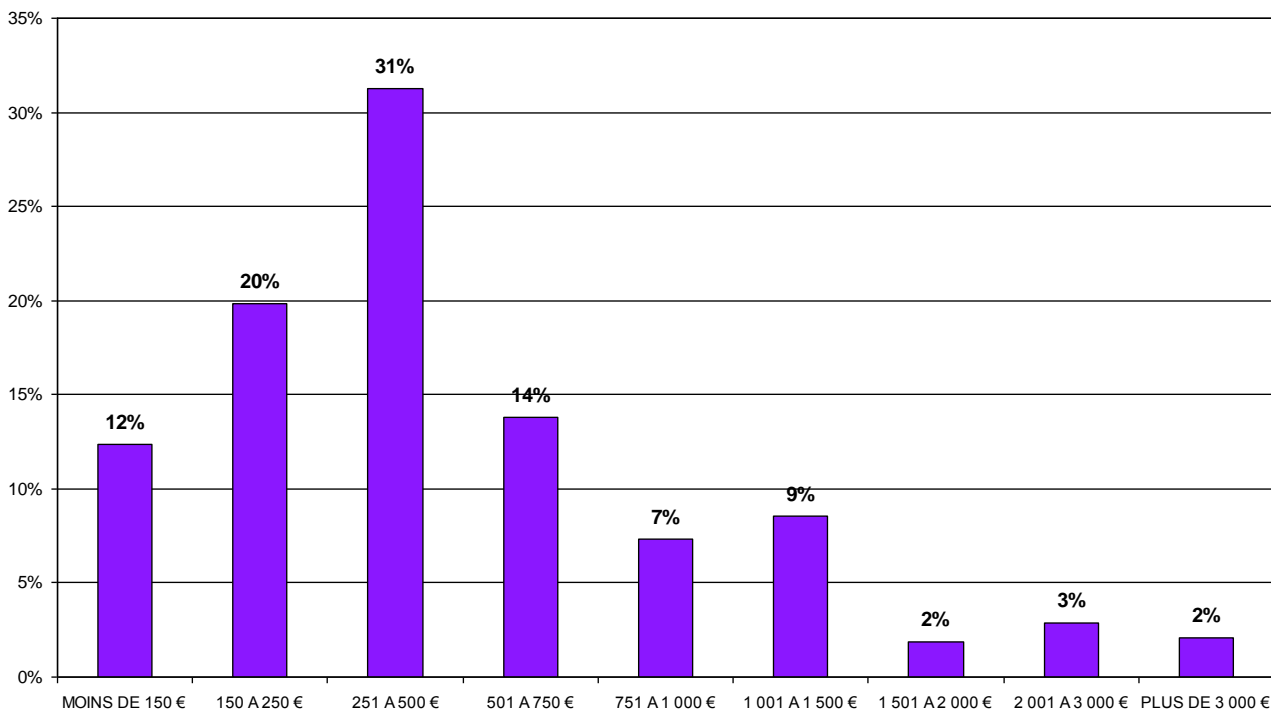
■ **L'analyse par type de séjour permet de définir assez précisément les budgets dépensés, au global et ramenés à la durée. Ainsi :**

- ⇒ Les séjours à fort budget global parce longs (tels les séjours linguistique, de bénévolat, itinérant à l'étranger) sont finalement ceux qui, au quotidien, engendrent le moins de dépenses.
- ⇒ Les séjours organisés (sportifs ou de découverte) sont, rapportés au budget quotidien, les plus onéreux.
- ⇒ Les autres séjours engendrent des dépenses allant de 40 € à 60 € par jour.



| | REPOS | FESTIF ENTRE AMIS A LA PLAGE EN ETE | FESTIF ENTRE AMIS PENDANT L'ANNEE | A LA MONTAGNE EN HIVER | A LA MONTAGNE EN ETE | SPORTIF ORGANISE ET ENCADRE | SPORTIF EN AUTONOMIE | POUR ASSISTER A UN EVENEMENT MUSICAL OU SPORTIF | GRANDE VILLE OU CAPITALE | CIRCUIT ORGANISE DE DECOUVERTE D'UN PAYS, D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE DANS VOTRE PAYS, AU SEIN D'UNE REGION | ITINERANT EN AUTONOMIE A L'ETRANGER | BENEVOLAT | LINGUISTIQUE | GLOBAL |
|-----------------------------|-------|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|---|--------------------------|--|--|-------------------------------------|-----------|--------------|--------|
| <i>Effectif</i> | 445 | 231 | 175 | 162 | 87 | 50 | 89 | 156 | 257 | 66 | 111 | 127 | 40 | 37 | 2033 |
| Dépense moyenne (en euros) | 747 € | 534 € | 506 € | 462 € | 559 € | 692 € | 580 € | 326 € | 570 € | 935 € | 678 € | 1 042 € | 1 172 € | 1 739 € | 654 € |
| Durée moyenne (en jours) | 13 | 11 | 9 | 8 | 13 | 10 | 15 | 8 | 11 | 13 | 14 | 24 | 42 | 53 | 13 |
| Dépense quotidienne estimée | 57 € | 50 € | 57 € | 56 € | 44 € | 71 € | 40 € | 42 € | 54 € | 71 € | 48 € | 44 € | 28 € | 33 € | 49 € |

■ Au global, les séjours les plus représentés sont ceux ayant engendré une dépense allant de 251 € à 500 €.



⇒ Le transport est le premier poste budgétaire, les autres postes étant assez équilibrés.
A noter des dépenses sur place au même poids que les autres postes.

| Structure de budget type | |
|--|-----|
| Composante du séjour | % |
| Le transport | 30% |
| L'hébergement | 24% |
| Les activités | 23% |
| Les dépenses sur place (restauration sorties, achats, ...) | 25% |

Merci de votre attention !
www.odit-France.fr