

“*opinion*way

LES PERCEPTIONS ET ATTENTES EN MATIERE DE TOURISME A L'ISSUE DE LA CRISE SANITAIRE – VAGUE 2

Note de synthèse



Juillet 2020

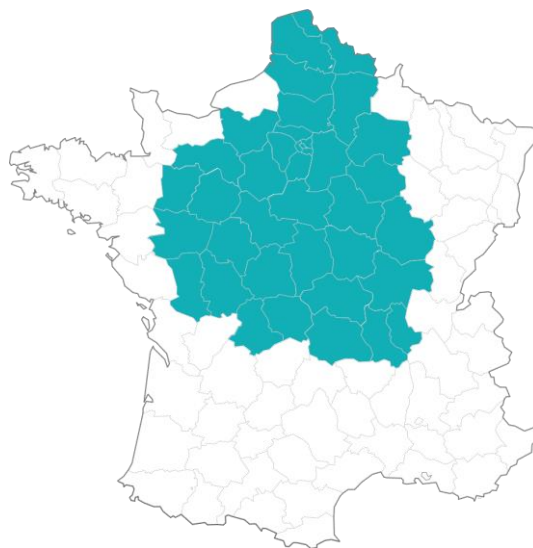
Votre contact chez OpinionWay :

Bruno Jeanbart
Directeur Général adjoint
15, place de la République
75003 PARIS
Tel: 01 81 81 83 00
bjeanbart@opinion-way.com

NOTE METHODOLOGIQUE

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 3038 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus résidant dans les 38 départements sélectionnés pour l'enquête**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de zone de résidence.

Les départements sélectionnés pour cette enquête :



Note : dans ce document seront désignés comme « les Français » les habitants des départements sélectionnés pour cette étude.

Les interviews ont été réalisées par **internet sur système CAWI** (*Computer Assisted Web Interview*).

Les interviews ont été réalisées **du 26 juin au 2 juillet 2020**.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Sondage OpinionWay pour le Conseil Départemental du Loir-et-Cher** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **0,8 à 1.8 points** au plus pour un échantillon de 3000 répondants.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A. Davantage de courts séjours prévus pour juillet et un net retour aux sorties en collectivité

- A l'image de ce qui était observé en juin, **les Français prévoient majoritairement des sorties pour ce mois de juillet mais restent toutefois prudents** : 66% souhaitent sortir mais raisonnablement (+3 points par rapport à juin), et seuls 5% comptent rattraper le temps perdu (+1 point). **Moins de 3 Français sur 10 souhaitent limiter leurs sorties à l'essentiel** (28% contre 33% en juin).
 - Notons qu'en juin les habitants des départements de l'est de la France étaient particulièrement prudents et souhaitaient massivement limiter leurs sorties à l'essentiel. Or **cette particularité ne s'observe plus pour juillet**, ils sont tout autant que la moyenne de l'ensemble des Français à limiter leurs déplacements (27% contre 43% en juin)
 - Toutefois **cette prudence reste corrélée à l'âge**. Seuls 17% des moins de 25 ans comptent limiter leurs déplacements, en baisse de 9 points par rapport à juin, contre 33% des 65 ans et plus (score proche de celui observé en juin : 35%).
- Les priorités des sorties en juillet restent identiques à juin : **retrouver leurs proches (86%, -2 points) et se promener en plein air (81%, stable)**. En revanche le souhait de sortir dans des lieux collectifs, que ce soit au restaurant (74%, +6 points) ou dans un lieu divertissant (parc d'attraction, zoo, jardin de château, musée... : 69%, +4 points) progresse fortement.
- **Ainsi parmi les Français souhaitant sortir dans un lieu divertissant, les jardins de châteaux sont en perte de vitesse par rapport à juin** (-6 points, à 25%) alors que les parcs d'attraction sont plébiscités par 24% d'entre eux (+7 points). Ces destinations séduisent tout particulièrement les plus jeunes, 45% souhaitant sortir pour se divertir pensent y aller, soit une progression de 22 points par rapport à juin.
 - Les autres destinations proposées sont citées par 1 répondant sur 10, que ce soit les châteaux de la Loire (12%, +2 points) ou les zoos (Beauval : 9%, +1 point ou un autre zoo : 11%, -3 points). **A l'image de ce qui était observé en juin, les châteaux de la Loire (21%, stable) et le zoo de Beauval (16%, -3 points) seront visités avant tout par la population locale.**
 - Si les visites prévues se feront essentiellement à la journée (72%, -5 points), **plus d'un quart des visiteurs envisagent un séjour de 2 jours minimum, un taux en progression de 6 points** par rapport à juin.

B. Des intentions de départ en vacances d'été en progression mais des modalités de séjours stables

- **En un mois la part de Français déclarant avoir l'intention de partir en vacances cet été progresse de 4 points**, atteignant la barre symbolique des 50%, que ce soit en août (34%, +3 points) et/ou en juillet (24%, -2 points). **Rappelons toutefois que ce taux d'intention de départs en vacances est de 10 points inférieur aux intentions enregistrées avant l'été 2019¹.**
 - **L'amélioration de la situation sanitaire des dernières semaines semble rassurer les seniors.** S'ils sont toujours un quart à souhaiter voyager en septembre (25%, -1 point), ils sont davantage à envisager un séjour dès cet été, **40%, +3 points en un mois.**
- Si davantage de Français envisagent de partir en vacances cet été que le mois dernier, **les modalités de leurs séjours restent similaires à ce qui était observé en juin.**
- **Ainsi une proportion équivalente de futurs vacanciers envisagent de partir à plus de 4 heures de leur domicile** (53%, +1 point), notamment ceux issus des régions de l'est et du nord de la France (Grand Est : 69%, Hauts-de-France : 65%, Bourgogne Franche-Comté : 64%). Les habitants de Nouvelle-Aquitaine privilégient quant à eux des trajets de 2h à 4h (42% contre 27% en moyenne).
- **Les destinations envisagées par les futurs vacanciers sont identiques** à celles recueillies en juin. Sans surprise le bassin méditerranéen est la première destination citée (18%, stable), suivi de la Bretagne (12%, -1 point), du sud-ouest (12%, stable) et de la façade atlantique (11%, stable).
- **Ces destinations relativement éloignées du domicile impliquent des vacances longues, de deux semaines ou plus pour 55% des futurs vacanciers** (+1 point). Les craintes d'une seconde vague épidémique et les incertitudes concernant la situation économique jouent certainement dans le choix de limiter leurs séjours pour 65% des Français ayant l'intention de partir en vacances : 37% ne partiront qu'une semaine (stable par rapport à juin) et 8% 2 ou 3 jours seulement (stable).
 - Les vacanciers des départements issus du Grand Est (58%), d'Île-de-France (64%) et des Hauts-de-France (53%) envisagent majoritairement des séjours de deux semaines minimum. A l'inverse **les résidents du Centre-Val-de-Loire envisageant des vacances sont 47% à prévoir qu'une seule semaine** (contre 37% en moyenne) **et 15% 2 à 3 jours seulement** (contre 8% en moyenne). **Les professionnels de la région pourront visiblement compter sur une clientèle très locale pour cette saison.**
- Avec une durée de séjour et des destinations prévues identiques à ce qui était observé en juin, **le budget envisagé pour ces vacances varie également assez peu.** 67% des futurs vacanciers comptent y consacrer un budget de moins de 1000€ (+2 points), **notamment les plus jeunes (moins de 25 ans : 80%) et les habitants du Centre-Val-de-Loire (81%).**

¹ La proportion de Français envisageant de partir en juillet a progressé de 6 points entre le 4 et 19 mai et de 7 points pour août (Sondage Opinionway pour OuiSnctf).

- Seul un tiers des vacanciers prévoient un budget de 1000€ ou plus (-2 points par rapport à juin), et plus particulièrement les catégories les plus aisées (35%), les plus de 35 ans (36%) et les résidents d’Ile-de-France (37%) et des Hauts-de-France (38%).
 - **Finalement pour près d’un quart des vacanciers ce budget sera inférieur à celui de l’an dernier** (23%, +3 points par rapport à juin), **une estimation partagée quel que soit le profil socioéconomique des personnes interrogées**. Les deux-tiers des vacanciers comptent sur un budget identique aux années précédentes 64%, un indicateur en baisse de 5 points par rapport à juin.
 - **Ils seront toutefois 59% (stable) à consacrer une partie de leur budget à financer un hébergement payant**, principalement en location (23%), en hôtel (14%) ou en camping (11%).
 - **Les sites internet institutionnels restent le moyen d’information le plus utilisé pour préparer ces vacances**. 66% ont eu recours aux sites des offices de tourisme ou des collectivités pour se renseigner sur les séjours envisageables (stable par rapport à juin), un atout pour les territoires qui maîtrisent ainsi leur communication et leurs offres. Les moyens d’information qui échappent en grande partie aux acteurs du tourisme sont finalement peu utilisés : 24% des Français concernés se sont renseignés via leurs proches et 10% par les réseaux sociaux. Si la part des réseaux sociaux semble marginale dans cette recherche d’information, soulignons que 22% des 18-24 ans y ont eu recours pour préparer leurs vacances.
- C. Des vacanciers particulièrement attentifs aux mesures sanitaires mises en place dans les lieux clos**
- **Les futurs vacanciers expriment spontanément des attentes fortes** en matière de gestes barrières dans les lieux clos, jugeant que ça constituera un atout...
 - ✓ **...lors de la visite de musées ou châteaux**, pour 49% des vacanciers, un score en progression de 6 points par rapport à juin ;
 - ✓ **...dans les restaurants**, pour 46%, +7 points ;
 - ✓ **...ou dans les hébergements**, pour 41%, +11 points en un mois.
 - Dans le détail les visiteurs de musées et châteaux attendent la mise place de protections individuelles (20%), masque obligatoire essentiellement, et la limitation du nombre de visiteurs (19%).
 - Dans les restaurants les consommateurs seront tout particulièrement attentifs au respect des distances de sécurité (25%) alors que dans les hébergements c’est avant tout la propreté, le nettoyage régulier et la désinfection des lieux qui est demandé spontanément (11%).
 - **Notons que la demande spontanée de gestes barrières sur les sites de visites en plein air baisse de 5 points par rapport à juin**. Même si ces mesures sont toujours les premières citées par les répondants comme atout supplémentaire pour les visites, la fin du port du masque obligatoire dans la vie quotidienne (hors transports publics) semble avoir un impact sur les attentes des futurs visiteurs. Ainsi seuls 10% des répondants seront attentifs à la limitation du nombre de personnes sur les sites de plein air (-3 points) et 9% au respect des distances de sécurité (-3 points).

- La mise en place de gestes barrières sera déterminante pour les professionnels du tourisme afin de rassurer leur clientèle, mais **notons la baisse de l'intensité de l'importance accordée à ces dispositions**. En moyenne les futurs vacanciers évaluent cette importance avec une note de 7.5/10, proche de celle de juin (7.6/10) **mais la proportion de ceux donnant une note de 9 à 10 baisse de 4 points** par rapport à juin (à 31%), se reportant sur les notes de 6 à 8 (51%, +5 points).
 - Les plus âgés restent les plus prudents par rapport à la crise sanitaire, 38% des 65 ans et plus attribuant une note de 9 à 10 à l'importance accordée aux gestes barrières, contre 22% seulement des moins de 25 ans.
- **Les gestes barrières jugés les plus importants sont, comme ce qui avait été mesuré en juin, ceux portant sur l'hygiène et la protection individuelle :**
 - ✓ La mise à disposition de points d'eau pour se laver les mains notamment (8.3/10, -0.1 point) et la distribution de gel hydroalcoolique (8.2/10, stable) sont les mesures jugées le plus importantes, avec a minima 50% des répondants attribuant une note de 9 ou 10 ;
 - ✓ L'obligation de porter un masque, que ce soit pour les employés (8.0/10, -0.1 point) ou les visiteurs (7.9/10, stable), est également plébiscitée avec respectivement 45% et 47% de notes de 9 à 10 ;
 - ✓ Enfin la limitation du nombre de visiteurs est également une mesure jugée importante (7.8/10, -0.1 point), et notamment, comme cela a été évoqué spontanément, lors des visites de sites clos.
 - Si l'adaptation des services de restauration est également jugée comme important (7.2/10, -0.1 point), seuls 24% des répondants y accordent une note de 9 à 10. Moins déterminants encore, le marquage au sol (6.9/10, -0.2 points) ou la présence d'agents de sécurité (6.7/10, stable) ne semblent pas être des mesures jugées indispensables.

En conclusion, cette étude révèle quelques grands enseignements :

- Les Français interrogés comptent effectuer des sorties dans les prochaines semaines **mais restent prudents** quant à leur fréquence, notamment les plus âgés. **Ils envisagent de se rendre davantage dans les lieux collectifs**, restaurant, lieux de divertissements, qu'en juin.
- **Les prévisions de départ pour cet été sont plus élevées que ce qui était mesuré en juin**, bien qu'inférieures à ce qui avait été observé pour l'été 2019. **Toutefois les modalités de ces vacances restent similaires aux intentions de juin** : des budgets stables ou en baisse par rapport à l'année précédente, des séjours de 2 semaines essentiellement mais avec une forte proportion de Français n'envisageant qu'une semaine au plus de séjour, et des destinations inchangées, bassin méditerranéen en tête.
- **Notons que les résidents du Centre-Val-de-Loire envisagent des vacances hors de leur région plutôt courtes** et seront peut-être, plus que les années précédentes, **moteurs pour les professionnels du territoire pour cette saison estivale**. Les châteaux de la Loire et le zoo de Beauval devraient notamment pouvoir bénéficier des sorties « détentes » de ces résidents.

- Enfin **les vacanciers seront particulièrement attentifs aux mesures sanitaires mises en place** notamment lors des visites de lieux clos et dans les établissements de restauration.