



COMMUNIQUÉ

Enquête Alliance France Tourisme – IPSOS *

Vacances d'été 2025 : entre désir d'évasion, contraintes économiques et nouvelles attentes, les Français s'adaptent.

Paris le 7 mai 2025 – À l'approche de la période estivale, une enquête réalisée par IPSOS pour l'Alliance France Tourisme met en lumière une constante : en dépit d'un contexte international troublé et d'un climat économique incertain, le désir de départ en vacances demeure profondément ancré chez une majorité de Français. Entre quête de ressourcement, arbitrages financiers contraints et émergence de nouvelles pratiques touristiques, les congés d'été s'imposent comme un révélateur des dynamiques économiques et des transformations sociétales actuelles.

Une majorité de Français souhaite partir... mais pas sans arbitrages.

Le besoin de ressourcement et les liens familiaux au cœur des attentes. En effet, pour 63% des Français, les vacances représentent avant tout un besoin d'air et d'évasion. 61% associent cette période à la joie et au bonheur, 40% au plaisir de passer du temps en famille. **Cependant, 28% expriment des inquiétudes budgétaires** et 6% estiment que l'organisation des vacances peut devenir une source de stress.

Au-delà des attentes, le « passage à l'acte » semble se confronter à un contexte économique tendu. Si une majorité de Français déclarent envisager de partir cet été pour un séjour d'au moins une semaine - Parmi eux, **50%** sont certains de partir, tandis que **27%** demeurent flexibles dans leurs projets - **23%** savent déjà qu'ils ne partiront pas, particulièrement chez les habitants issus des territoires ruraux (31%), les seniors (27%) et les personnes aux revenus modestes (32%).

Par ailleurs, les Français qui envisagent de partir en vacances le feront avec un **budget** placé sous le signe de la maîtrise et de l'adaptation, pour un montant **moyen estimé à 1 820€**. Au sein de cette moyenne, certaines disparités sont à souligner : **31%** des vacanciers comptent dépenser moins de 1000€, **33%** visent entre 1000€ et

2000€, et seuls **16%** dépasseront 3000€. Conscients notamment des effets de l'inflation, **39 %** des Français ayant l'intention de partir cet été déclarent vouloir réduire leur budget vacances, principalement en restreignant les dépenses dites « plaisir » ou non essentielles (**70%** pensent restreindre restaurants, shopping ou activités) ou en écourtant la durée de leurs séjours (**30%**).

Portrait-robot des vacances d'été françaises en 2025 : Destination France, transports, hébergements et nouveaux comportements.

La France reste la destination privilégiée pour 68% des vacanciers, majoritairement pour les seniors (**74%** des 55-75 ans). L'Europe attire **26%** des futurs vacanciers, surtout les jeunes (**34%** des 18-34 ans), et **13%** prévoient de voyager hors Europe.

Les modes de transport révèlent des habitudes ancrées. En effet, la voiture demeure le mode de transport favori (**61%**), notamment pour les séjours en France (**72%**), tandis que l'avion est privilégié pour l'Europe (**55%**) et au-delà (**90%**). Le train séduit **18%** des vacanciers, particulièrement les jeunes (**28%** des 18-34 ans).

Côté hébergement, les Français privilégient les locations saisonnières individuelles (**39%**), suivies par l'hôtel (**26%**) et l'hébergement gratuit chez des proches (**20%**). Le camping conserve ses fidèles (**17%** pour les longs séjours), notamment parmi ceux voyageant en France (**21%**).

De nouvelles pratiques en émergence : Le "workation" (travailler depuis un lieu de vacances) séduit **24%** des vacanciers, un chiffre qui grimpe à **45%** chez les 18-34 ans. Les mini-breaks connaissent aussi un essor : **13%** envisagent d'en faire plus souvent, surtout parmi les CSP+ et les hauts revenus. Des formes alternatives comme le Wwoofing (travail dans des fermes en échange du logement) intéressent **26%** des jeunes, tandis que des pratiques comme l'échange de maisons ou le Couchsurfing peinent encore à convaincre une majorité.

Congés d'été : Vacances idéales des Français et principales craintes.

Questionnés sur les vacances idéales, les Français choisissent l'évasion et l'authenticité : Concernant la destination de rêve, **28%** optent pour des plages paradisiaques, **23%** pour une immersion en pleine nature et **20%** pour un tour du monde en croisière. L'imaginaire de vacances s'incarne aussi dans des références cinématographiques populaires : **17%** rêveraient d'un été façon "Mamma Mia !" sur une île grecque et **16%** évoquent l'univers convivial du film "Camping".

S'agissant des appréhensions liées aux vacances, **73 %** des Français expriment une crainte marquée d'être victimes d'arnaques et se montrent particulièrement vigilants quant à leur sécurité, notamment en ce qui concerne le logement ou le vol de biens personnels. D'autres sources d'inquiétude émergent également : les conditions

météorologiques défavorables (35%), un budget jugé insuffisant (21 %) ainsi que d'éventuelles difficultés de transport (19 %).

Pour l'Alliance France Tourisme, l'enquête montre qu'en 2025, plus que jamais, les vacances resteront un moment essentiel de ressourcement, d'évasion et de partage, malgré les contraintes économiques et les défis organisationnels. Flexibilité, recherche d'authenticité et résilience définissent les nouvelles aspirations des Français, pour un été placé sous le signe de l'optimisme et de l'inventivité.

L'enquête IPSOS en intégralité :

https://drive.google.com/file/d/1wBavGHyTXI5zio4yvXPJDxFwz4ah7Znl/view?usp=share_link

La note d'analyse de l'enquête :

<https://drive.google.com/file/d/1eSulEAQOaO3yK14hplHU6xp0JR7hMlMb/view>

L'Alliance France Tourisme, en quelques mots :

Lieu de réflexion et d'action, l'Alliance France Tourisme travaille à la manière d'un *think tank* pour aborder l'ensemble des sujets liés au tourisme et à l'attractivité de la France.

Composée des entreprises leaders du secteur du tourisme, l'Alliance France Tourisme permet de mettre en commun les expertises, de présenter une vision globale du tourisme et de proposer des analyses et des recommandations.

Chaque membre est un maillon essentiel de la chaîne de valeur du tourisme : aéroport, transport, hébergement, cafés-restaurants, organisateur d'événements, shopping, loisirs, etc.

Par leur taille, la diversité de leurs métiers et leur empreinte sur l'économie - plus d'un million de salariés - ces entreprises permettent de fixer un cap des politiques et des investissements nécessaires pour développer l'attractivité de la France et structurer l'industrie.



Atream



Belambra
L'Art de l'Hôtel



EUROPEAN
CAMPING
GROUP



B
BARRIÈRE



HUTTOPIA

newrest



VIPARIS