



60% de Français envisagent de partir cet été mais ils réduiront la durée de leur séjour pour limiter la hausse sensible de leur budget vacances : 1 512 euros par foyer

Si les intentions de départ cet été restent stables (-2pts par rapport à 2022), les Français doivent toutefois revoir leurs habitudes pour s'offrir des vacances dans un contexte inflationniste. Avec un budget moyen anticipé qui augmente de 8% par rapport à l'année dernière (1 512 euros contre 1 396 euros en juillet 2022), les futurs estivants prévoient des séjours plus courts : une semaine ou moins pour près de la moitié d'entre eux.

CHIFFRES CLÉS

- **40% des Français n'ont pas prévu de partir en vacances cet été (+2pts par rapport à juillet 2022) ;**
- **68% des Français qui ont prévu de partir en vacances le feront pour une durée de 1 à 2 semaines ;**
- **Le budget moyen prévu pour les vacances augmente de 8% par rapport à 2022 et s'établit à 1 512 euros par foyer.**
- **71% des Français déclarent que partir en vacances leur demande un effort financier.**

L'inflation pèse sur les projets vacances des Français

L'augmentation continue des prix depuis un an impacte le budget dédié aux vacances pour les 60% de Français qui prévoient de partir cet été. Chaque foyer dépensera en moyenne 1 512 euros (+8% vs 2022).

Pour les foyers avec enfants, ce budget moyen est supérieur et est estimé à 1 641 euros contre 1 498 euros en 2022, soit une hausse de 9%. De même, si le budget vacances des Français les plus modestes reste nettement inférieur à la moyenne (1 150 euros pour ceux dont le foyer gagne moins de 2 000 euros par mois), il connaît une augmentation plus importante : +22% par rapport à l'été dernier.

Dans ce contexte, partir en vacances demande un effort financier à plus de sept Français sur dix (71%). Un quart d'entre eux déclare réduire son budget transports (28%) ou alimentation (25%) pour pouvoir partir cet été.

Parmi les 40% de Français qui ne prévoient pas de partir cet été, plus de la moitié avoue ne pas en avoir les moyens (58%) et attendra les offres de dernière minute pour éventuellement envisager un séjour cet été (40%).

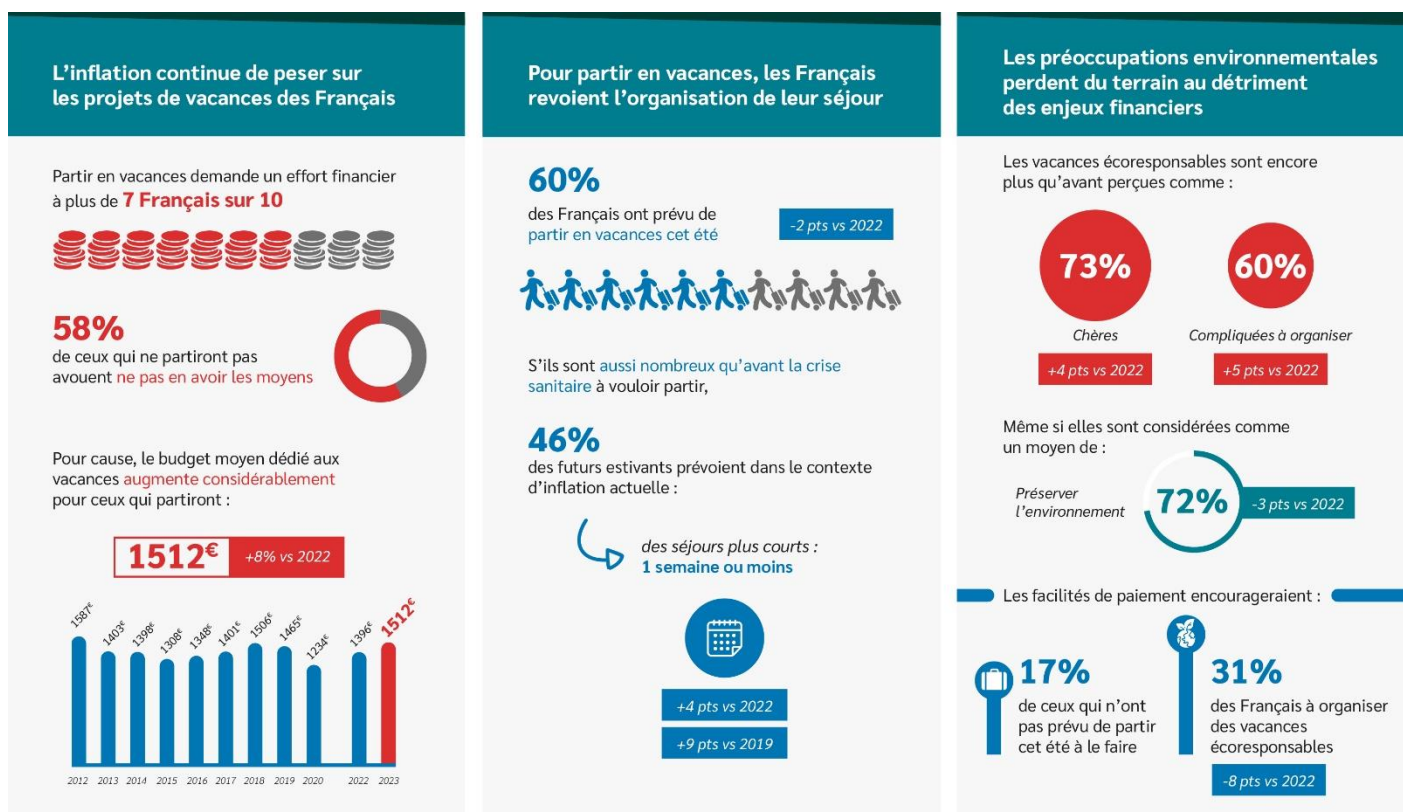
Pour partir en vacances, les Français revoient la durée de leurs séjours

Plus d'un Français sur deux (52%) déclare que la situation économique actuelle les incite à revoir leurs projets de vacances. Afin de ne pas faire exploser leur budget, les futurs estivants prévoient des durées de séjour plus courtes que les années passées. Ainsi, ils seront 10% à partir moins d'une semaine (+2pts vs 2022 et +5pts en 10 ans), 36% à partir une semaine (+2pts vs 2022 et +12pts en 10 ans), 32% à partir deux semaines (-4pts vs 2022). Seuls 22% partiront trois semaines ou plus (stable par rapport à 2022).

Les préoccupations environnementales écartées aux profit des préoccupations financières

La proportion de Français qui déclare limiter autant que possible l'impact environnemental de ses vacances est en baisse de 7 points par rapport à 2022 (41%). Et les trois quarts d'entre eux le font tant que cela n'impacte pas à la hausse leur budget vacances.

Cependant les Français ont bien conscience de l'intérêt du tourisme écoresponsable. La grande majorité estime que ce type de tourisme est une solution efficace pour préserver l'environnement (72%, -3 pts vs 2022), que cela donne le sentiment d'être utile à la société (70%, -4 pts) et de découvrir de nouveaux endroits (78%, -5 pts). Mais les vacances écoresponsables sont encore plus qu'avant perçues comme chères par les interviewés (73%, +4 pts vs 2022) et compliquées à organiser (60%, +5 pts).



Service presse de Sofinco : Claire Garcia - +33 (0)1 87 38 22 81 - +33 (0)6 80 41 17 77 - presse@ca-cf.fr

À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 034 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Les interviews ont été réalisées du 26 au 27 avril 2023 par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre de la consommation et du quotidien par Sofinco](#)

À propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A., qui distribue depuis plus de 70 ans une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2022 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ».

Pour en savoir plus : www.sofinco.fr