

Communiqué de presse

Vacances : 2 personnes sur 3 préfèrent le repos aux activités

[Étude GfK – 17 pays]

28/04/2017

Suresnes, le 28 avril 2017 – Dans le cadre d'une enquête en ligne menée par l'institut d'études GfK dans 17 pays, 59 % des personnes interrogées déclarent préférer « des vacances reposantes avec peu d'activités ». Des positions très tranchées puisque à peine un tiers des répondants (35 %) préfèrent « des vacances actives avec beaucoup d'activités » et seulement 6 % d'indécis.

- À l'échelle internationale, 59 % des gens préfèrent des vacances reposantes quand 35 % préfèrent des vacances actives
- Le repos arrive en tête au Brésil, en Corée du Sud et au Japon tandis que les vacances actives sont généralement privilégiées en Italie, France et Espagne
- Les adolescents sont les plus énergiques, 43 % d'entre eux préférant les activités

GfK ne relève quasiment aucune différence de préférence entre les hommes et les femmes. Les hommes sont très légèrement plus enclins au calme dans leurs choix de vacances (60 % d'entre eux pour des vacances reposantes, soit +2 points vs les femmes). Et égalité hommes / femmes parfaite quant aux choix de vacances actives (35 %).

1 Italiens et Français sur 2 préfèrent des vacances actives quand 2 Brésiliens et Sud-Coréens sur 3 souhaitent se reposer

L'Italie (45 %), la France (44 %) et l'Espagne (43 %) arrivent en tête des internautes préférant des vacances actives. En revanche, au Brésil (71 %), en Corée du Sud (66 %) et au Japon (66 %), on privilégie fortement les vacances reposantes avec peu d'activités.

« L'attrait plus marqué des Français pour des vacances actives, s'explique par la combinaison d'une Histoire et d'une offre culturelle locale forte et par la diversité climato-géographique importante, précise Fabien Rondeau, Directeur Travel & Logistic chez GfK France. Cette situation se retrouve également en Italie et en Espagne. »

Vacances plus dynamiques pour les familles avec adolescents

La présence d'adolescents au foyer pousse à prévoir beaucoup de choses à voir et à faire pendant ses congés. Ainsi, la préférence pour des vacances actives passe à 39 % quand les vacances reposantes y sont légèrement moins populaires, à 57 %.

En revanche, les enfants au foyer n'ont qu'un impact limité dans le style de vacances privilégié. Du côté des familles avec enfants de – 6 ans ou de 6 – 12 ans, deux tiers d'entre elles (62 %) privilégient des vacances reposantes et l'autre tiers, pour des vacances actives.

Quadra : objectif farniente Vs Ado : option activités

À l'échelle mondiale, les plus grandes différences observées sont entre les tranches d'âge. Les adolescents sont les plus enclins à privilégier des vacances dynamiques : 43 % contre 51 % préférant des vacances reposantes. Cette préférence pour les activités pendant ses congés chute

GfK

40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

Management

Frédéric Wasson
Bruno Botton
François Klipfél
Benoît Lehut
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

ensuite régulièrement avec chaque tranche d'âge, se terminant avec les quinquagénaires et les 60 ans et plus, dont seulement un tiers (33 %) privilégient des vacances actives.

En revanche, les plus grands adeptes du farniente sont les quadra, et non les aînés. Les quadra sont 64 % à privilégier le repos, contre 57 % chez les 60 ans et plus.

Laurence Michael, directrice Monde de la recherche sur le Voyage et l'Hôtellerie chez GfK, explique : « *la valeur de cette étude réside dans la combinaison de ces données auto-déclarées avec nos observations, basées sur les réservations de séjours, transmises en direct par les points de vente partenaires de GfK. Grâce à cette approche, nous identifions ce qui est réservé et par qui, accompagnant ainsi nos clients dans la segmentation fine de leur audience et dans la détection de potentiel client, à la fois au niveau mondial et national.* »

Télécharger les résultats complets pour les 17 pays :

<http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/>

A propos de GfK

GfK fournit une information de référence sur les marchés et les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Par l'utilisation de technologies innovantes et la maîtrise de l'analyse de données, **GfK transforme la Big Data en Smart Data**, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contact RP MONDE :

Amanda Martin, RP monde, +44-7919-624-688
Stefan Gerhardt, RP monde, +49-911-395-4440
press@gfk.com

Contacts Media France

Magali Saint-Laurent
Mobile : 07 86 41 54 15 | Ligne directe : 01 74 18 60 24
magali.saint-laurent@gfk.com