

Quels sont les principaux enseignements de cette enquête ?

- Interrogés sur la manière dont ils choisissent leur destination de séjour pour les vacances d'été et les ponts de mai, **près de la moitié des Français (45%) indique qu'ils apprécient d'en discuter avec les autres** personnes concernées afin de prendre une décision ensemble. **Ils sont presque autant à préférer choisir seul** (43% pour les vacances d'été et 40% pour les ponts de mai) quand **seuls 8% et 11% acceptent de se laisser guider par l'un de leurs proches**.
- Invités à imaginer le pont de mai idéal, **les Français se projettent majoritairement dans un départ en famille (41%) ou en amoureux (30%)** mais ils sont davantage divisés quant au type de destination (38% au calme à la campagne, 35% au soleil et 23% dans une capitale européenne).
- En termes d'activités, les Français considèrent que les ponts de mai sont plutôt **l'occasion de décompresser, ne rien faire** (74% contre 23% y voyant plutôt l'opportunité de bouger, faire du sport ou multiplier les activités), l'occasion de **se couper de son quotidien** (78% contre 18% qui prennent le temps d'accomplir les tâches du quotidien qu'ils délaissent habituellement), de **passer du temps avec leurs proches** (64% contre 33% « prendre du temps pour soi ») et de « **changer d'air** » (55% contre 41% « profiter autrement de son environnement habituel »).
- Sur le thème des **technologies numériques en vacances**, **les Français déclarent utiliser plus souvent en vacances leur appareil photo numérique (60%) mais ne changent majoritairement pas leurs habitudes pour ce qui est du téléphone portable (58%), de l'ordinateur (37%) ou des réseaux sociaux (30%)** même si une part non négligeable d'entre eux utilisent tout de même moins ces outils numériques en vacances (respectivement 23%, 31% et 19%).
- **A la fin de leurs vacances, les Français indiquent le plus souvent garder leur photos pour eux et en développer une sélection (44%)** quand 23% les présentent en diaporama à leur proche, 16% finissent par les oublier stockés sur leur ordinateur et 7% les publient sur les réseaux sociaux.

- Interrogés sur la destination France, **les Français imaginent que les étrangers visitent l'hexagone avant tout pour son patrimoine culturel (94%), la beauté de ses paysages (93%), sa gastronomie (93%)** ou dans une moindre mesure pour faire du shopping (82%).
- **Plus de la moitié des Français déclarent que s'ils devaient faire visiter une région française à des amis étrangers ils opteraient pour Paris et ses monuments célèbres (52%),** la côte Ouest, les châteaux de la Loire et la gastronomie du Sud-Ouest étant pour leur part cités par environ un quart des Français, devant la Côte d'Azur, les parcs régionaux du centre de la France et la Champagne.
- Pour ce qui est de leurs préférences personnelles, les Français déclarent que les monuments qu'ils souhaiteraient le plus visiter parmi ceux qu'ils n'ont pas encore vus sont **la cité médiévale de Carcassonne, l'abbaye du Mont Saint-Michel, le château de Versailles** et le **viaduc de Millau**. En termes de gastronomie, ce sont les **crêpes bretonnes** qui remportent de loin le plus de citations (43%), les autres spécialités citées recueillant de 6% pour la potée auvergnate à 27% pour la choucroute alsacienne.

Dans le détail :

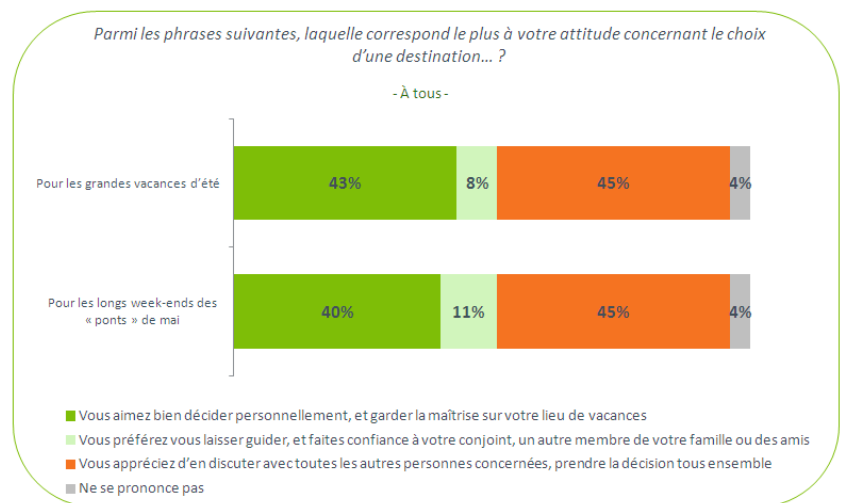
Partie 1 : Les ponts de mai

Le choix de la destination, une décision que les Français aiment prendre eux-mêmes, que ce soit pour de longues vacances estivales ou pour les ponts de mai

Les Français déclarent majoritairement souhaiter participer au choix de leur lieu de séjour, que ce soit pour les grandes vacances d'été ou pour les ponts du mois de mai. En effet, 43% des Français indiquent qu'ils « aiment bien décider personnellement, garder la maîtrise sur leur lieu de vacances » pour les vacances estivales et presque autant - 40% - en ce qui concerne les longs week-ends des ponts de mai. Dans les deux cas, 45% des Français apprécient « d'en discuter avec toutes les autres personnes concernées » et en faire une décision collégiale. Quand seulement 8% acceptent de laisser quelqu'un d'autre prendre la décision pour eux de la destination de leurs vacances d'été et font confiance pour cela à leur conjoint, un autre membre de leur famille ou des amis. Cette proportion est légèrement plus forte en ce qui concerne les ponts de mai mais reste très largement minoritaire (11%).

Ainsi, **le choix de la destination de vacances apparaît comme une décision impliquante, que les Français ne souhaitent pas déléguer.**

Constatons que les hommes sont un peu plus nombreux que la moyenne à apprécier de se laisser guider (respectivement 13% pour les vacances d'été et 14% pour les ponts de mai) quand les femmes optent un peu plus pour la collégialité. On observe également que plus le foyer est grand, plus la décision a tendance à être prise à plusieurs : ainsi 58% des personnes seules déclarent préférer décider personnellement de leur lieu de vacances d'été, quand 50% des personnes en couple sans enfant décident conjointement et quand 59% des personnes en couple ayant des enfants en discutent avec toutes les personnes concernées.

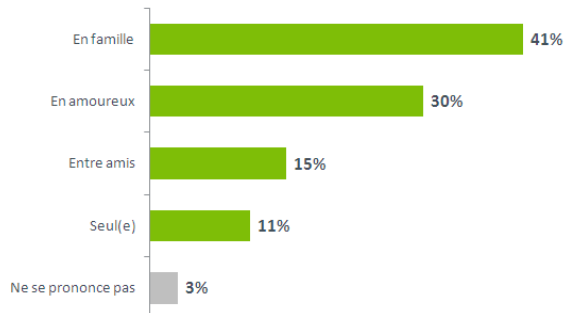


Des ponts de mai en famille, plutôt à la campagne ou au soleil

Invités à imaginer le pont de mai idéal, les Français se projettent majoritairement dans un départ en famille (41%) ou en amoureux (30%) plus qu'entre amis (15%) ou seuls (11%).

Pour vous, les « ponts » du mois de mai, c'est ou ce serait plutôt l'occasion de partir... ?
(réponse donnée à l'aide d'une liste)

- À tous -



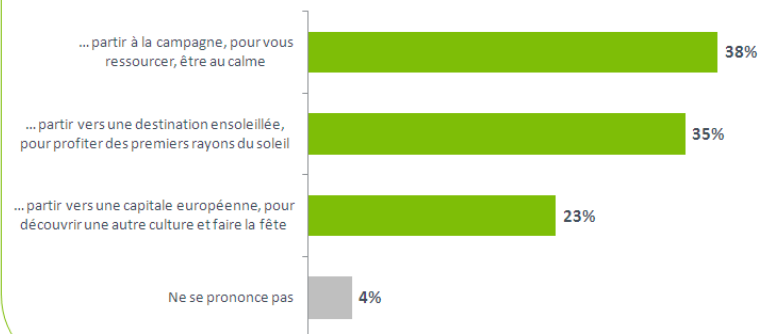
Les plus jeunes favorisent plus que la moyenne le départ entre amis (23%) quand les 25-34 ans s'imaginent partir en couple (37%) et les personnes de 35-49 ans en famille (50%).

En termes de destination, les Français montrent des envies assez contrastées : en effet, 38% préféreraient « partir à la campagne pour se ressourcer, être au calme », quand 35% opteraient plutôt pour « une destination ensoleillée, pour profiter des premiers rayons du soleil » et 23% « pour une capitale européenne, où découvrir une autre culture et faire la fête ».

Au sortir de l'hiver, les plus nombreux à souhaiter avant tout du repos à la campagne sont les hommes (42%) et les personnes appartenant à un foyer aux revenus moyens (44% chez ceux dont le foyer présente un revenu mensuel net de 2300 à 3500 euros). Le soleil attire davantage les habitants de province (37%) et les personnes ayant des enfants (39%). Le départ à la découverte d'une capitale européenne est davantage envisagé par les jeunes de 18-24 ans (31%), les membres des catégories supérieures (28%), les Franciliens (29%) et les personnes seules (26%).

Pour les « ponts » du mois de mai, si vous pouviez choisir, préféreriez-vous... ? (réponse donnée à l'aide d'une liste)

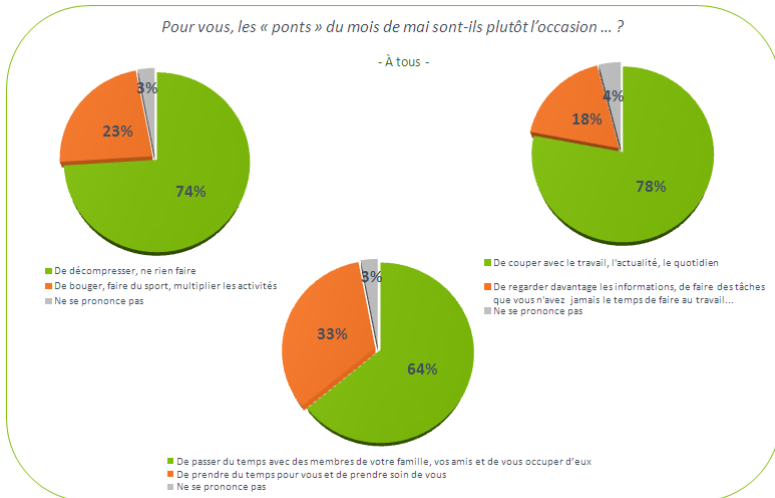
- À tous -



Des ponts de mai pour décompresser, couper avec le quotidien et passer du temps en famille

Aux yeux des Français, les ponts de mai sont plutôt l'occasion de « décompresser, ne rien faire » plutôt que de « bouger, faire du sport, multiplier les activités » (74% contre 23%). Les plus susceptibles d'y voir une opportunité de se reposer sont les femmes (77%), les personnes de 35 à 49 ans (80%), les membres des catégories populaires (79%) et ceux appartenant aux foyers les plus modestes (81%) tandis que les hommes

(27%), les personnes âgées de 65 ans et plus (29%) et les membres des catégories supérieures (29%) sont un peu plus nombreux que la moyenne à imaginer les ponts de mai comme un moment d'intense activité.



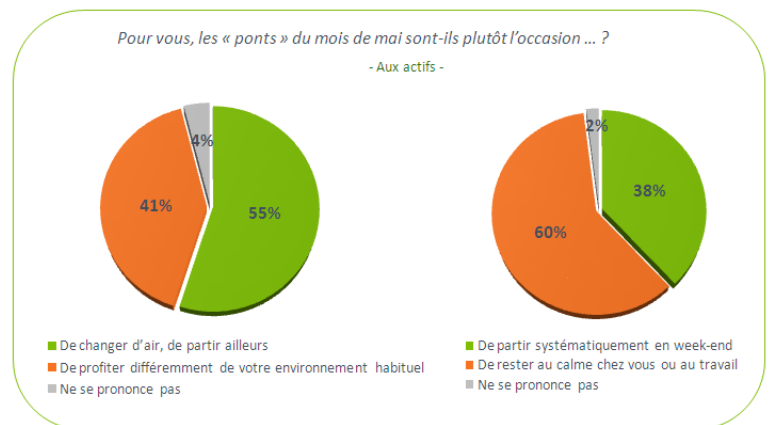
De même, les Français considèrent davantage les ponts de mai comme le moment de « se couper du travail, de l'actualité, du quotidien » (78%) quand seulement 18% considèrent au contraire qu'il s'agit d'un moment pour se reconnecter et « regarder davantage les informations, faire des choses qu'on n'a pas eu le temps de faire au travail... ». Ce besoin de casser la routine et de s'échapper du quotidien concerne encore plus les femmes (83%), les

personnes de 35 à 49 ans (86%), les actifs qu'ils appartiennent aux CSP+ (86%) ou aux CSP- (87%) et les personnes seules élevant des enfants (86%).

55% des Français voient d'ailleurs les ponts de mai comme l'occasion de « changer d'air », 41% y voyant plutôt l'opportunité de « profiter différemment de son environnement habituel ». Sur ce point, plus l'on est aisé financièrement, plus on a tendance à voir les ponts de mai comme l'occasion de partir (75% chez les personnes dont le foyer profite de plus de 5000€ par mois). Les personnes âgées (49%) et les habitants de Province (43%) sont en revanche plus susceptibles d'en profiter pour redécouvrir leur lieu de vie différemment.

Ainsi, lors des ponts de mai, c'est avant tout un besoin de calme et de dépaysement qu'expriment les Français. C'est également le souhait de profiter

de son entourage. En effet, 64% y entrevoient la possibilité de **passer du temps avec les membres de leur famille**, de s'occuper de leurs proches quand un tiers revendique le fait d'en profiter pour prendre du temps pour eux. Les plus jeunes présentent davantage cet état d'esprit plus personnel (41% des 18-24 ans) quand les



personnes âgées sont très majoritairement tournées vers leurs proches (70%), tout comme les personnes en couple (70%) et *a fortiori* les parents d'enfants (73%).

Enfin, notons que 38% des actifs Français déclarent y voir l'occasion systématique de partir en week-end (43% au sein des catégories supérieures et 60% des plus aisés) quand 60% ont plutôt tendance à rester au calme chez eux ou au travail (et notamment 67% des personnes seules).

Partie 2 : Les nouvelles technologies en vacances

Un tiers des Français déclare utiliser moins en vacances son ordinateur et un quart son téléphone portable

Interrogés sur leur usage des nouvelles technologies en vacances, **60% des Français déclarent utiliser davantage à ce moment là leur appareil photo numérique**, quand seulement 2% l'utilisent moins et 25% autant (13% déclarant ne pas en avoir ou ne répondant pas).

L'appareil photo pour immortaliser les souvenirs est assez logiquement le seul appareil électronique davantage utilisé en période de vacances, et ce par toutes les catégories de population.

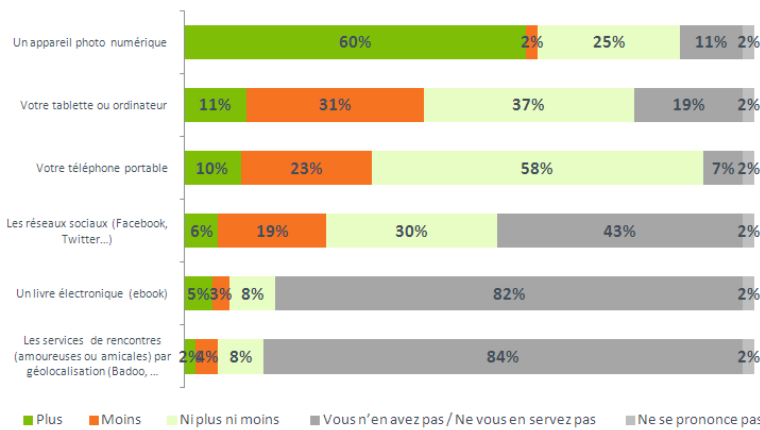
Le téléphone portable est aujourd'hui devenu indispensable au point que peu de Français imaginent s'en passer durant leurs vacances : ainsi 58% indiquent l'utiliser

autant qu'en temps normal, 23% moins et même 10% davantage. Les plus susceptibles d'abandonner un peu leur téléphone portable sont les personnes de 35 à 49 ans (31%), les membres des catégories supérieures (31%), les Franciliens (29%) et les plus riches (35%).

Les Français déclarant moins utiliser leur tablette ou leur ordinateur sont un peu plus nombreux que pour le téléphone portable (31%), mais moins nombreux que ceux qui déclarent l'utiliser autant qu'en dehors de leurs

Durant vos vacances, avez-vous tendance à utiliser plus, moins ou ni plus ni moins qu'en temps normal... ?

- À tous -



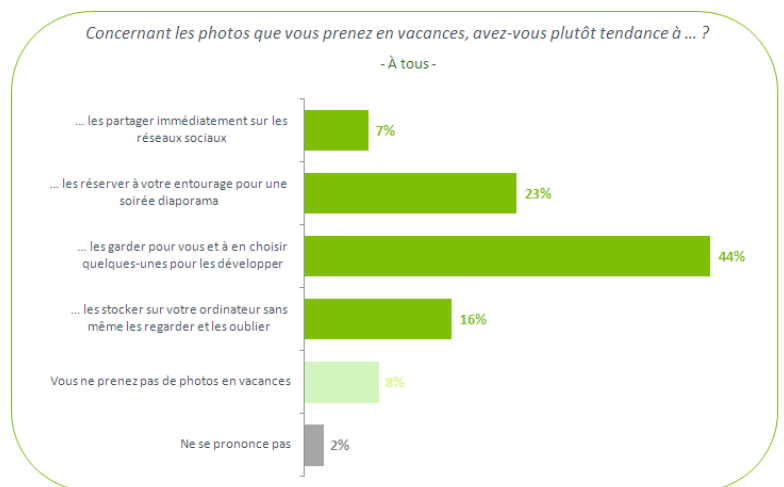
vacances (37%). 11% déclarent même l'utiliser davantage. Là encore, les plus nombreux à « débrancher » sont les personnes de 35 à 49 ans (35%), les membres des catégories supérieures (35%), les Franciliens (36%) et les plus diplômés (37%).

De plus, **19% déclarent moins recourir aux réseaux sociaux durant leurs vacances**, quand 30% les utilisent autant et 6% davantage (plus de 4 Français sur dix déclarant ne pas y être inscrits ou ne pas s'en servir). Sur ce point, les plus nombreux à déclarer un usage moindre sont les jeunes de 18 à 24 ans, sans doute davantage utilisateurs à l'origine (33%) ainsi que les membres des catégories supérieures (23%) et les plus diplômés (26%). L'usage des **services de rencontres par géolocalisation** apparaît être beaucoup moins répandu et n'est pas véritablement impacté par le fait d'être ou non en vacances.

De même, **l'e-book** n'équipe aujourd'hui qu'une minorité de foyers français, 8% indiquant dès lors l'utiliser autant en vacances qu'en temps normal, 5% davantage et 3% moins.

Les Français réservent encore leurs photos de vacances à un usage personnel ou à la famille

Nous l'avons vu, l'appareil photo numérique est l'unique technologie à être plus utilisée durant les vacances. Face aux possibilités offertes par cet outil, comment agissent les Français ? Seuls 7% indiquent avoir le réflexe de partager immédiatement leurs photos sur les réseaux sociaux, cette proportion montant à 13% chez les jeunes de 25 à 34 ans. **Le plus souvent, les Français les réservent à leur entourage pour une soirée diaporama (23%, et même 33% des plus âgés) ou surtout les gardent pour eux et en choisissent quelques-unes pour les développer (44%, dont 49% des femmes, des catégories populaires et des 35-49 ans et 54% des personnes en couple avec des enfants). 16% déclarent les stocker sur leur ordinateur sans même les regarder et les oublier, et même 19% parmi les catégories supérieures.**

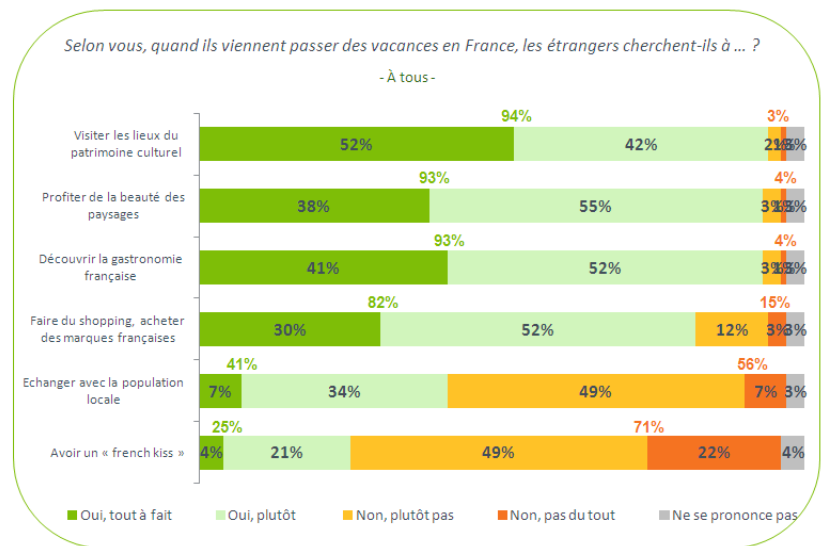


Partie 3 : La destination France

Des étrangers qui, selon les Français, viennent profiter du patrimoine, du paysage et de la gastronomie plus que des habitants

D'après les Français, **les étrangers qui viennent visiter notre pays cherchent surtout à visiter les lieux du patrimoine culturel** (94%, dont 52% tout à fait), **à profiter de la beauté des paysages** (93%, dont 38% tout à fait) **ou encore à découvrir la gastronomie française** (93%, dont 41% tout à fait). Pour plus de huit Français sur dix, les étrangers viennent également **faire du shopping et acheter des marques françaises** (82%, dont 30% tout à fait), cela étant souligné avec plus d'intensité par les femmes et les Franciliens ainsi que les plus aisés.

En revanche, **seule une minorité de Français pense qu'ils viennent en France pour échanger avec la population locale** (41%, dont 7% tout à fait) **ou pour parvenir à avoir un « french kiss »** (25%, dont 4% tout à fait). En creux, ces réponses démontrent que les Français identifient les attraits de la France mais aussi qu'ils ont sans doute intégré les critiques sur l'accueil offert par les Français et que le mythe du « french lover » a vécu.

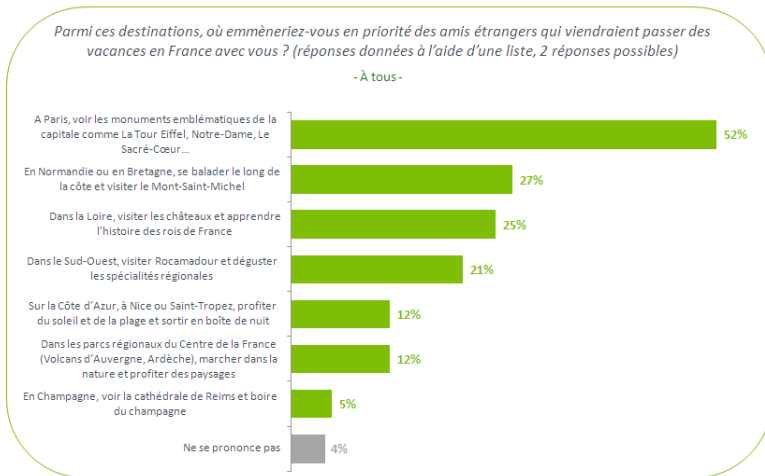


Les Français emmèneraient en priorité des amis étrangers visiter Paris

Interrogés sur la destination qu'ils aimeraient le plus faire découvrir à des amis étrangers, les Français plébiscitent Paris pour « voir les monuments emblématiques de la capitale comme La Tour Eiffel, Notre-Dame, le Sacré-Cœur... » (52%, 58% des CSP+ et même 70% des Franciliens). Cette destination est deux fois plus citée que « la Normandie ou la Bretagne, pour se balader le long de la côte et visiter le Mont Saint-Michel » (27%) et que « La Loire, pour visiter les châteaux et apprendre l'histoire des rois de France » (25%). Vient ensuite « le Sud-Ouest, pour visiter Rocamadour et déguster les spécialités régionales » (21%). Ces destinations

correspondent aux attentes supposées des étrangers et leur attirance pour le patrimoine, riche au sein de la capitale ou dans la Loire, pour les paysages, appréciables à l’Ouest du pays ou encore pour la gastronomie

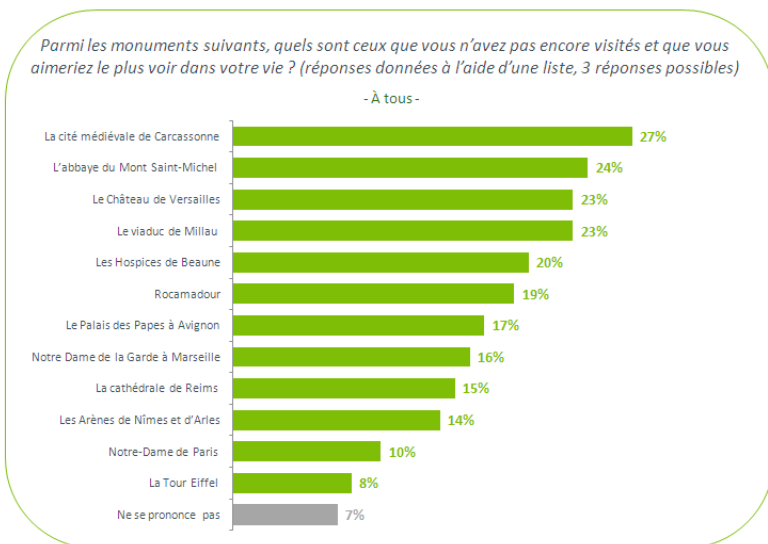
française, mise à l’honneur dans le Sud-Ouest. On retrouve ensuite, cités moins fréquemment (12%), « la Côte d’Azur, pour profiter du soleil, de la plage et des boîtes de nuit » puis « les parcs régionaux du centre de la France, pour marcher dans la nature et profiter des paysages ». La Champagne se distingue moins sur cette question avec seulement 5% de citations.



Les Français montrent également un fort intérêt pour le patrimoine du pays

Si les Français estiment que les étrangers viennent avant tout en France visiter notre patrimoine, c’est aussi sans doute parce qu’ils projettent leur propre désir de mieux connaître ce vaste patrimoine. En effet, de nombreux monuments attirent les Français. **Invités parmi une liste non exhaustive à désigner les monuments qu’ils n’ont pas encore vus mais qu’ils aimeraient visiter, les Français mettent en avant la cité médiévale de Carcassonne**

(27% ; 37% chez les 25-34 ans) **mais aussi l’abbaye du Mont Saint-Michel** (24% ; 36% des 18-24 ans), **le Château de Versailles** (23% ; 32% des 18-24 ans), **le Viaduc de Millau** (23% ; 32% des 65 ans et plus) ou encore les Hospices de Beaune (20% ; 29% des 65 ans et plus) et Rocamadour (19% ; 25% des 35-49 ans). Le Palais des Papes à Avignon (17%), Notre-Dame de la Garde à Marseille (16%), la cathédrale de Reims (15%) ou encore les Arènes de Nîmes et d’Arles (14%) sont cités par environ un Français sur six.

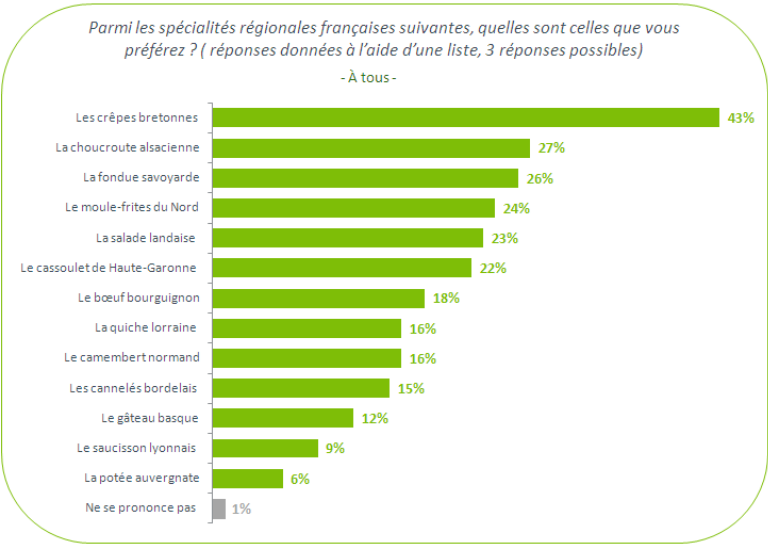


La grande diversité des réponses données à cette question illustre la grande variété du patrimoine français sur l’ensemble du pays et l’attrait qu’il exerce, y compris sur les habitants. Notons que les monuments parisiens mis

en avant dans la question précédente ressortent moins, sans doute parce qu'ils ont déjà été vus par un plus grand nombre de Français (10% citent Notre-Dame de Paris et 8% pour la Tour Eiffel).

Les crêpes bretonnes, spécialité régionale des Français

Questionnés ensuite sur leurs spécialités régionales préférées parmi une liste pré-définie, les Français citent très majoritairement les crêpes bretonnes (43% ; 61% des 18-24 ans, 57% des 25-34 ans et 50% des CSP-), devant la choucroute alsacienne (27% ; 44% des 65 ans et plus) et la fondue savoyarde (26%). Près d'un Français sur quatre cite également le moule-frites du Nord (24% ; 31% des CSP-), la salade landaise (23%) et le cassoulet de Haute-Garonne (22% ; 30% des hommes contre 16% des femmes). Le bœuf bourguignon (18%), la quiche lorraine (16%), le camembert normand (16%) et les cannelés bordelais (15%) font également recette auprès d'un certain nombre de Français. Le gâteau basque (12%), le saucisson lyonnais (9%) et la potée auvergnate (6%) sont moins cités. Là encore, la diversité des réponses données traduit la richesse perçue de la gastronomie française.



*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris



Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr