

Etude :

Le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie (CRT) dévoile les résultats d'une enquête inédite en France sur les attentes touristiques des 15-25 ans

Entre le 19 février et le 5 avril dernier, plus de 3.000 jeunes ont répondu à une vaste enquête initiée par le CRT afin de mieux cerner les attentes des 15-25 ans en matière de tourisme. Les résultats seront restitués au cours d'un webinaire organisé le jeudi 10 septembre 2020.

Baptisée *15-25ans#onattendquetoi*, cette enquête en ligne avait pour objectifs d'identifier les motivations et critères de choix des séjours touristiques des 15-25 ans, leurs modes d'informations et leurs usages numériques avant/pendant et après leur séjour ainsi que leurs habitudes et comportements de séjours (modes d'hébergements, modes de déplacements). Il s'agissait également de mesurer leur **perception de la destination Occitanie Sud de France**, leurs intentions d'y séjourner prochainement et leur sensibilité à la notion de **tourisme durable**.

Il ressort de cette enquête que, lors du choix d'une destination, **deux critères se révèlent prioritaires** pour les 15-25 ans : **le coût (83%) et la destination (80%)**, suivis des activités (60%) et accessoirement de la météo (42%).

Comme sources d'inspiration pour trouver des idées de lieux de séjour, le **bouche à oreille (69%)** et les **réseaux sociaux (53%)** se démarquent nettement, suivis des **sites internet des destinations (36%)**. L'organisation et/ou la réservation des vacances s'effectuent davantage via les plateformes **Airbnb (62%)**, **Booking (55%)** et **Tripadvisor (49%)** même si parmi les 15-18 ans près d'un sur trois (29%) ne consulte aucune des ces applications.

90% des 15-25 ans partagent leurs vacances sur les réseaux sociaux. **Instagram** s'impose (88%) et ce quel que soit l'âge, suivi de **Snapchat** notamment pour les 15-18 ans (74%) et Facebook pour les 22-25 ans (46%). La moitié des 15-25 ans poste également des avis sur les **sites de notation** (Tripadvisor et Google).

Les habitudes et comportements en termes de séjours évoluent selon la tranche d'âge et le «statut» (lycéen, étudiant, apprenti, salarié) du répondant. Au global, près d'un jeune sur deux privilégie l'**été (45%)** et les périodes de **vacances scolaires (44%)** pour partir avec néanmoins un tiers des 15-25 ans qui déclare se décider **en fonction des opportunités**, ceci plus particulièrement chez les 22-25 ans (47%) et les actifs (48%). Les **modes de départs en vacances** des 15-25 ans au cours des 12 derniers mois sont majoritairement **intra-familiaux (63% en moyenne mais 75% pour les 15-18 ans)** ou **avec des amis (52% en moyenne)**.

Près de 20% des **15-18 ans** sont partis en vacances dans un **cadre collectif** (colonies de vacances, stages sportifs, stages linguistiques, voyages scolaires) tandis que les **22-25 ans** optent pour un **départ « en solo »** dans les mêmes proportions. Il faut aussi souligner que **8% des 15-25 ans** n'ont pas eu la possibilité de partir au cours des 12 derniers mois, en particulier les apprentis (19% d'entre eux) en raison de contraintes budgétaires ou professionnelles.

Pour leur hébergement, les jeunes privilégient prioritairement **le locatif (69%)**, **l'hôtel (51%)**, **l'accueil chez des amis ou dans la famille (45%)** et le **camping (37%)** avec des variations significatives selon la tranche d'âge et donc les moyens financiers (plus d'hébergement non marchand ou de campings chez les 15-19 ans, plus de locatif chez les 22-25 ans).

Concernant les modes de déplacement, **les 15-25 ans privilégient leur voiture personnelle** (62%), le train (60%) et l'avion (57%) pour se rendre sur leur lieu de séjour, voire plus modestement le bus (30%) et le covoiturage (25%), avec là aussi des variations significatives selon la tranche d'âge (l'avion se démarque plus nettement auprès des 22-25 ans [(64%) tandis que le bus est davantage cité par les 19-21 ans (34%) et le covoiturage davantage pratiqué par les 19-25ans (28%]).

Perception de la destination Occitanie Sud de France : image, attractivité...

Globalement, la destination Occitanie Sud de France est perçue **attractive** par les 15-25 ans (note moyenne de 8,2/10) avec une mention spéciale pour son **côté «nature»** (8,5/10). Des quatre univers de destination qu'elle offre (mer, montagne, campagne, ville), l'Occitanie est davantage associée à une **destination idéale pour des vacances à la mer** (8,3/10), et ce notamment auprès de ses primo-visiteurs ou prospects. C'est auprès de ses habitants et plus modérément auprès de ses visiteurs (réguliers ou occasionnels) que l'Occitanie bénéficie légitimement d'un profil d'image plus favorable, révélant ainsi des marges de progression en termes d'attractivité et d'image perçue auprès des jeunes.

82% des 15-25 ans interrogés envisagent un prochain séjour en Occitanie tandis que 18% (essentiellement des prospects et primo-visiteurs) expriment des freins liés à la distance et au coût mais aussi à un manque de connaissance de l'offre touristique régionale.

Attitude envers le tourisme durable

Les 15-25 ans déclarent être très sensibles au développement et au tourisme durable, même si l'on peut constater un réel décalage entre leur niveau de sensibilité et leur pratique actuelle dans leurs choix de vacances et ce quel que soit leur profil socio-démographique.

Focus sur le dernier départ en vacances en autonomie¹

61% des 15-25 ans interrogés sont partis en autonomie au cours des 12 derniers mois, en particulier les 19-25 ans (plus des 2/3 d'entre eux) et principalement avec des amis (78%). Ils ont privilégié la France (55% en moyenne) contre 45% pour l'international (80% en Europe).

Deux principaux éléments déclencheurs du choix du lieu de séjour ont été identifiés : **se retrouver entre amis** (59% en moyenne et jusqu'à 67% si le séjour est en France) **et l'envie de découvrir une destination** (50% en moyenne et jusqu'à 69% pour les séjours à l'étranger). Pour leurs loisirs, les 15-25 ans ont privilégié les **activités gratuites** : balades (69%), visites de villes ou villages (65%), plages ou baignades (43%) même s'ils ont aussi consommé des **activités payantes** : visites de sites historiques et culturels (51% en moyenne et jusqu'à 71% pour les séjours à l'étranger), activités et sports de pleine nature (28%). « *Ces précieuses informations sont en cours d'analyses afin d'élaborer une véritable stratégie marketing en faveur du tourisme des jeunes* » indique **Vincent Garel, Président du CRT**, qui précise « *qu'un plan d'actions prônant notamment les valeurs de l'Occitanie et révélant le potentiel fun et festif de notre destination est sur les rails pour booster l'attractivité touristique de la destination Occitanie Sud de France auprès de cette clientèle qui représente une cible prioritaire pour le CRT puisque prescriptrice des loisirs de demain* ».

En savoir plus : <https://presse.tourisme-occitanie.com/resultats-de-l-enquete-tourisme-15-25-ans>

Le 2 septembre 2020

Contacts Presse :

Sophie PELLEGRIN-PONSOLE / Patrick FONTANEL
05 61 13 55 16 presse@crtoccitanie.fr

¹ Séjours en autonomie = séjours réalisés soit avec des amis, soit tout seul, soit seul dans un cadre collectif : colonies de vacances, stages sportifs ou linguistiques (hors voyage scolaire) mais pas accompagnés par leurs parents