

Tourisme: Pas tous touchés par la crise...!

Communiqué de presse MediaVacances.com du 30/10/08

Alors que le secteur du tourisme est l'un des premiers affecté par une crise économique majeure et que de nombreuses entreprises envisagent une réduction significative de leur activité, certaines niches sont, bien au contraire, dopées par une situation économique dégradée.

Le site internet MediaVacances.com, spécialiste européen de la location de vacances de particulier à particulier, envisage l'avenir avec optimisme en raison de l'émergence d'un contexte favorable à ce secteur d'activité. Le site qui extrapole un quatrième trimestre 2008 en progression de 30%, anticipe en effet une croissance significative de son activité en 2009.

Il livre son analyse sur l'évolution du marché, et les synthèses des études nationales réalisées auprès des Français (enquête IPSOS/MediaVacances.com) et auprès des internautes, au sujet de la crise et de la compétitivité de ce secteur d'activité.

-
- Synthèse sur l'émergence d'un contexte favorable au développement de la location de vacances directe auprès des particuliers, ainsi qu'à l'hôtellerie de plein air.
 - Synthèse de l'enquête N° 2008/4/03, conçue et réalisée par l'institut de sondage IPSOS pour MediaVacances.com, auprès d'un échantillon représentatif de la population française (échantillon 1000 personnes) concernant les modes d'hébergement marchands.
 - Synthèse de l'enquête N° 2008/4/05 réalisée par MediaVacances.com, auprès des internautes du site (échantillon 1390 personnes) concernant l'impact de la crise sur les comportements dans le domaine des vacances

Contact presse: Hervé Paccard, Directeur Général
h.paccard@mediavacances.com 06.74.63.17.00

L'émergence d'un contexte favorable au développement de la location de vacances directe, ainsi qu'à l'hôtellerie de plein air.

Dans ce contexte économique difficile, le site MediaVacances.com voit l'émergence d'une situation favorable au développement de deux segments du marché de l'hébergement touristique: la location de vacances de particulier à particulier, ainsi que l'hôtellerie de plein air.

1. Nouvelles tendances de consommation

Le site MediaVacances.com constate, à partir de l'été 2008, l'apparition de nouvelles tendances de consommation.

- **Rationalisation des comportements de consommation des vacanciers et recherche des rapports qualité/prix les plus favorables**

En situation de réduction budgétaire, les consommateurs ont une propension naturelle à rationaliser leurs comportements de consommation: mise en compétition systématique des produits ou services, recherche des meilleurs rapports qualité/prix, emphase sur les qualités principales aux détriment des fonctionnalités moins utiles, chasse aux coûts superflus, etc...

- **Une demande croissante pour des formules plus souples, permettant d'adapter les dépenses à son budget**

Si les Français sont attachés à leurs vacances, perçues comme un élément important de leur qualité de vie, les études réalisées ont montré le rôle de certains postes (restauration, sorties...) comme variables d'ajustement budgétaire. Près de 50% des internautes interrogés ont déclaré « avoir réduit leur extras » au cours de l'été 2008. MediaVacances.com anticipe un développement des formules les plus souples permettant aux vacanciers d'adapter certaines dépenses (en particulier l'alimentation et les loisirs) à leur budget, ceci au détriment des formules packagées, ou « all-inclusive ».

- **Tendance au développement des destinations proches**

La situation économique, ainsi que les tensions sur les coûts de transport, favorisent les destinations proches, souvent moins onéreuses. A titre d'exemple, 17% des internautes interrogés ont déclaré être « partis moins loin que d'habitude » au cours de l'été 2008 . Ce chiffre est à relativiser en raison de la forte hausse du coût des hydrocarbures au cours de la première partie de l'année 2008. MediaVacances.com anticipe un renouveau du tourisme national voire régional.

2. Impact sur la location de vacances directe auprès des particuliers

La location de vacances directe entre particuliers permet l'économie des commissions des différents intermédiaires successifs intervenant dans la commercialisation des locations: agence immobilière, tour opérateurs, agences de voyages.

A ce titre, elle est particulièrement favorisée par un contexte de restriction budgétaire, comme de nombreux autres services directs visant à supprimer les coûts des intermédiaires commerciaux (vente d'usine, vente directe des producteurs, etc..).

Selon une étude conçue et menée au cours du mois d'octobre 2008 par l'institut de sondage IPSOS pour

MediaVacances.com, l'économie moyenne réalisée par la location directe par rapport aux canaux traditionnels de location, grâce à la suppression des intermédiaires commerciaux est estimée par la majorité des Français entre 10% et 30%.

Selon cette étude, la location entre particuliers est l'hébergement de vacances bénéficiant (à quasi-égalité avec le camping) de la perception du meilleur rapport qualité/prix au yeux des Français.

De plus, la location de vacances, longtemps concurrencée par les formules packagées dans des destinations lointaines, bénéficie d'un retour aux destinations plus proches et aux formules budgétaires plus souples permettant aux vacanciers d'ajuster plus facilement leurs dépenses.

3. Le camping tire aussi son épingle du jeu !

On remarquera que ces nouveaux trends de consommation favorisent aussi le secteur de l'hôtellerie de plein air, qui est susceptible de bénéficier de la situation économique actuelle.

4. Croissance prévue pour MediaVacances.com en 2009

D'après MediaVacances.com, la location de vacances de particulier à particulier va bénéficier d'une croissance positive malgré la baisse générale en volume attendue dans le domaine de l'hébergement, en raison de gains de parts de marché. Le site MediaVacances.com, qui enregistre une croissance du chiffre d'affaires de +31% pour le mois d'octobre 2008, extrapole un chiffre de +30% pour le 3ième trimestre 2008 et anticipe une croissance soutenue en 2009.

Rapport/qualité prix des hébergements de vacances

1. Descriptif

Enquête conçue et réalisée par Ipsos pour MediaVacances.com, auprès d'un échantillon représentatif de la population française (échantillon de 1000 personnes)

2. Objectif

Après un été 2008 marqué par la baisse du pouvoir d'achat et, corrélativement, par une réduction du « budget vacances », MediaVacances.com a souhaité connaître les perceptions du grand public en matière d'hébergement de vacances. Il s'agit pour cette étude, réalisée par l'institut de sondage Ipsos auprès d'un échantillon représentatif de la population française, de connaître:

- L'opinion des Français concernant le rapport qualité/prix des principaux modes d'hébergement touristiques,
- La perception de l'économie éventuellement réalisée par la location de vacances directe auprès des particuliers.

3. Synthèse des résultats

3.a Le camping et la location de vacances directe au coude à coude, en ce qui concerne le meilleur rapport qualité/prix

Selon l'IPSOS, lorsqu'on demande aux Français de hiérarchiser les différents modes d'hébergements de vacances en fonction de leur rapport qualité/prix, ce sont sans conteste la location de particulier à particulier (69%) et le camping (68%) qui l'emportent sur le total des réponses données (3 réponses étaient possibles pour chaque personne interviewée). Loin derrière ce duo de tête, les solutions du club de vacances et de la location via des circuits de distribution traditionnels sont considérées comme plus coûteuses, ne rassemblant chacune que 40% de choix. L'hôtel est relégué à la dernière place, choisi par seulement 27% des personnes interviewées.

Si l'on s'en tient à la première citation donnée, un léger avantage est donné au camping (39%) au sein du classement. Toutefois, ce mode d'hébergement se voit sérieusement challengé par la location de particulier à particulier, qui emporte l'adhésion prioritaire de 28% des Français.

On soulignera que la location de vacances entre particuliers reste la solution la plus consensuelle au sein de la population française. Si le rapport qualité/prix du camping est surtout défendu par les jeunes (80% des moins de 35 ans, contre 62% des plus de 35 ans), la location de vacances rassemble davantage parmi les tranches d'âge (72% des moins de 35 ans contre 68% des plus de 35 ans).

On peut en dire autant du critère de revenus. Clivant pour la formule du camping (70% des foyers les moins dotés le perçoivent comme un bon compromis, contre 58% des foyers les plus dotés), il ne scinde pas vraiment l'opinion sur le sujet de la location de particulier à particulier : ils sont autant (74%) à favoriser ce mode d'hébergement parmi les foyers déclarant plus de 3000 euros par mois et parmi les foyers gagnant entre 1200 et 2000 euros par mois.

3.b La majorité des Français positionnent l'économie réalisée par la location de vacances

directe auprès des particuliers entre 10% et 30%.

Toujours selon l'IPSOS, la grande majorité des Français (60%) positionne l'économie réalisée par la location directe auprès des particuliers par rapport aux circuits traditionnels, entre 10% et 30% (40% de la population l'estime entre 10% et 20%, 20% de la population entre 20% et 30%).

Il convient d'observer que seulement 1% des Français considèrent qu'il n'y a aucune économie, et que 10% des Français estime l'économie supérieure de 30%. D'autre part, un pourcentage significatif de la population (17%), principalement composé des tranches les plus âgées, ont déclaré ne pas savoir quelle économie pouvait être réalisée en louant un hébergement directement aux propriétaires.

Enquête MediaVacances.com N° 2008/4/05

Modification des comportements de consommations des internautes de MediaVacances.com

1. Descriptif

Enquête réalisée par **MediaVacances.com**, auprès des internautes du site (échantillon 1300 personnes) concernant la perception de la crise et la modification des comportements de consommation dans le domaine du tourisme.

2. Objectif

L'objectif est de cerner l'impact de la crise sur les comportements de consommation dans le domaine du tourisme.

3. Principaux résultats

3.1 La perception d'une crise longue, impactante, déjà sensible au cours de l'été 2008

71% des internautes ont déclaré que la crise est un « phénomène réel qui va durer ». Par ailleurs, l'immense majorité (86%) des internautes ont répondu que leur pouvoir d'achat « a baissé ou va sans doute baisser en raison de la crise économique ».

Au sein de cette population subissant la crise économique, l'impact sur le mode de consommation des vacances est fort (76% des personnes interrogées déclarent avoir modifié leur façon de partir en vacances), mais pas systématique (20% déclarent maintenir leurs habitudes).

Par ailleurs, 52% des internautes ont déclaré être partis en vacances au cours de l'été 2008 avec un « budget inférieur aux autres années ». 11% ont déclaré ne « pas être partis en vacances pour des raisons économiques ».

3.2 Un impact significatif sur la saison hiver 2008/2009

33% des internautes ayant déclaré subir les effets de la crise, ont déjà décidé de ne « pas partir cet hiver pour des raisons économiques, alors que cette proportion tombe à 13% pour la population ayant déclaré ne pas subir les effets de la crise ». 20% des personnes interrogées ont déclaré prévoir de partir avec un budget « inférieur à d'habitude ».

3.3 Moins loin et moins longtemps...

Les restrictions budgétaires influencent la durée des séjours et la distance des destinations. 21% des internautes sont partis « moins longtemps » que d'habitude au cours de l'été 2008, tandis que 17% d'entre eux déclarent être partis « moins loin ».

3.4 Développement des réservations dernière minute

Une majorité d'internaute (56%) déclarent réserver en dernière minute plus souvent qu'auparavant. L'impact de la crise sur ce mode de réservation est net. En effet, ce résultat est principalement influencé par la population subissant ou prévoyant une baisse du pouvoir d'achat, d'autre part, l'intérêt principal aux yeux des internautes de la réservation en dernière minute est principalement la possibilité de bénéficier de réductions éventuelles, les autres motifs (adaptation au planning personnel ou aux conditions climatiques)

arrivant loin derrière (respectivement 15% et 8%).

3.5 Réduction des extras

L'enquête met en évidence une volonté de partir en vacances en réduisant leur train de vie. Près de 50% des internautes ont déclaré avoir réduit leurs extras (restauration, sorties, activités sportives, autres) au cours des vacances de l'été 2008.

La restauration semble particulièrement exposée. Interrogés prospectivement sur le(s) extra(s) qu'ils réduiraient en priorité dans un contexte de restriction budgétaire, 72% citent la restauration alors que les autres dépenses arrivent loin derrière (sorties: 38%, activités sportives: 24%, autres 6%, NSP: 6%).