

“opinionway

Les Français face à la surfréquentation touristique

Septembre 2022



ESOMAR²²
Corporate





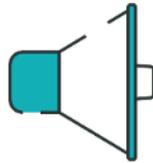
Les objectifs





Contexte et objectifs de l'étude

Face à un **flux toujours plus important** de visiteurs conjugué à une prise de conscience importante **de la préservation environnementale des lieux touristiques**, certains sites français **ont instauré des réservations obligatoires** pour réguler la fréquentation touristique.
Cette toute nouvelle mesure, va-t-elle bousculer les habitudes touristiques des Français ?



Déterminer la perception des Français de la surfréquentation des lieux touristiques



Connaitre l'opinion des Français concernant les mesures visant à la régulation de cette surfréquentation



Evaluer l'acceptation de la mise en place de quotas de visiteurs par un système de réservation



La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1005 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.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 1^{er} au 05 septembre 2022**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : entre 2 et 3 points au plus pour un échantillon de 1005 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Sondage OpinionWay sur les Français face à la surfréquentation touristique. »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus. (Base 1005 répondants)

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	16%
	35 à 49 ans	25%
	50 à 64 ans	25%
	65 et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Catégories populaires	29%
	Inactifs	43%



	Nombre de personnes dans le foyer	%
	1	21%
	2 personnes ou plus	79%
	2	39%
	3	17%
	4	16%
	5 et plus	7%



	Nombre d'enfants mineur	%
	Aucun	67%
	Au moins un enfant	33%
	Un	16%
	Deux	12%
	Trois	4%
	Quatre et plus	1%



	Revenus annuels nets du foyer	%
	ST Moins de 12 000 euros	9%
	ST De 12 000 à 23 999 euros	22%
	ST De 24 000 à 41 999 euros	34%
	ST 42 000 euros et plus	27%



Les résultats





Cet été, 6 Français sur 10 sont partis en vacances/week-end en France.

Les destinations côtières ont été privilégiées lors de cette période estivale.



1005 personnes

Q. Au cours de l'été (juillet-août), êtes-vous parti en vacances et / ou week-ends en France ?

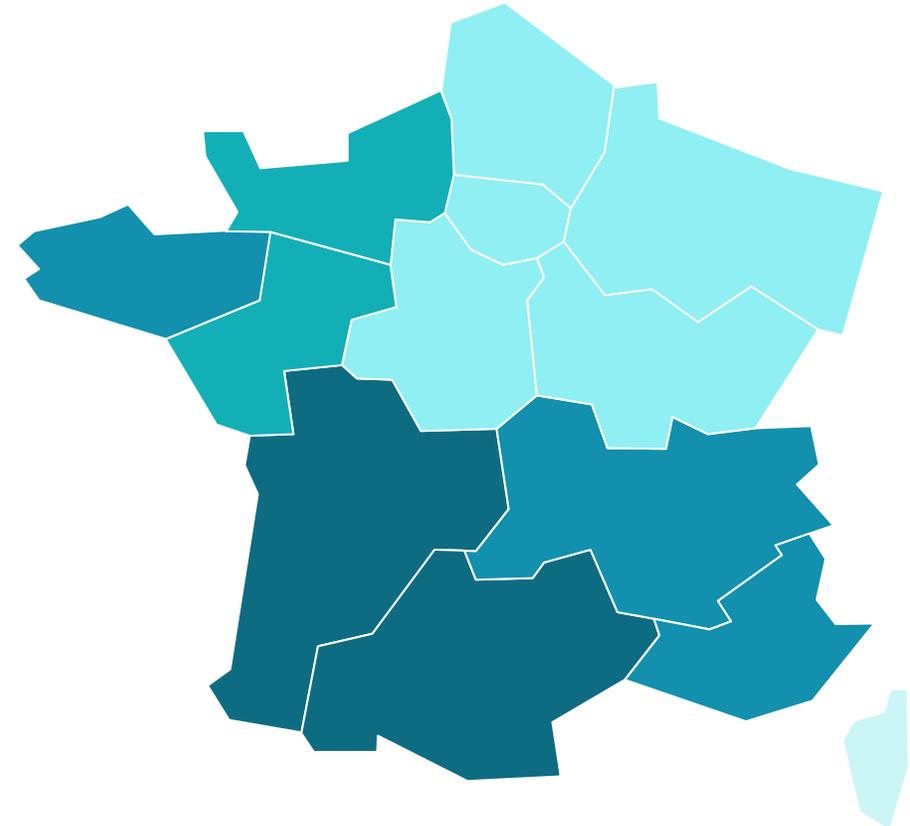
Q. Dans quelle(s) région(s) êtes-vous parti ?

60%

des Français sont partis
en vacances/week-end
cet été en France



Les destinations des séjours





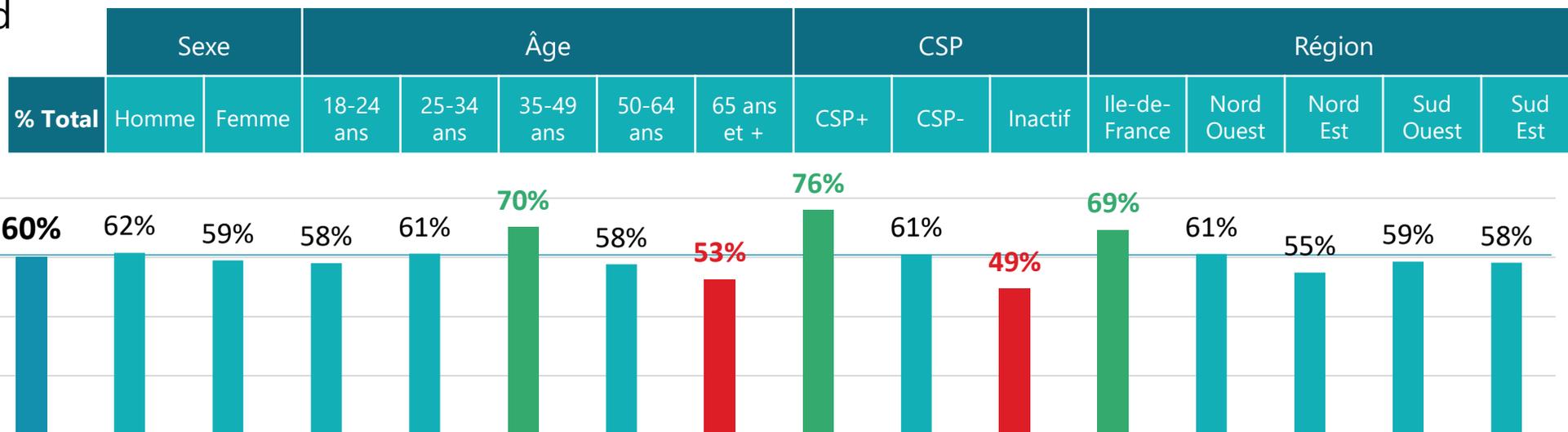
Les CSP +, les 35-49 ans et les Franciliens sont les populations les plus parties en vacances cet été.



Q. Au cours de l'été (juillet-août), êtes-vous parti en vacances et / ou week-ends en France ?

60%

des Français sont partis en vacances/week-end cet été en France



“ **Des vacances qui riment avec tourisme : 82% des vacanciers ont fréquenté des lieux touristiques cet été.**

Q. Avez-vous fréquenté des lieux touristiques durant votre (vos) séjour(s) cet été ?

Question posée à ceux qui sont partis en vacances cet été, soit 60% de l'échantillon



82%

**des vacanciers ont
fréquenté des lieux
touristiques durant
leurs séjours**



Les CSP + sont les vacanciers ayant le plus fréquenté les sites touristiques français cet été, à l'inverse des 65 ans et plus et des inactifs.

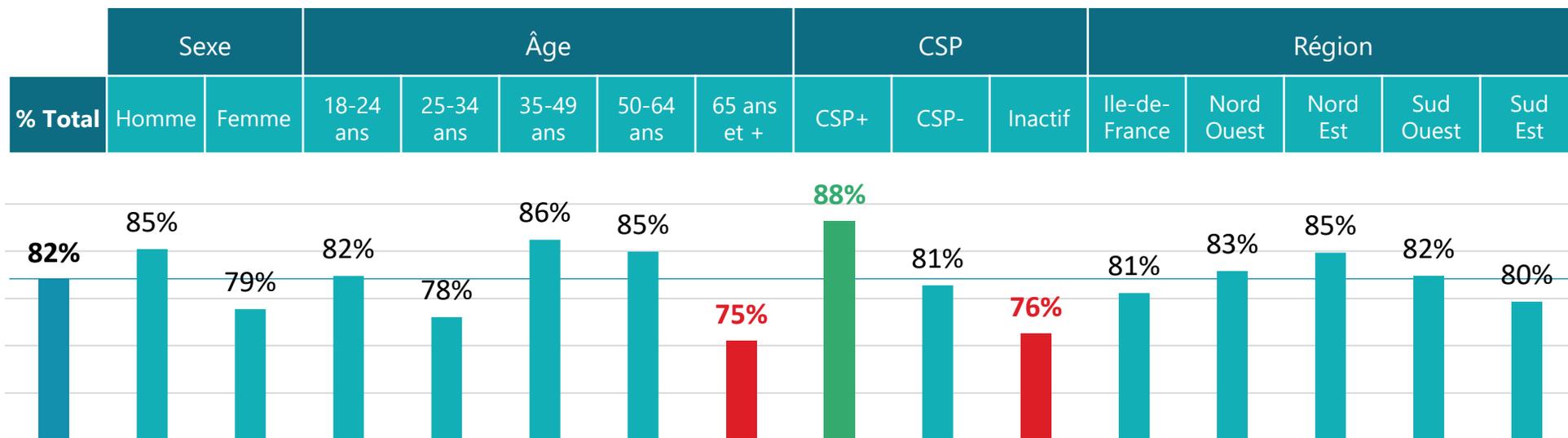


Q. Avez-vous fréquenté des lieux touristiques durant votre (vos) séjour(s) cet été ?

Question posée à ceux qui sont partis en vacances cet été, soit 60% de l'échantillon

82%

Ont fréquenté des lieux touristiques durant leurs séjours





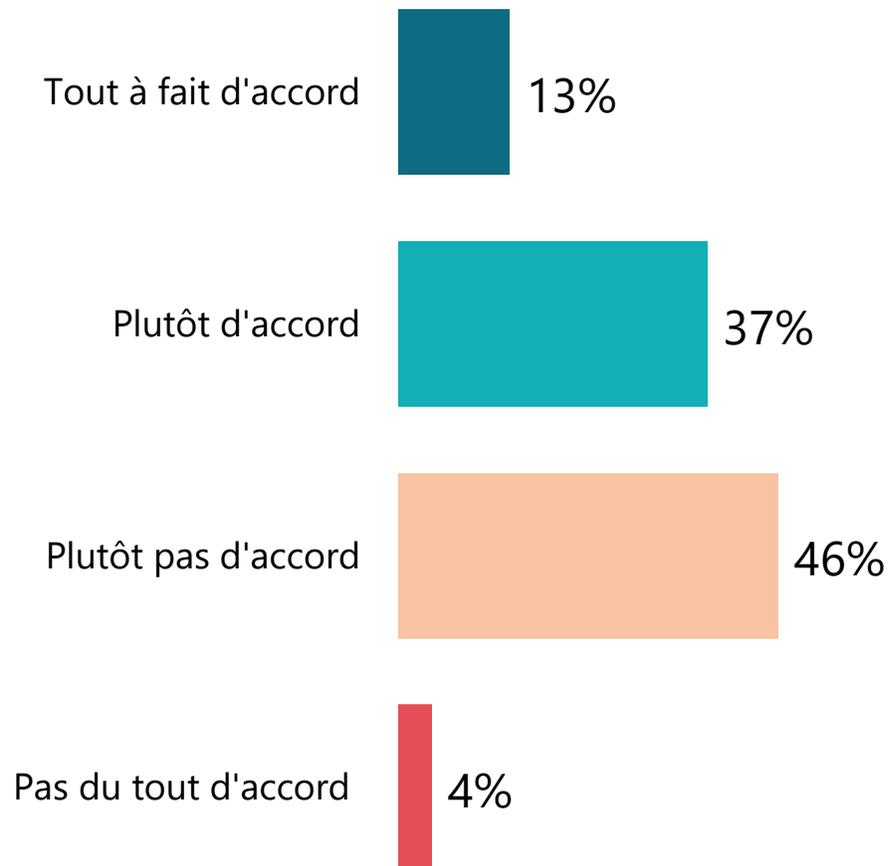
La moitié des Français, qui ont fréquenté des lieux touristiques cet été, ont constaté une saturation des sites.



499 personnes

Q. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette affirmation ? « Il y avait trop de monde sur les sites touristiques que j'ai visités »

Question posée à ceux qui ont fréquenté des lieux touristiques cet été, soit 50% de l'échantillon



50%

des Français, qui ont fréquenté des lieux touristiques cet été, sont d'accord avec l'affirmation suivante :

« Il y avait trop de monde sur les sites touristiques que j'ai visité. »



Une surfréquentation touristique davantage perçue par les 25-34 ans et moins par les 65 ans et +.

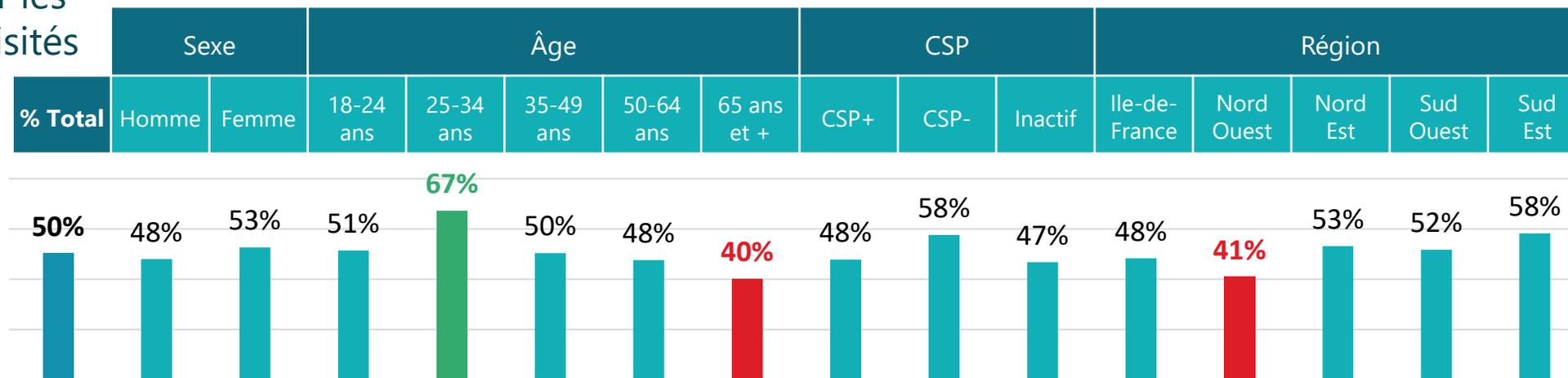


Q. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec cette affirmation ? « Il y avait trop de monde sur les sites touristiques que j'ai visités »

Question posée à ceux qui ont fréquenté des lieux touristiques cet été, soit 50% de l'échantillon

50%

Estiment qu'il y avait trop de monde sur les sites touristiques visités





Le Mont Saint-Michel, La Rochelle et la ville de Marseille sont les trois lieux touristiques où la surfréquentation s'est faite le plus ressentir cet été.



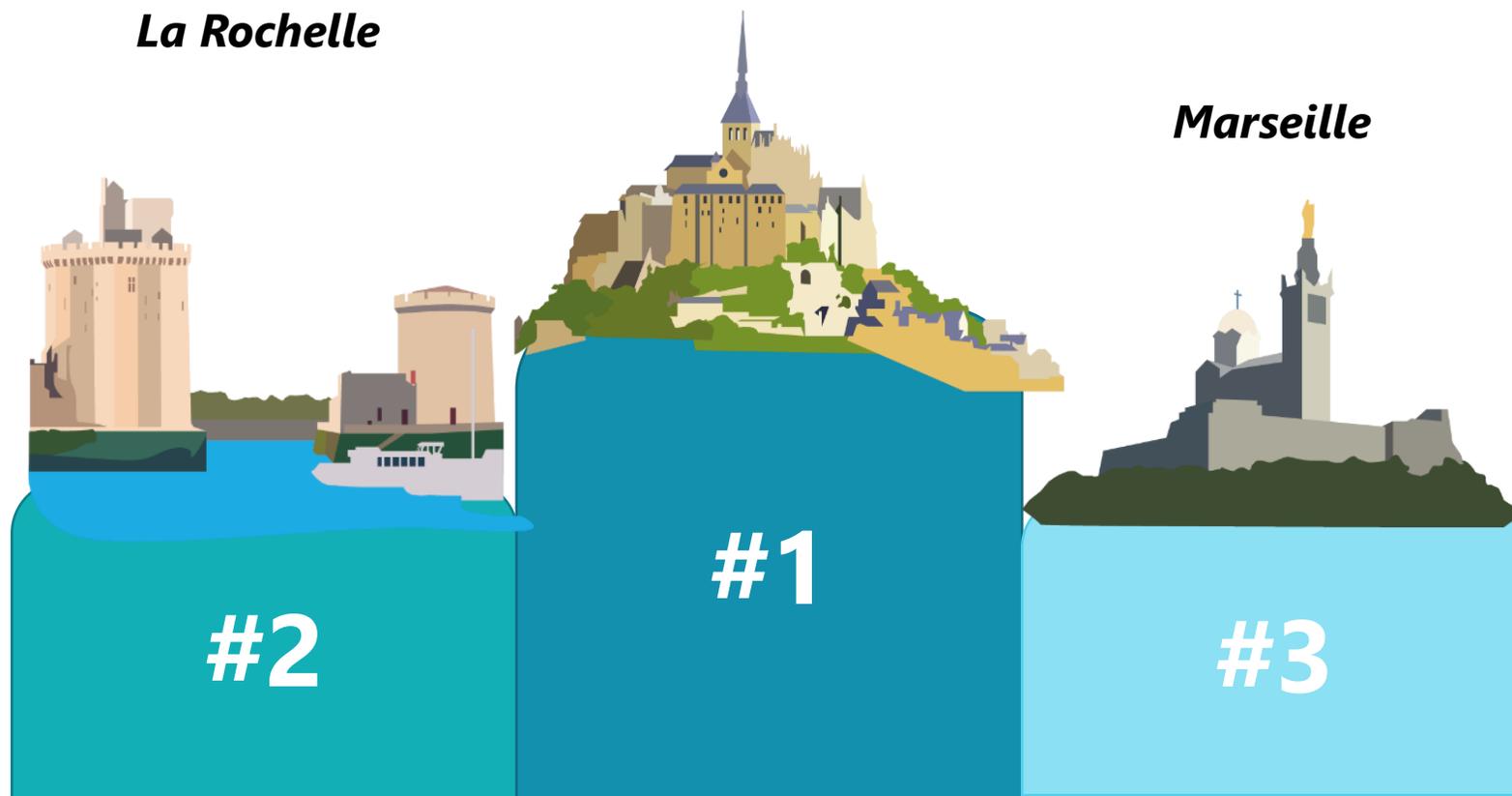
Q. Et plus précisément dans quel(s) site(s) touristique(s) avez-vous trouvé qu'il y avait trop de monde ?

Question posée à ceux qui sont partis en vacances cet été, soit 60% de l'échantillon

Le Mont Saint-Michel

La Rochelle

Marseille

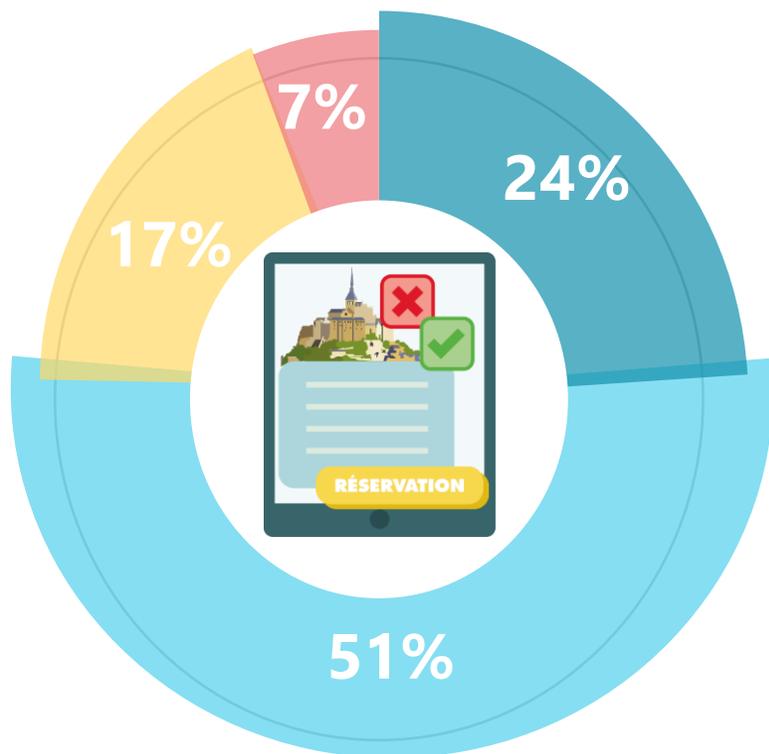


Plus de $\frac{3}{4}$ des Français accepteraient l'instauration de mesures limitant la surfréquentation.



Q. Récemment, certains sites touristiques ont instauré ou envisagent d'instaurer des quotas par un système de réservation (gratuit) pour pouvoir y accéder. Etes-vous favorable à cette mesure ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon



76%
des Français sont favorables à l'instauration de quotas, par un système de réservation, pour accéder aux sites touristiques

● Oui, tout à fait

● Oui, plutôt

● Non, plutôt pas

● Non, pas du tout

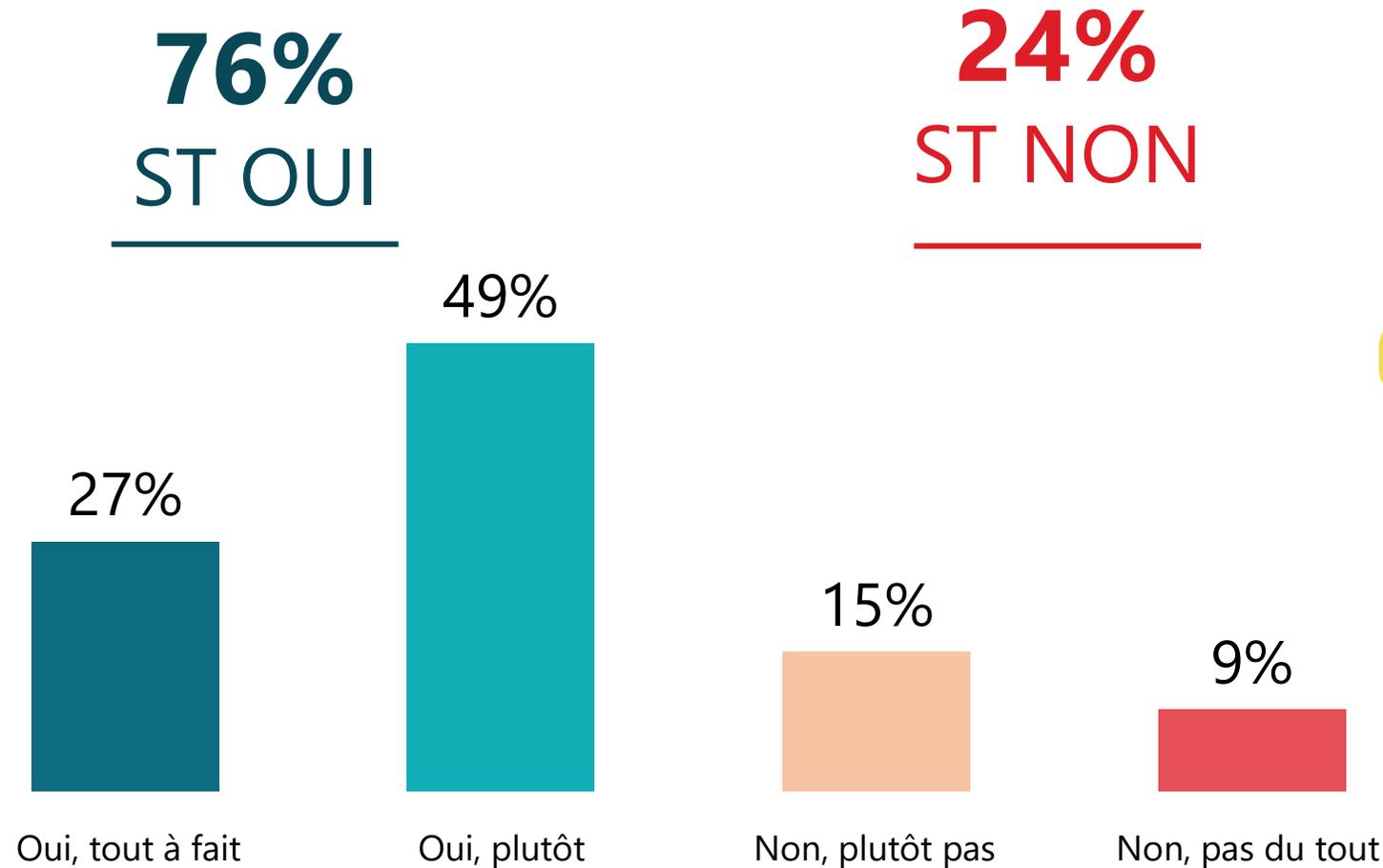


La même proportion de Français serait prête à réserver un créneau à l'avance pour organiser leurs visites de sites touristiques.



Q. Personnellement, seriez-vous prêt(-e) à réserver un créneau à l'avance pour visiter certains sites touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon



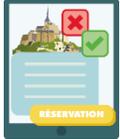
Une acceptation de cette mesure sans équivoque auprès de l'ensemble des sous-cibles de la population française.



Q. Récemment, certains sites touristiques ont instauré ou envisagent d'instaurer des quotas par un système de réservation (gratuit) pour pouvoir y accéder. Etes-vous favorable à cette mesure ?

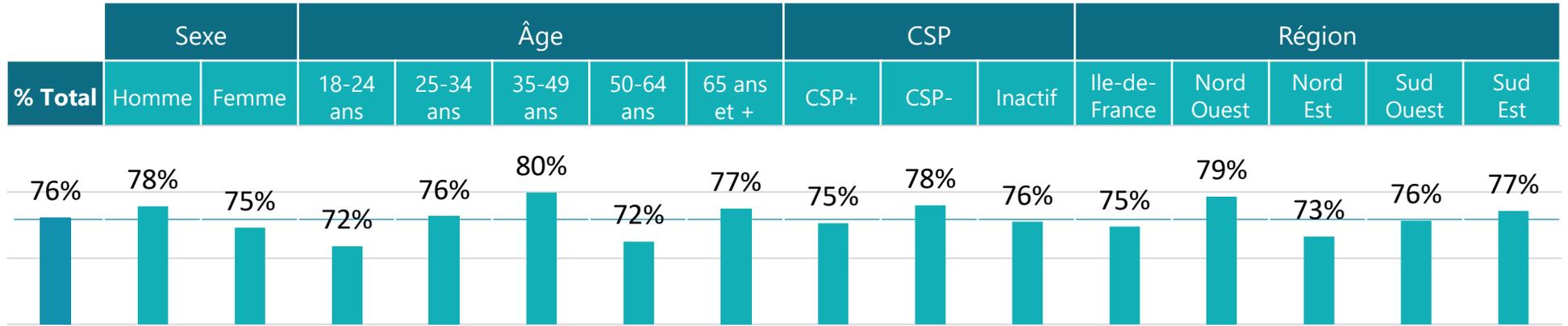
Q. Personnellement, seriez-vous prêt(-e) à réserver un créneau à l'avance pour visiter certains sites touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon



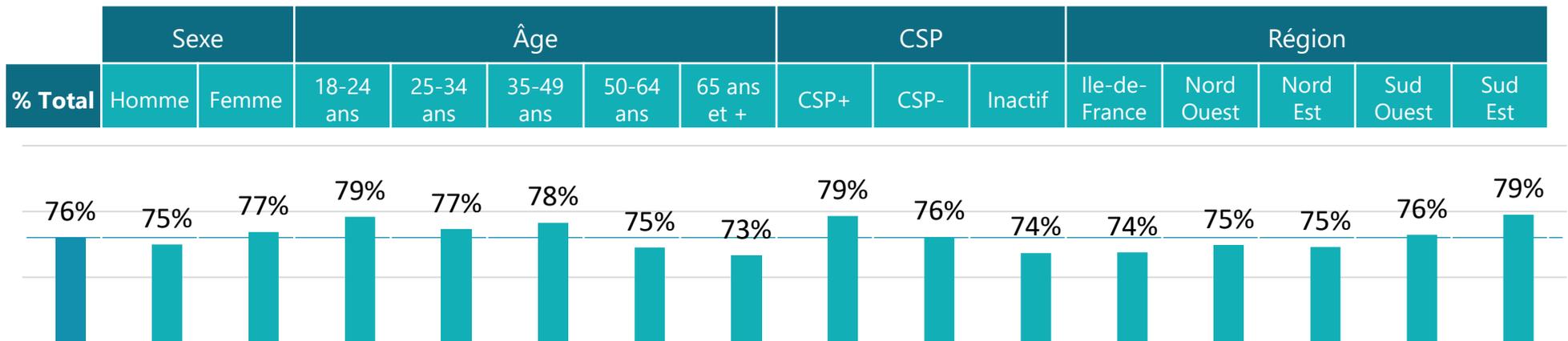
76%

Sont favorables à un **système de quotas** de réservation pour la visite de lieux touristiques



76%

Sont prêts à **réserver un créneau à l'avance** pour visiter certains sites touristiques





Les Français accueillent favorablement l'instauration de quotas d'accès aux sites touristiques, principalement pour préserver les sites.



Q6. Selon vous, quels sont les avantages à la mise en place de quotas pour accéder à certains lieux touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon

75%
des Français évoquent au moins
un avantage pour le site touristique

57%



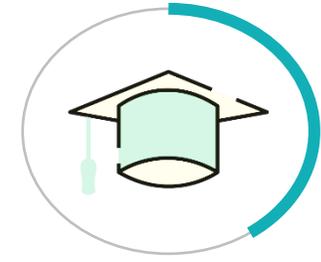
Préserver l'environnement
des sites naturels

55%



Limiter les dégradations
associées à une trop grande
fréquentation des lieux
touristiques

41%



Sensibiliser les visiteurs à
l'importance de la
conservation des sites
touristiques



Des avantages pour la préservation du site moins perçus par les 18-34 ans.



Q6. Selon vous, quels sont les avantages à la mise en place de quotas pour accéder à certains lieux touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge					CSP			Région				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactifs	Ile-de-France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Au moins un avantage pour le site touristique	75%	77%	73%	62%	64%	74%	81%	81%	81%	71%	73%	78%	75%	71%	71%	77%
Préserver l'environnement des sites naturels	57%	61%	53%	41%	40%	57%	66%	64%	62%	54%	55%	62%	57%	52%	52%	60%
Limitier les dégradations associées à une trop grande fréquentation des lieux touristiques	55%	59%	52%	39%	46%	52%	63%	64%	58%	53%	55%	61%	58%	54%	45%	54%
Sensibiliser les visiteurs à l'importance de la conservation des sites touristiques	41%	42%	39%	26%	31%	41%	46%	47%	42%	37%	42%	42%	42%	32%	44%	44%

“ Une instauration de quotas qui peut aussi bénéficier aux visiteurs, avec une expérience de visite plus confortable.



Q6. Selon vous, quels sont les avantages à la mise en place de quotas pour accéder à certains lieux touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon

46%



Apprécier davantage le site

39%



Assurer une meilleure organisation de la visite touristique

39%



Faciliter l'accès au site touristique

27%



Se sentir plus en sécurité par une fréquentation moins importante



A noter, les inactifs sont plus sensibles à l'apport sécuritaire de cette mesure



Q6. Selon vous, quels sont les avantages à la mise en place de quotas pour accéder à certains lieux touristiques ?

Question posée à l'ensemble des Français soit 100% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge					CSP			Région				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactifs	Ile-de-France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Apprécier davantage le site	46%	45%	46%	36%	46%	50%	51%	39%	50%	50%	40%	54%	44%	47%	44%	43%
Assurer une meilleure organisation de la visite touristique	39%	39%	38%	29%	40%	41%	42%	37%	42%	37%	38%	35%	40%	42%	38%	34%
Faciliter l'accès au site touristique	39%	39%	38%	31%	40%	43%	37%	39%	39%	37%	39%	36%	39%	40%	41%	37%
Se sentir plus en sécurité par une fréquentation moins importante	27%	26%	28%	34%	24%	26%	28%	27%	26%	21%	32%	24%	28%	28%	28%	23%

“ En synthèse

- **Visiter des lieux touristiques, une activité très appréciée des vacanciers français**
 - A l'été 2022, **60% des Français sont partis** en week-end et/ou en vacances **en France**.
 - **Et 82% des vacanciers ont fréquenté des sites touristiques, dont** la moitié considère **qu'il y avait trop de monde** lors de leur visite.
- **L'instauration de quotas pour réguler le nombre de touristes, une démarche souhaitée par les Français...**
 - **76% des Français sont favorables à un système de quotas pour limiter cette surfréquentation**
 - Et **la même proportion seraient prête à réserver un créneau** pour organiser leur visite d'un lieu touristique.
 - Des chiffres légitimant **des mesures visant à limiter la surfréquentation**
- **... notamment pour sauvegarder les sites touristiques**
 - **75% des Français évoquent au moins un avantage à cette mesure en faveur de la conservation du site touristique.**
 - **Préserver l'environnement des sites naturels et limiter les dégradations associées à une trop grande surfréquentation** sont les **deux avantages** les plus cités par les Français interrogés.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

votre contact

Séverine Tabard

Directrice Conseil
Dépt. Marketing des Services

Tel. +33 1 81 81 83 00
stabard@opinion-way.com