

Les vacances chez soi, le phénomène de l'été

Préoccupés par la situation économique et la hausse de prix, 60% des Français passent leurs vacances d'été chez eux

Paris, 16 juillet 2008 : Selon la dernière étude de Lightspeed Research, la hausse générale des prix et la situation économique actuelle ont conduit 38% des Français à modifier leurs projets de vacances pour cet été. Les options ne manquent pas afin de réduire le coût des vacances et, entre l'hébergement chez les amis ou la famille, les vacances raccourcies voire même annulées, le phénomène des vacances chez soi concerne un nombre croissant de Français. L'étude met également en exergue les postes clés où les Français préfèrent faire des économies plutôt que de compromettre leurs vacances d'été.

Les vacances chez soi, le phénomène de l'été

Ce phénomène d'origine américaine, mieux connu sous le nom de « Staycation », néologisme formé de la fusion des mots « stay » et « vacation », a définitivement gagné du terrain en France. 60% des personnes interrogées affirment qu'il est plus probable qu'elles restent « à la maison » pendant leurs vacances cette année et qu'elles privilégient les sorties ou les activités de proximité.

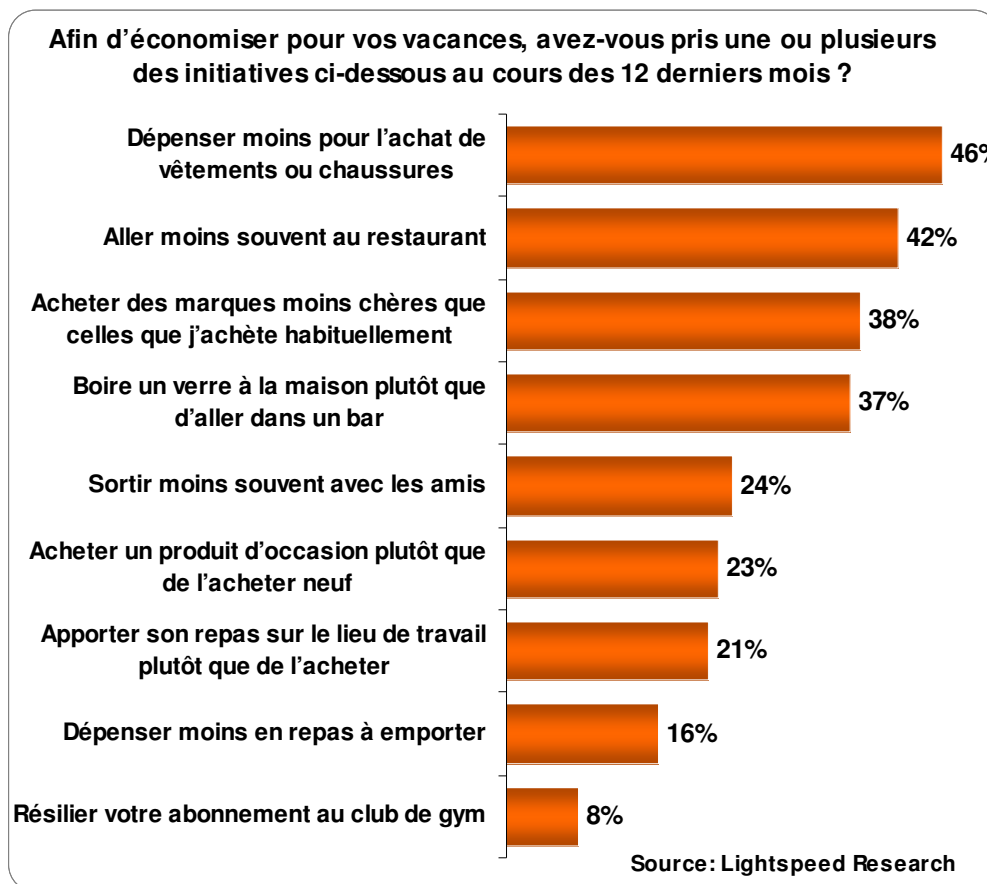
Cette tendance croissante n'est pas spécifique à la France mais concerne aussi d'autres pays européens : 59% des Anglais et 54% des Allemands resserrent aussi leurs dépenses face aux incertitudes économiques et prévoient de passer leurs vacances à la maison.

Et, les courts séjours sont aussi menacés puisqu'un Français sur deux affirme partir cette année moins souvent en week-end ou en courts séjours que l'année dernière.

Les vacances rognent sur d'autres dépenses

Seul un tiers des personnes interrogées sont prêtes à tout pour préserver leurs vacances d'été. Le budget vacances semble donc difficile à conserver et oblige les Français à réduire d'autres dépenses.

En tête des initiatives prises afin d'économiser pour les vacances, on note la baisse des dépenses vestimentaires qui concerne un Français sur deux, les sorties moins nombreuses au restaurant et l'achat de marques moins chères (cf le graphique ci-dessous).



D'après Frank Durosset, Directeur de Lightspeed Research France : “ Avec les incertitudes économiques actuelles, la hausse des prix et la baisse du pouvoir d'achat des Français, il n'est pas surprenant de voir le phénomène américain des vacances chez soi prendre une telle ampleur en Europe et en France.”

Fin

Contact presse :

Géraldine Gitel, Consultante en relations publiques

Greenfields Communications

Tél. (portable) : +44 791 788 5380

ggitel@greenfieldscommunications.com

Lightspeed Research

Ralph Risk, Responsable marketing - Europe,

Tél. (bureau) : +44 (0)20 7896-1950

Tél. (portable) : +44 (0)787 650 7689

rrisk@lightspeedresearch.com

À propos de Lightspeed Research

Lightspeed Research est un fournisseur de solutions d'études de marché en ligne reconnu dont les résultats d'enquêtes proviennent de ses panels internationaux en ligne. Lightspeed Research fournit un accès aux foyers membres de 34 pays en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique.

Les panels exclusifs de Lightspeed Research sont sélectionnés et vérifiés régulièrement dans le but de garantir un échantillonnage représentatif de qualité afin de réaliser des études dont la diversité et la complexité s'étendent à la plupart des secteurs de l'industrie. Lightspeed Research propose des panels couvrant des domaines aussi diversifiés que les soins de santé, les services financiers, l'industrie automobile, le commerce inter-entreprise, les télécommunications, la famille et bien d'autres secteurs encore. Lightspeed Research est membre de Kantar et de la WPP (LSE: WPP) (NASDAQ: WPPGY), l'une des sociétés de services de communications leaders dans le monde. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.lightspeedresearch.com