

Communiqué de presse

Plus de 8 Français sur 10 veulent partir en week-end ou en vacances, mais sont contraints par un manque de moyens

Selon la dernière étude de l'Observatoire E. Leclerc des Nouvelles Consommations

Ivry sur Seine – le 3 mai 2021 - **Aujourd'hui, la levée des restrictions sur les déplacements constitue un espoir pour les Français de pouvoir enfin souffler. Depuis plus d'un an, la crise sanitaire et les restrictions de déplacement ont été synonymes de stress et de contraintes pour beaucoup d'entre eux. En effet, près d'un Français sur 2 déclare qu'elles ont eu un impact négatif sur leur niveau de stress ainsi que leur état de santé mentale et 61% ont l'impression de vivre comme enfermés depuis le début de la crise. Sans surprise, une très grande majorité de Français (82%) ressent le besoin de partir en week-end ou en vacances pour s'évader. Cependant, ils déclarent manquer de moyen pour organiser cela sereinement. Concrètement, c'est près d'un tiers des Français qui ne partiront pas dans les prochains mois faute de ressources nécessaires.**

L'Observatoire E. Leclerc des Nouvelles Consommations, en collaboration avec Ipsos, a interrogé les Français sur leur envie d'évasion : Quelles sont leurs aspirations en cette période de pandémie ? Comment imaginent-ils leur week-end d'évasion idéal ? Quels sont les motivations et les freins qui entrent en jeu dans l'organisation d'un week-end ?

Une envie d'évasion après un an de restrictions

Depuis plus d'un an, la situation sanitaire et les différentes mesures restrictives ont eu **un impact négatif sur le stress et la santé mentale de près d'un Français sur 2**. Les étudiants et les télétravailleurs sont principalement concernés : **les premiers déclarent à 65% que la situation actuelle a eu un impact négatif sur leur niveau de stress quand les seconds déclarent à 54% que leur état de santé mentale a été affecté.**

L'obligation de rester à son domicile fortement accentué par le télétravail a été vecteur de tensions pour toute une partie de la population française. En effet, **28% des télétravailleurs ont déclaré avoir rencontré des difficultés pour travailler depuis chez eux.**

Pendant cette période, la majorité des Français (61%) a eu l'impression de vivre comme "enfermée", notamment les étudiants (78%) et les personnes n'ayant pas d'espace extérieur (74%). Cette sensation est particulièrement amplifiée par le fait que **les Français ont vu moins souvent leur famille (85%) et leurs amis (82%)** qu'auparavant ce qui a rendu le respect des restrictions liées à la pandémie de moins en moins supportable (66%).

Les Français éprouvent donc le besoin de prendre l'air, de s'évader (83%), de prendre du temps pour eux (75%) afin de relâcher la pression (72%). Lorsqu'on leur pose la question, **ils sont 82% à déclarer avoir besoin de partir en vacances (60%) ou au moins en week-end (22%).**

32% des personnes n'ont pas prévu de partir en week-end ou en vacances dans les prochains mois pour des raisons financières.

En raison de l'incertitude et des aléas liés à la crise sanitaire, **44% des Français ne sont partis ni en vacances ni en week-end depuis le début de la pandémie.** Cette proportion est encore plus importante chez les classes moyennes (52%) et chez les catégories les plus modestes (62%).

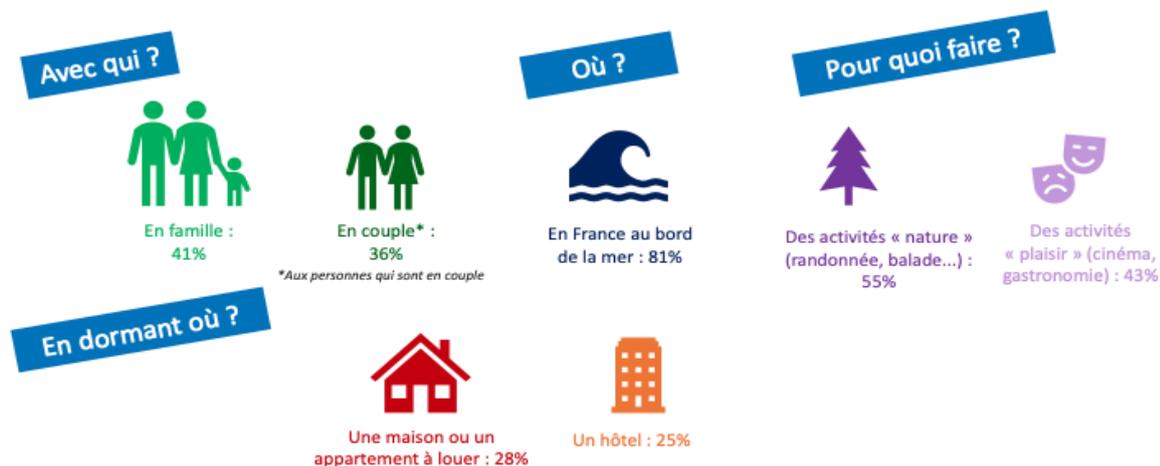
Mais avec la levée des restrictions de déplacement, le besoin de partir se fait de plus en plus ressentir. **Un Français sur 2 déclare avoir prévu de partir en vacances ou en week-end dans les prochains mois.** En revanche, il y a de fortes disparités en fonction des revenus. Alors que 60% des catégories aux hauts revenus comptent partir dans les prochains mois, ils sont seulement 39% chez les classes moyennes et 37% chez les catégories aux revenus modestes. **Parmi ceux qui n'ont pas prévu de partir, près d'un Français sur 3 y renonce pour des raisons financières et plus de la moitié (52%) a peur de ne pas pouvoir profiter de leur séjour à cause des contraintes sanitaires toujours en vigueur.**

Faute de moyens, 8 Français sur 10 éprouvent des difficultés pour partir en week-end

Bien que l'envie de voyage soit forte chez toute une partie de la population française, elle se heurte néanmoins à plusieurs freins. En effet, **le coût du séjour est le frein majeur à l'organisation d'un week-end évasion pour 82% des Français**, en particulier pour les catégories aux revenus inférieurs à 2000€ par mois (90%), **et loin devant le risque d'annulation lié à la crise sanitaire (71%)**. De plus, à cause de la situation sanitaire actuelle sans certitude concernant l'ouverture des lieux publics, l'organisation d'un tel week-end nécessite des efforts et un investissement personnel important pour trouver comment se nourrir (58%), ou loger (56%), quelles activités faire (52%) ou encore trouver la destination adéquate (51%).

Il n'est donc pas étonnant que les contraintes actuelles favorisent l'attractivité des offres de séjours évasion "tout compris". En effet, **74% des Français déclarent être intéressés par des concepts de box séjours évasion "tout compris" pour un week-end** proposés par une enseigne de grande distribution, en particulier les familles avec enfants (82%) et les moins de 35 ans (80%).

Le week-end idéal des Français : pas trop loin, dans la nature et avec ses proches



MÉTHODOLOGIE :

Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national représentatif de 1 052 personnes âgées de 18 à 75 ans, interrogées du 02/03 au 03/03/2021 en ligne selon la méthode des quotas.

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com