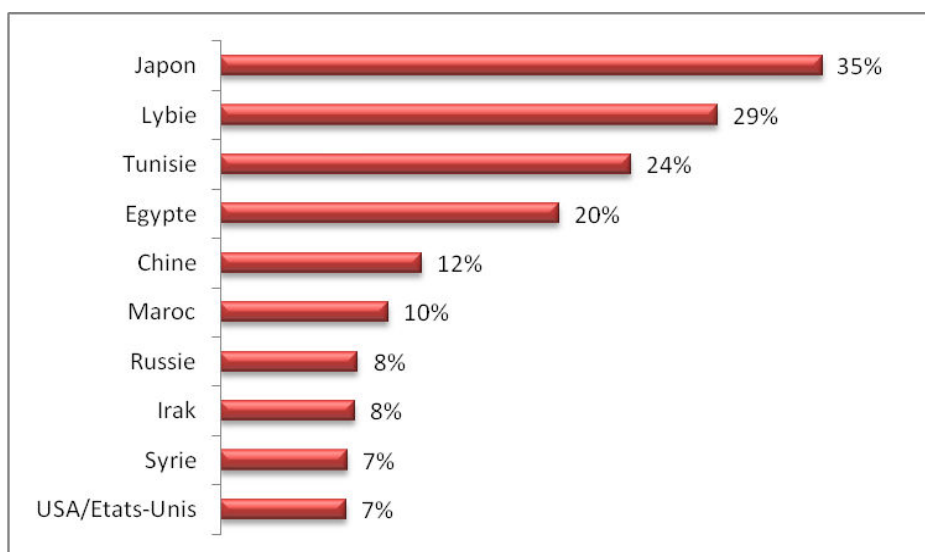


Les Français évitent l'insécurité en privilégiant la France, l'Europe et l'Amérique du Nord pour leurs voyages au cours des 6 prochains mois. Mais plus d'un Français sur trois envisage de réduire son budget vacances.

PARIS – le 28 Avril 2011 – pour diffusion immédiate - Avec l'arrivée du printemps, Harris Interactive a souhaité interroger les Français sur leurs intentions en termes de voyages au cours des 6 prochains mois.

Nous leurs avons notamment demandé quelles étaient les 3 destinations dans lesquelles ils n'iraient certainement pas dans les 6 prochains mois.

Le **Japon** émerge premier de la liste, suivi de la **Libye**, la **Tunisie** puis **l'Egypte**.



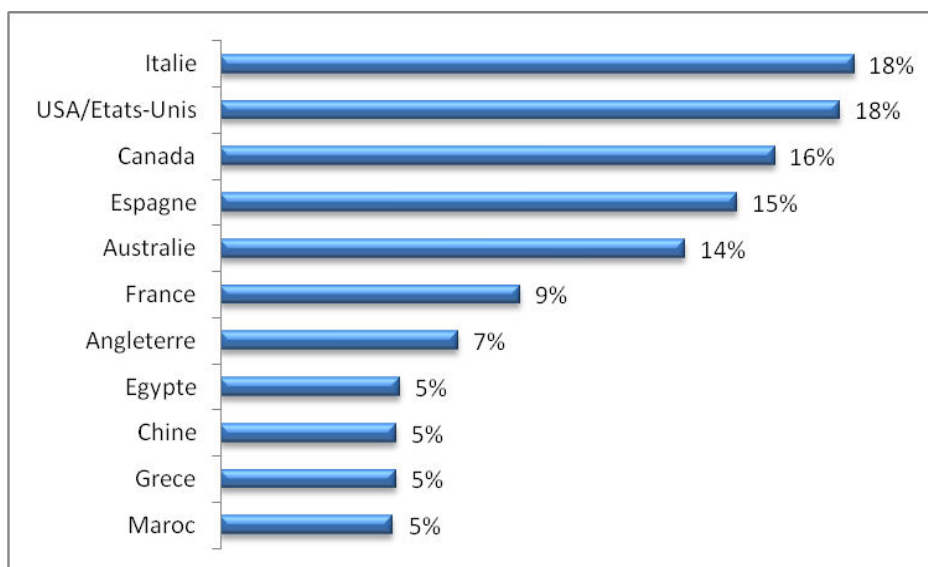
Citez spontanément 3 pays dans lesquels vous n'iriez certainement pas dans les 6 prochains mois ? (réponses > à 7%)

Les événements environnementaux ou géopolitiques actuels sont certainement à la source de ce classement. D'ailleurs lorsqu'on leur demande de s'exprimer sur les raisons pour lesquelles ils ne se rendraient pas dans ces pays, les Français évoquent :

- En premier lieu « **l'insécurité** » (63% des raisons en moyenne, quelque soit le pays)
- La « culture du pays » (23% des raisons)
- Le « coût » (15% des raisons)
- La « distance (durée du voyage) » (11% des raisons)
- Enfin « la météo » (9% des raisons)
- Une « autre raison » pour 30% des répondants

A l'inverse nous avons posé la question de savoir quelles étaient les 3 destinations dans lesquelles ils rêveraient d'aller dans les 6 prochains mois. On voit émerger des pays tels que **l'Italie** et les **Etats-Unis** en pôle position.

A présent, Citez spontanément 3 pays dans lesquels vous rêveriez d'aller dans les 6 prochains mois ? (réponses > à 5%)



Au-delà du rêve, nous avons souhaité connaître les **destinations réellement envisagées par les Français pour les 6 prochains mois**. Les Français confirment comme toujours des intentions massives de voyage **en France** (près de 8 Français sur 10), mais aussi **en Europe** et en **Amérique du Nord**.

France	78,9%
Europe (hors France)	45,4%
Amérique du Nord	14,2%
Asie	7,0%
Afrique du Nord	5,8%
Amérique du Sud	5,3%
Afrique (hors Afrique du Nord)	3,8%
Moyen Orient	3,3%
Océanie, précisez	3,1%
Autre, précisez	2,7%

Les objectifs de ces voyages évoqués sont principalement :

- Des vacances culturelles (48%)
- Rendre visite à de la famille ou des amis (37%)
- Des vacances au bord de l'eau « farniente » (34%)
- Des vacances bien être (cure, thalasso, balnéo...) (17%)

Parmi les destinations suivantes, dans lesquelles envisagez-vous de vous rendre pour cette (ces) prestation(s) ?

Pour aller plus loin, nous avons demandé aux Français leurs intentions d'achat de prestations voyages au cours des 6 prochains mois. Plus de 7 Français sur 10 envisagent d'acheter une prestation, avec en tête un **loisir culturel**, puis un **hébergement** seul et un **billet de train** seul.

Méthodologie

Ce sondage a été réalisé en ligne par Harris Interactive du 23 au 30 mars 2011, auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatives de la population internautes française, âgées de 15 ans et plus. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'Access panel de Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, de région et de catégorie socioprofessionnelle.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut –Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr