

Massy, le 13 avril 2026



## Près de 2/3 des Français privilégieront la France pour partir cet été

**Malgré un contexte économique morose, les Français confirment leur attachement aux vacances d'été. 64% déclarent avoir l'intention de partir cet été (+9 points vs 2025). Cependant le choix de la destination est influencé par le contexte géopolitique et notamment par son impact sur le coût des voyages. Ainsi près des deux tiers des Français qui prévoient de partir privilégieront la France en réaction aux conflits internationaux.**

### Chiffres clés

- 64% des Français ont l'intention de partir en vacances cet été (+9 points vs 2025).
- 61% privilégieront la France en réaction aux conflits internationaux
- 40% partiront moins loin que prévu pour faire face à la hausse des prix du carburant
- Budget moyen par foyer : 1 686 € (+88 € sur un an), avec de fortes disparités selon les revenus.

## Une majorité de Français restera en France pour les vacances

Malgré un contexte contraint, les Français renouent avec les projets de vacances : 64% d'entre eux ont l'intention de partir cet été, soit une progression significative de +9 points par rapport à 2025.

61% des Français déclarent préférer partir en vacances en France en raison du climat géopolitique actuel. Par ailleurs, avec la hausse récente du prix des carburants, 40% des Français qui partiront en voiture prévoient de partir moins loin que prévu.

Après plusieurs années de raccourcissement, les Français tendent à allonger la durée de leurs vacances. Les séjours d'une semaine reculent (35%, -5 pts), tandis que les séjours de deux semaines progressent (35%, +2pts), comme ceux de trois semaines et plus (22%, +3 pts).

## Un budget vacances qui demande un effort financier

L'envie de partir en vacances se heurte à une réalité économique assez difficile. Pour une large majorité de Français (73%), partir en vacances représente un effort financier important.

Cet effort financier va de pair avec une hausse du budget moyen prévu par foyer pour partir cet été. Il s'établit à 1 686 euros (+88 euros vs 2025), soit le budget le plus élevé observé par le baromètre Sofinscope depuis 2012.

Pour les 36% de Français qui ne partiront pas cet été, l'obstacle est majoritairement financier : près de deux tiers d'entre eux déclarent tout simplement ne pas en avoir les moyens (64%).

## Des Français de plus en plus "stratégues" pour maintenir leur départ

Face à la pression budgétaire, les Français s'adaptent pour réussir à partir.

La planification devient donc un réflexe. 57% réservent le plus tôt possible pour bénéficier des meilleurs tarifs et 81% comparent systématiquement les prix avant de réserver. Pour lisser l'effort financier, 28% des Français recourent aux facilités de paiement, un usage en forte progression de +9 points.

La gestion des dépenses sur place suit la même logique de rigueur. 68% des Français prévoient désormais un budget strict pour leurs dépenses à destination (+8 pts).

## L'IA s'installe dans le processus de planification

24% des Français utilisent désormais l'IA pour préparer leur voyage, un niveau désormais comparable à celui des réseaux sociaux (22%).

Si les plus jeunes restent davantage influencés par les algorithmes d'Instagram et TikTok, (64% vs 53% pour ChatGPT, Claude ou Gemini), une bascule s'opère à partir de 25 ans : 50% des 25-34 ans se disent influencés par l'IA pour choisir leurs vacances, 46% par les réseaux sociaux.

*« Le contexte économique et géopolitique va favoriser le tourisme français dans les prochains mois. Au travers des efforts financiers qu'ils sont prêts à faire et des stratégies qu'ils développent pour préparer leurs vacances, les Français démontrent l'importance qu'ils vouent à ces quelques jours ou quelques semaines de détente. Pour les accompagner et les aider à lisser leurs dépenses, apporter des solutions de paiement et de financement peut être un moyen de se démarquer pour les acteurs du tourisme. »* **Franck ONIGA, Directeur général de Sofinco**

*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante : « Le Sofinscope – Baromètre OpinionWay pour Sofinco ».*

### Contact Presse Sofinco

presse@ca-pfm.com  
+33 (0)6 80 41 17 77

### À propos du Sofinscope

Sofinscope est le baromètre de Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility en France. Destiné à sonder les Français sur leurs habitudes de consommation et à mieux les comprendre, ce baromètre qui s'inscrit dans le quotidien des Français est réalisé par OpinionWay pour Sofinco, auprès d'échantillons représentatifs de la population française.

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 029 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. Les interviews ont été réalisées du 18 au 19 mars 2026 par questionnaire autoadministré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Tous les résultats sont disponibles en ligne sur le site [Sofinscope : le baromètre qui vous donne un temps d'avance sur la consommation](#)

### **À propos de Sofinco**

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. Spécialiste du financement personnel, elle accompagne depuis plus de 70 ans les Français dans la transition vers une consommation plus responsable via une gamme étendue de solutions de financement et de services associés proposée en vente directe ou via ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels). Il accompagne également les Français dans leur parcours de rénovation énergétique du logement ou dans l'adaptation de ce dernier au bien vieillir. Pour en savoir plus : [www.sofinco.fr](http://www.sofinco.fr)