



L'influence des activités « outdoor » dans le choix des destinations de vacances

Mars 2026

N° 122351

Contacts Ifop :

Jérôme Fourquet / Chloé Tegny / Julie Louet-Guillen / Nathan
Pressoir

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise



Sommaire

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 01. | La méthodologie | 3 |
| 02. | Les résultats de l'étude
Les activités « outdoor » : pratique et influence
dans le choix des destinations de vacances | 5 |
| 03. | Les enseignements de l'enquête | 27 |



01

Méthodologie

Méthodologie

Echantillon

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1002** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Méthodologie

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la **méthode des quotas** (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne **du 12 au 17 mars 2026**.

Les différences significatives * sont indiquées ainsi :

XX% / XX% : le résultat apparaît en rouge lorsqu'il est significativement inférieur à la moyenne, en vert lorsqu'il est significativement supérieur à la moyenne.

Précision relative aux marges d'erreur

Taille d'échantillon	INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCES					
	Pourcentage observé					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1 000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
1 500	1,1	1,5	2,0	2,3	2,4	2,5
2 000	1,0	1,3	1,8	2,0	2,2	2,2
3 000	0,8	1,1	1,4	1,6	1,8	1,8

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-contre.

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **1 000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,8**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2% et 11,8%.

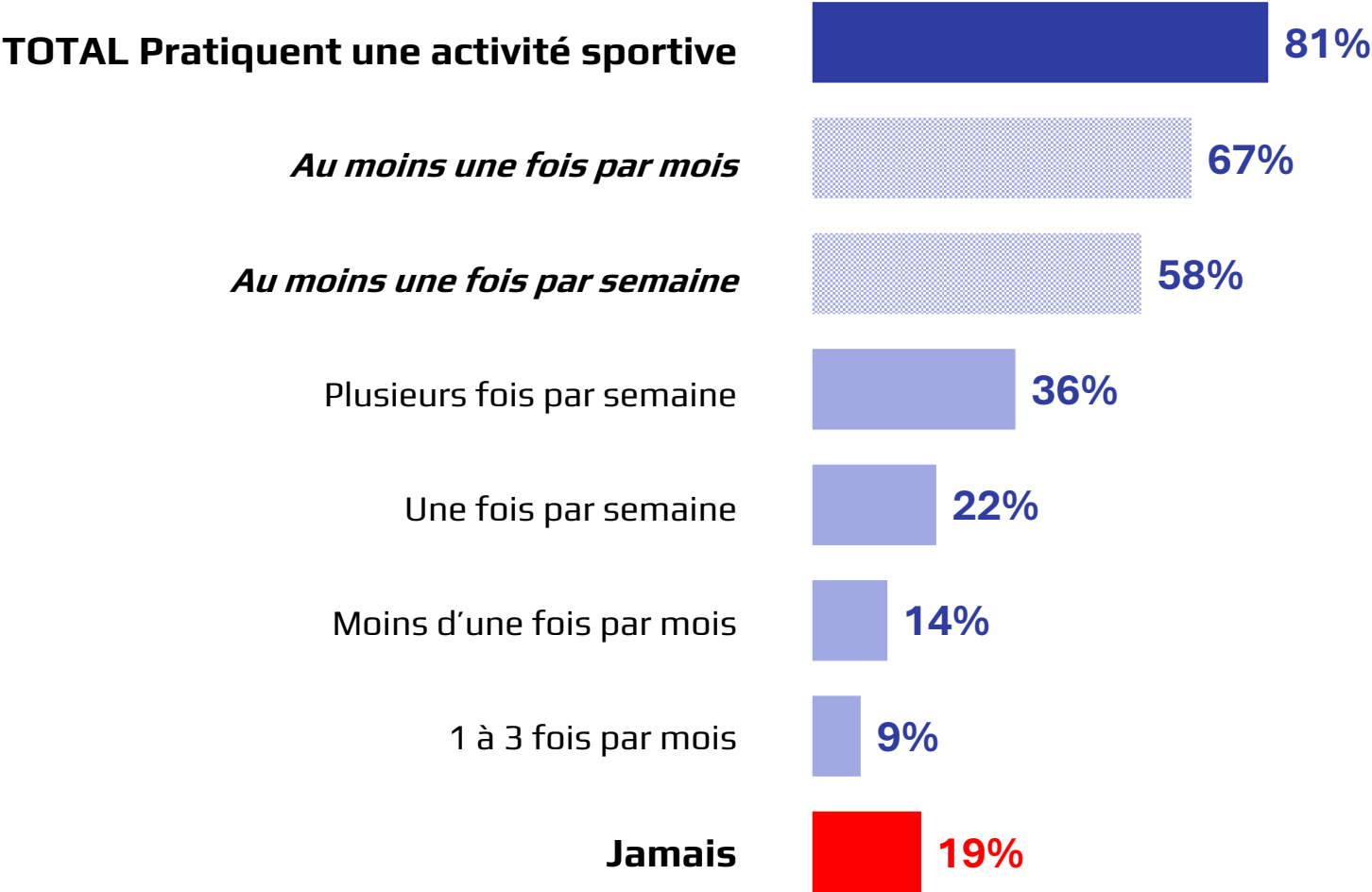
A hand holding a stylus points at a tablet displaying various data charts and graphs. The tablet screen shows a complex dashboard with multiple visualizations: a line graph at the top left, a horizontal bar chart at the top right, a circular gauge chart with numbers (185, 315, 175, 525, 695) in the middle left, a world map with network connections in the center, a pie chart with percentages (18%, 37%, 92%) at the top right, a line graph with a shaded area at the bottom right, and several other smaller charts and tables. The background is a dark, textured surface, and the entire scene is overlaid with a semi-transparent red graphic element.

02

Les résultats de
l'étude

La fréquence de pratique d'une activité sportive

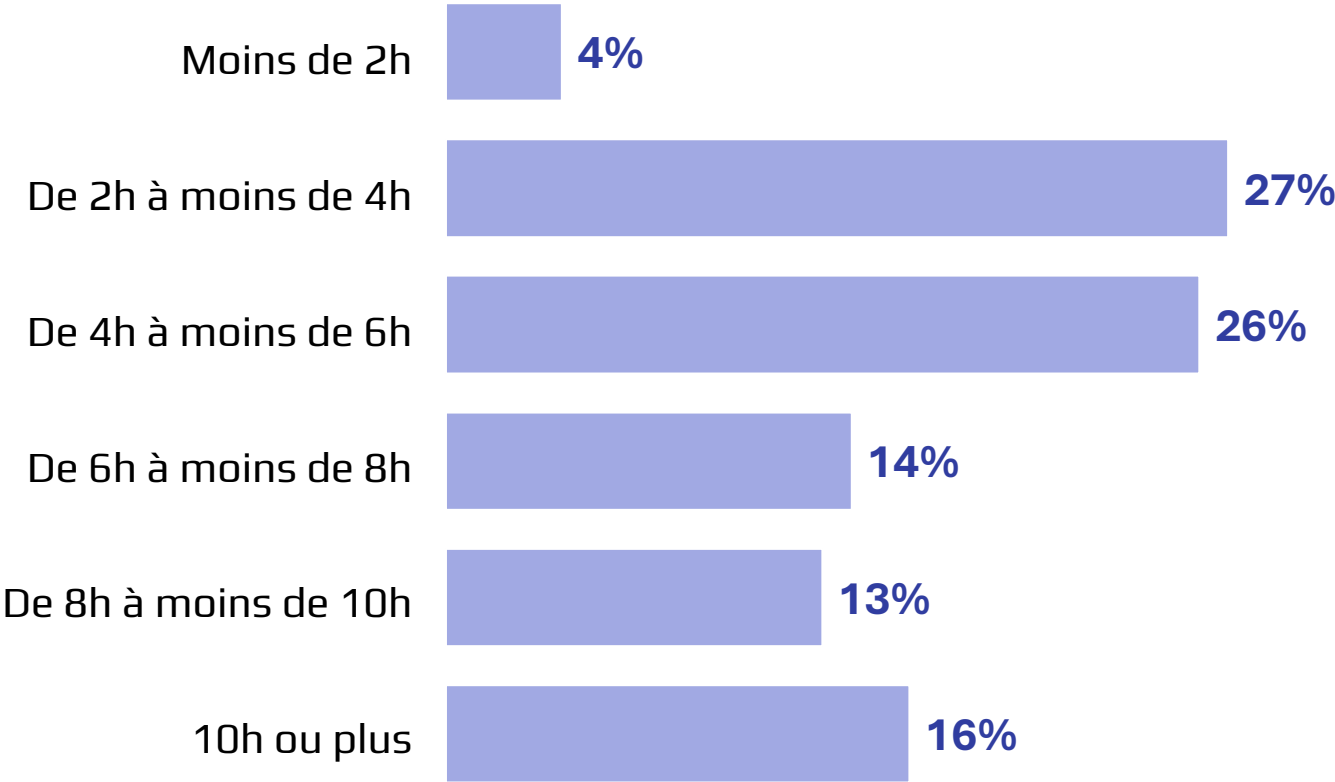
Question : A quelle fréquence pratiquez-vous une activité sportive ?



Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
87%	86%	80%	74%
63%	65%	54%	55%
74%	74%	63%	62%
43%	38%	32%	35%
20%	26%	22%	20%
11%	9%	9%	7%
13%	12%	17%	12%
13%	14%	20%	26%

Le nombre moyen d'heures passées par jour devant un écran

Question : En moyenne, par jour, combien d'heures passez-vous devant un écran (ordinateur, télévision, smartphone...), que ce soit sur votre temps personnel ou dans le cadre de votre travail ?



Moyenne 5h36

Médiane 5h

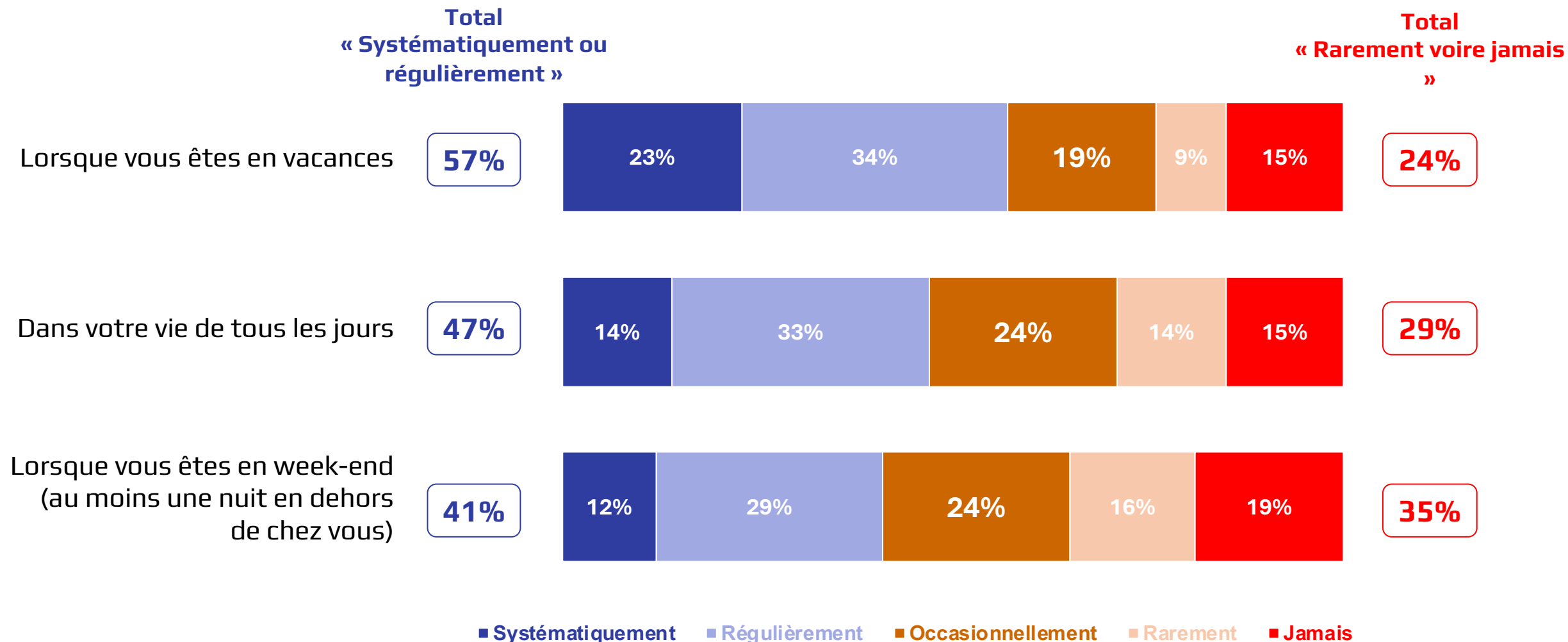
Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
5%	5%	4%	4%
21%	25%	25%	33%
21%	20%	26%	34%
17%	15%	9%	17%
18%	14%	16%	6%
18%	21%	20%	6%
6h06	6h06	6h06	4h36
6h	6h	5h	4h



Les activités « outdoor » :
pratique et influence
dans le choix des
destinations
de vacances

La fréquence de pratique d'une activité outdoor

Question : D'une manière générale, à quelle fréquence pratiquez-vous une activité « outdoor », c'est-à-dire une activité sportive en plein air (ex : marche, randonnée, course à pied, vélo, surf, etc.) ?



La fréquence de pratique d'une activité outdoor

Question : D'une manière générale, à quelle fréquence pratiquez-vous une activité « outdoor », c'est-à-dire une activité sportive en plein air (ex : marche, randonnée, course à pied, vélo, surf, etc.) ?

Total
« **Systématiquement ou**
régulièrement »

Lorsque vous êtes en vacances

57%

Dans votre vie de tous les jours

47%

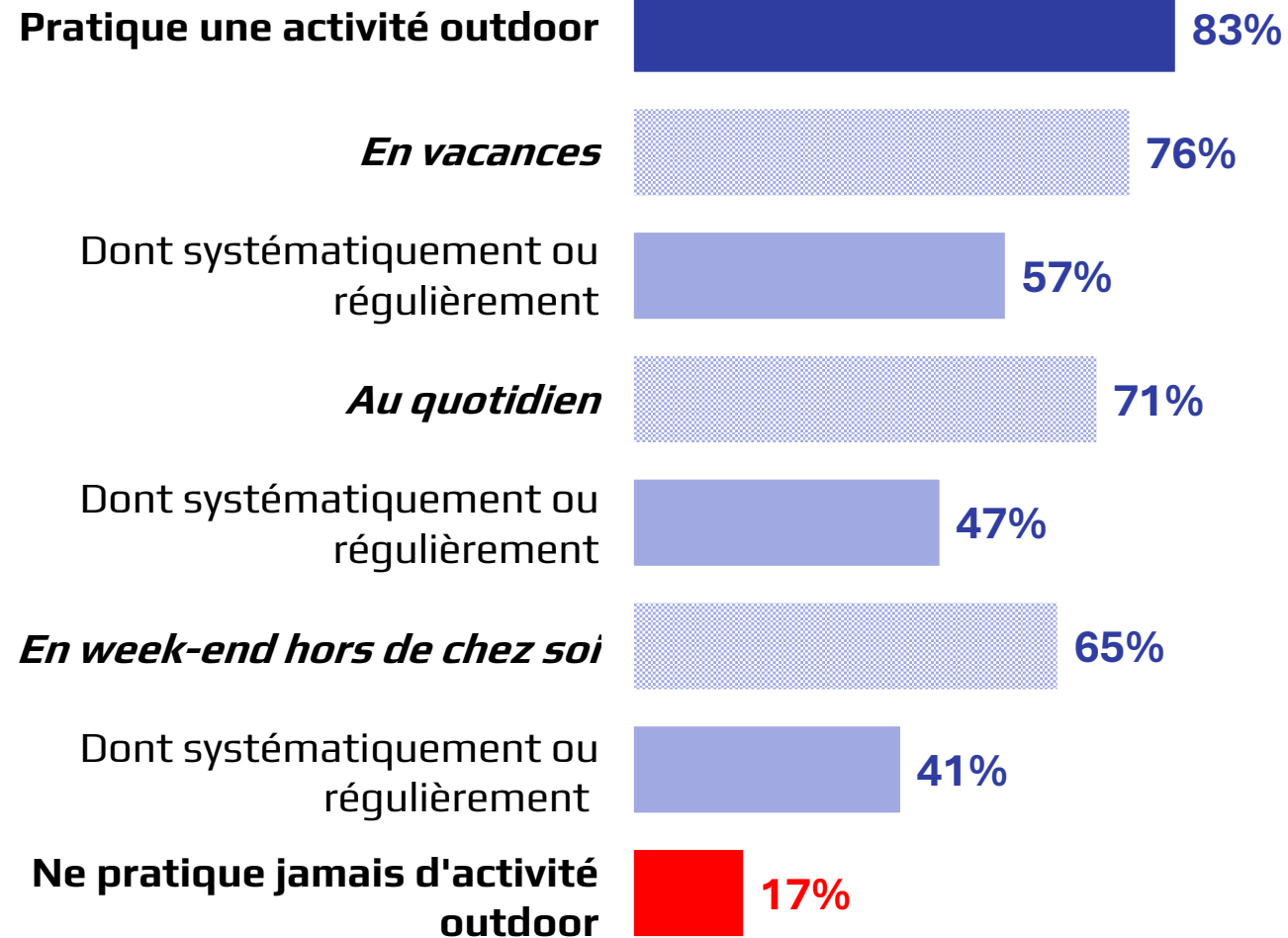
Lorsque vous êtes en week-end (au
moins une nuit en dehors de chez
vous)

41%

Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
58%	66%	58%	49%
43%	52%	39%	52%
44%	48%	41%	34%

La fréquence de pratique d'une activité outdoor - *Récapitulatif*

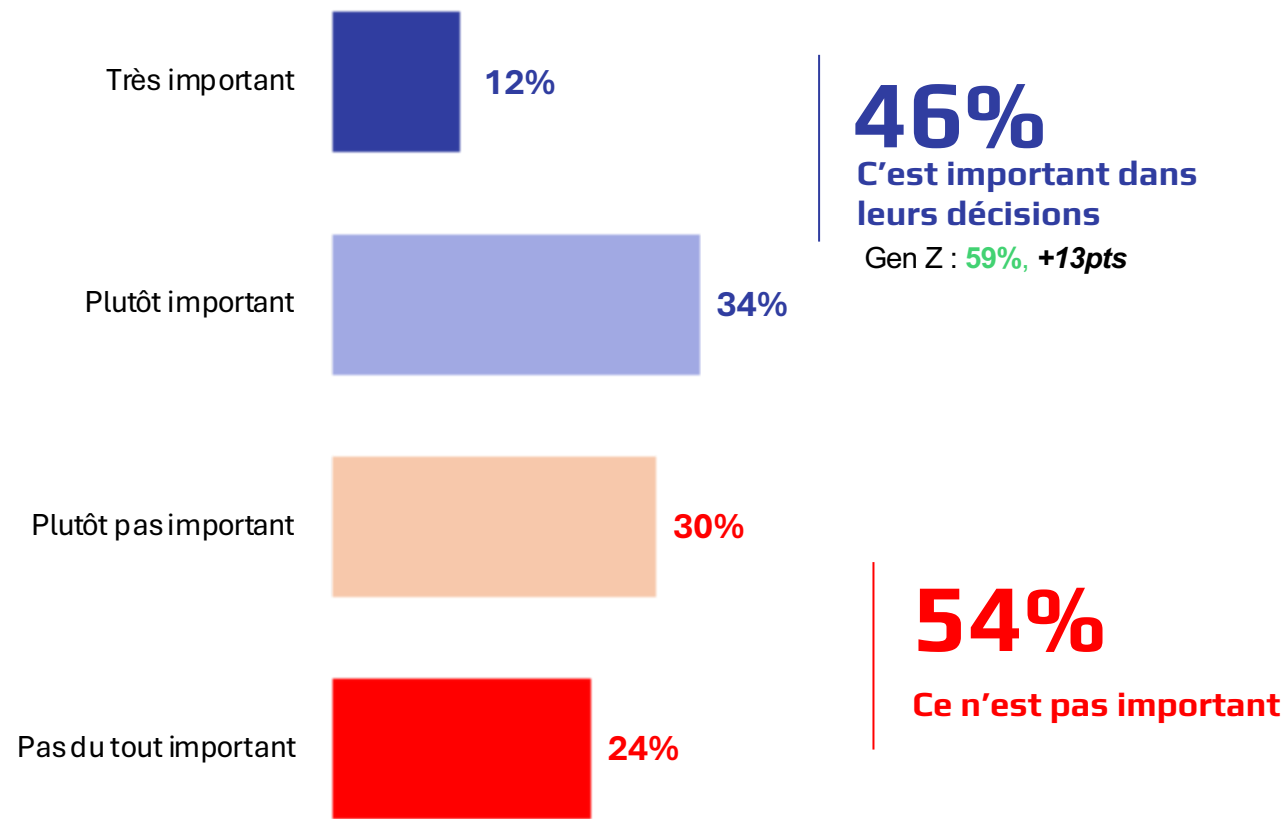
Question : D'une manière générale, à quelle fréquence pratiquez-vous une activité « outdoor », c'est-à-dire une activité sportive en plein air (ex : marche, randonnée, course à pied, vélo, surf, etc.) ?



Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
82%	88%	82%	81%
78%	84%	79%	70%
58%	66%	59%	49%
68%	75%	68%	74%
43%	51%	39%	52%
67%	72%	67%	59%
44%	48%	41%	34%
18%	12%	18%	19%

L'importance de la possibilité de pratiquer des activités outdoor dans le choix d'une destination de vacances ou de week-end

Question : Lorsque vous devez choisir une destination de vacances ou de week-end en dehors de chez vous, la possibilité d'y pratiquer des activités sportives en plein air joue-t-elle un rôle important ou pas important dans votre décision ?

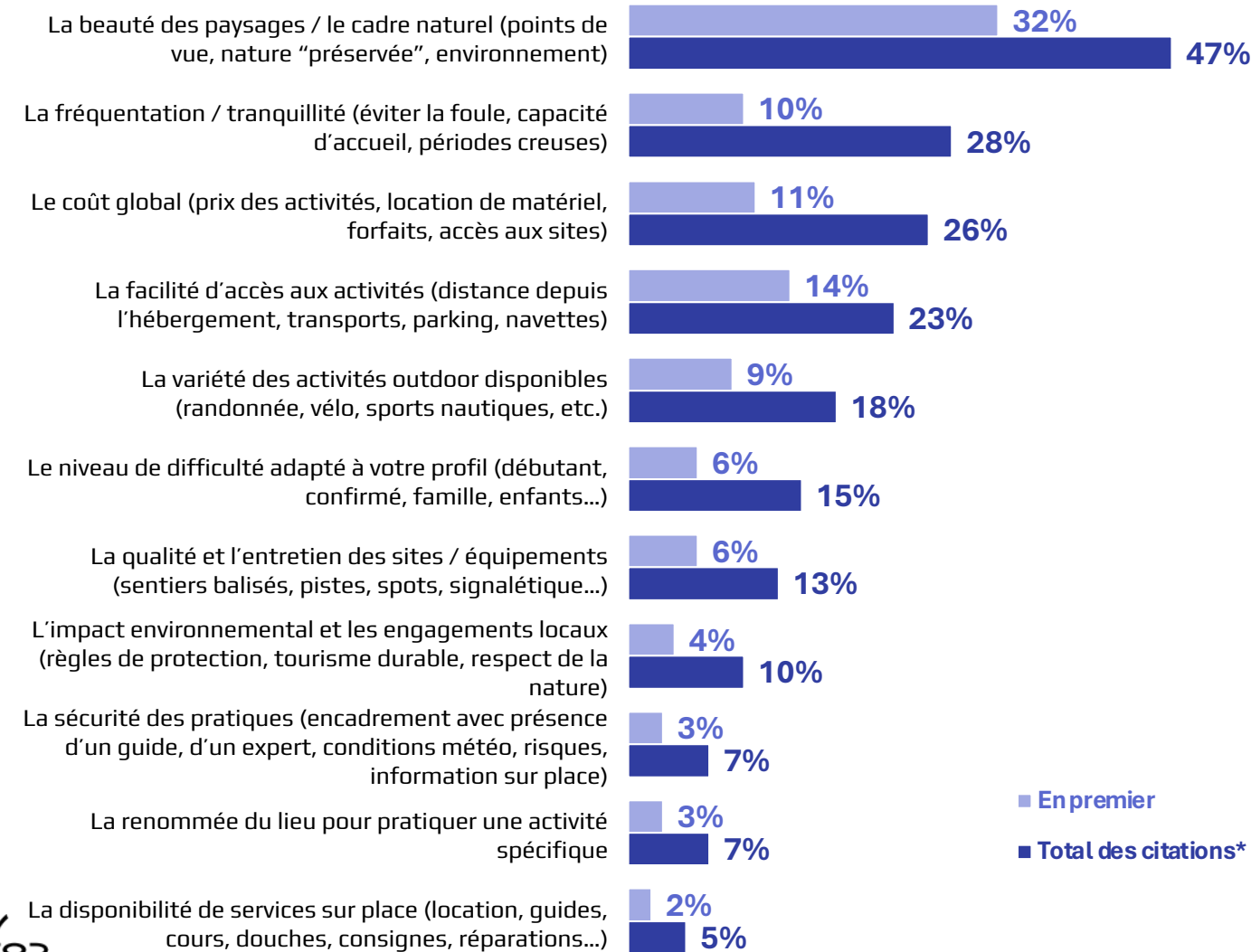


Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
17%	14%	10%	7%
42%	41%	33%	26%
26%	28%	30%	37%
15%	17%	27%	30%

Les principaux critères de choix d'activités outdoor pendant les vacances ou en week-end

Question : Et parmi les critères suivants, quels sont ceux qui comptent le plus pour vous personnellement lorsque vous recherchez des activités sportives en plein air à pratiquer pendant vos vacances / en week-end en dehors de chez vous ? En premier ? En second ?

Base : A celles et ceux pour qui l'offre d'activités "outdoor" est importante dans le choix d'une destination de vacances, soit 46% de l'échantillon



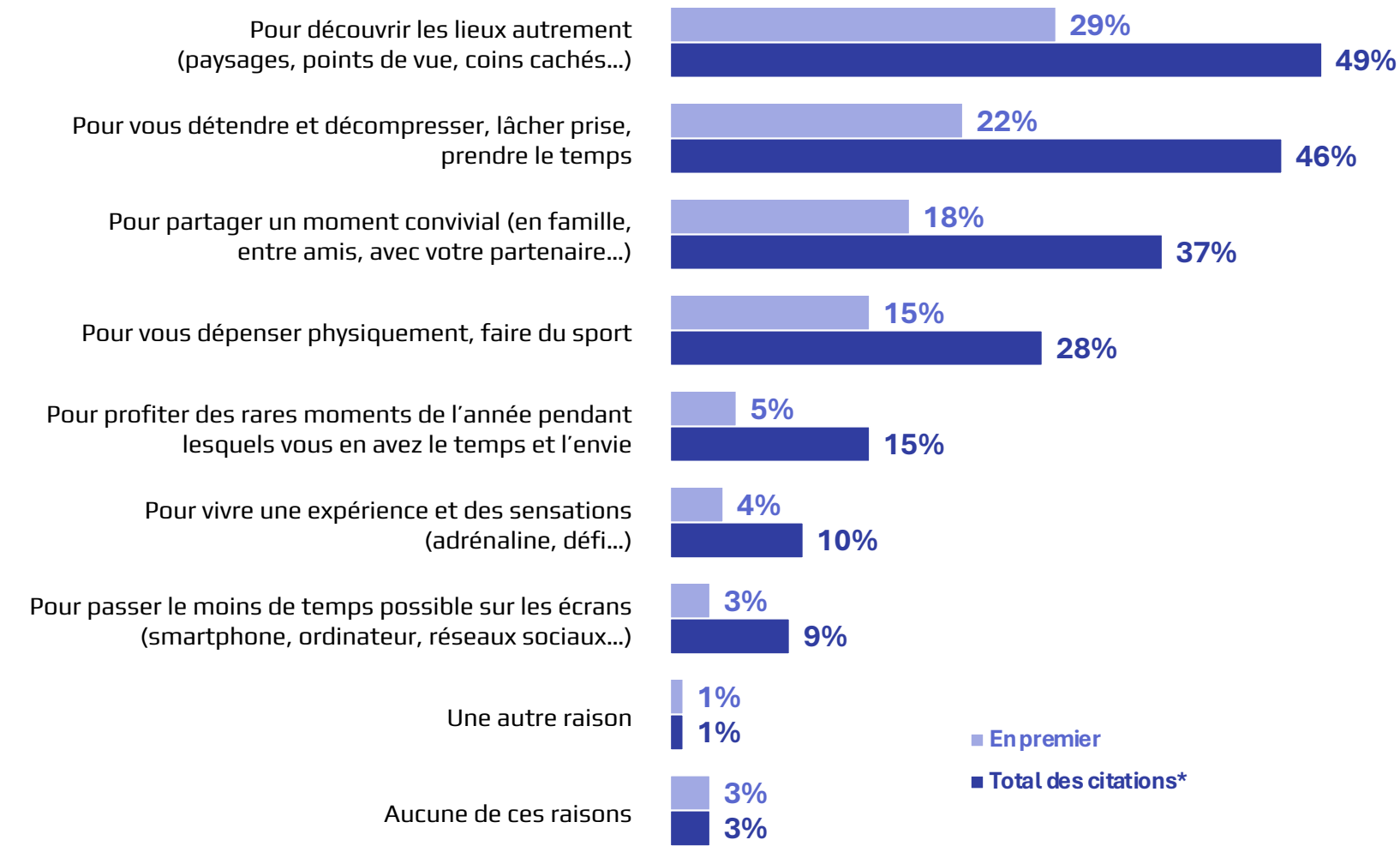
45%	37%	51%	55%
21%	23%	28%	41%
34%	32%	28%	9%
19%	28%	23%	23%
13%	18%	27%	14%
10%	15%	13%	19%
14%	11%	9%	20%
11%	13%	6%	8%
11%	7%	4%	9%
12%	8%	6%	2%
8%	8%	4%	1%

(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

Les principales raisons de pratiquer des activités outdoor pendant ses vacances ou week-ends

Question : Pour quelles raisons principales pratiquez-vous des activités sportives en plein air lors de vos vacances ou week-end en dehors de chez vous ? En premier ? En second ?

Base : A celles et ceux qui pratiquent une activité outdoor en vacances ou en week-end en dehors de chez eux, soit 78% de l'échantillon



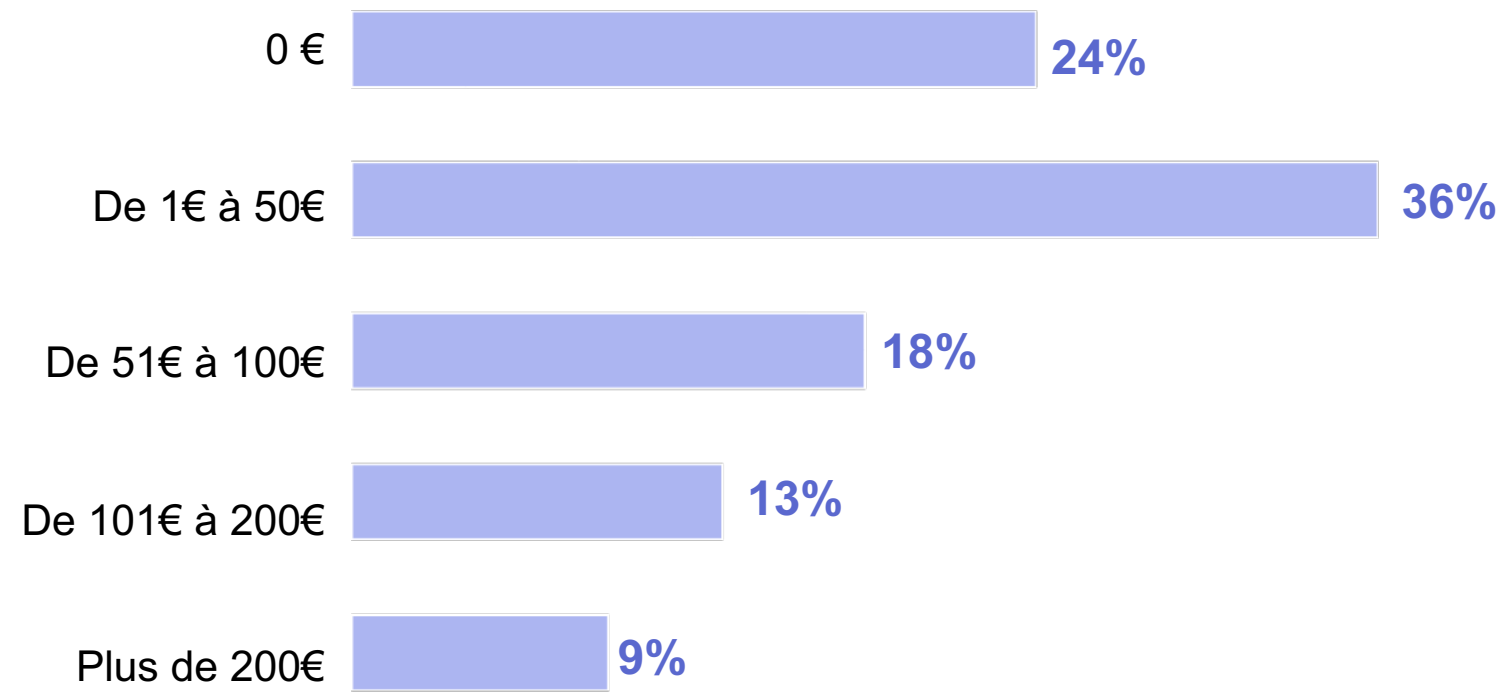
Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
23%	24%	27%	42%
24%	18%	26%	20%
17%	22%	21%	14%
18%	15%	15%	13%
5%	8%	5%	2%
6%	6%	3%	1%
5%	4%	2%	2%
-	-	-	2%
2%	3%	1%	4%

(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

Le budget moyen consacré par personne aux activités outdoor pendant les vacances ou week-ends

Question : En moyenne, par personne, quel budget consacrez-vous aux activités sportives en plein air lors de vos vacances ou week-end en dehors de chez vous ?

Base : A celles et ceux qui pratiquent une activité outdoor en vacances ou en week-end en dehors de chez eux, soit 78% de l'échantillon



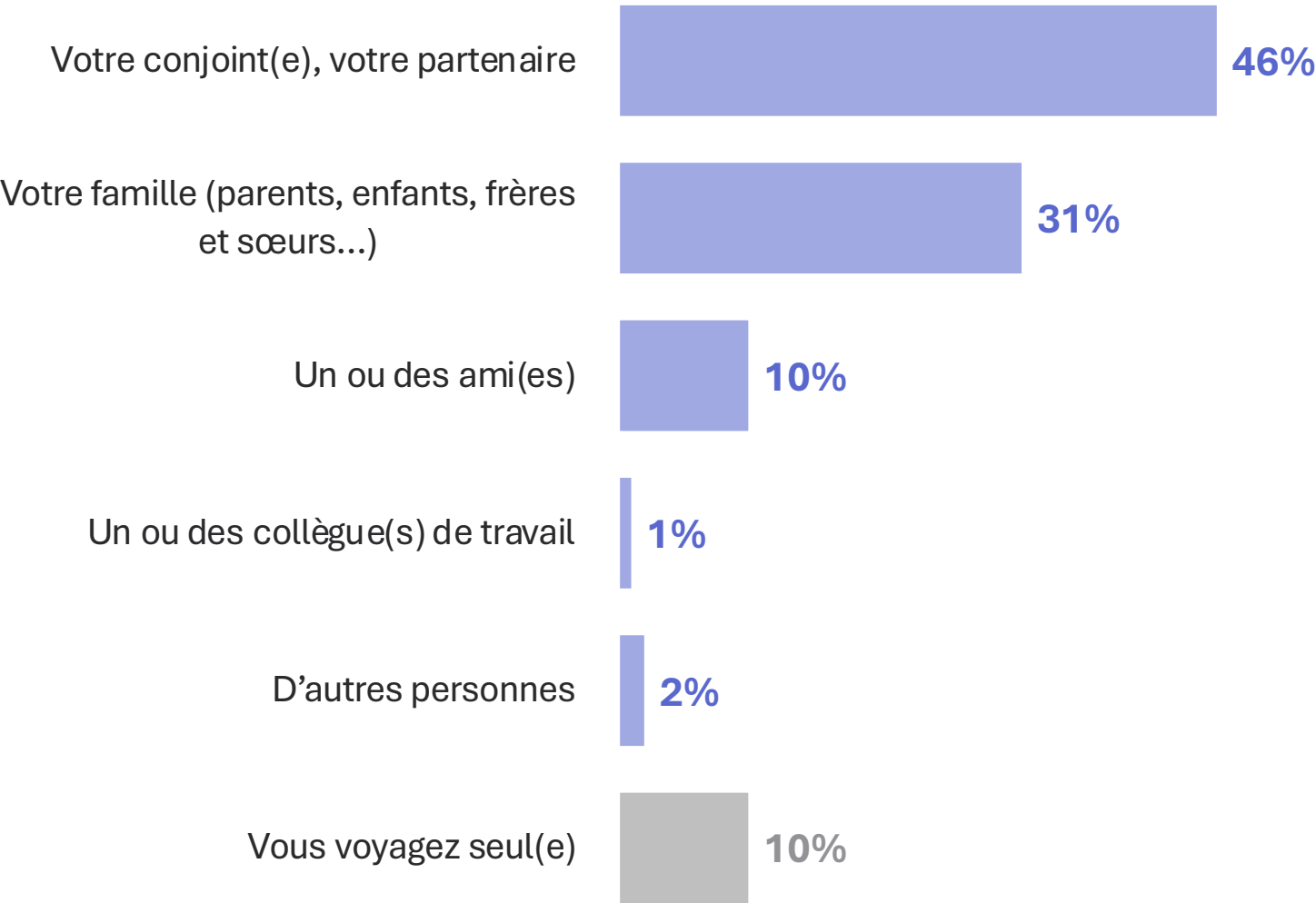
Moyenne
97,80€
Médiane 50€

Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
11%	15%	28%	37%
45%	40%	34%	27%
17%	21%	17%	15%
16%	13%	15%	12%
11%	11%	6%	9%
121,20€	112,80€	78,70€	86,30€

Les personnes avec qui l'on voyage lors de vacances ou week-ends incluant la pratique d'une activité outdoor

Question : Lorsque vous partez en vacances ou en week-end en dehors de chez vous et que vous y pratiquez une activité sportive en plein air, avec qui voyagez-vous principalement ?

Base : A celles et ceux qui pratiquent une activité outdoor en vacances ou en week-end en dehors de chez eux, soit 78% de l'échantillon

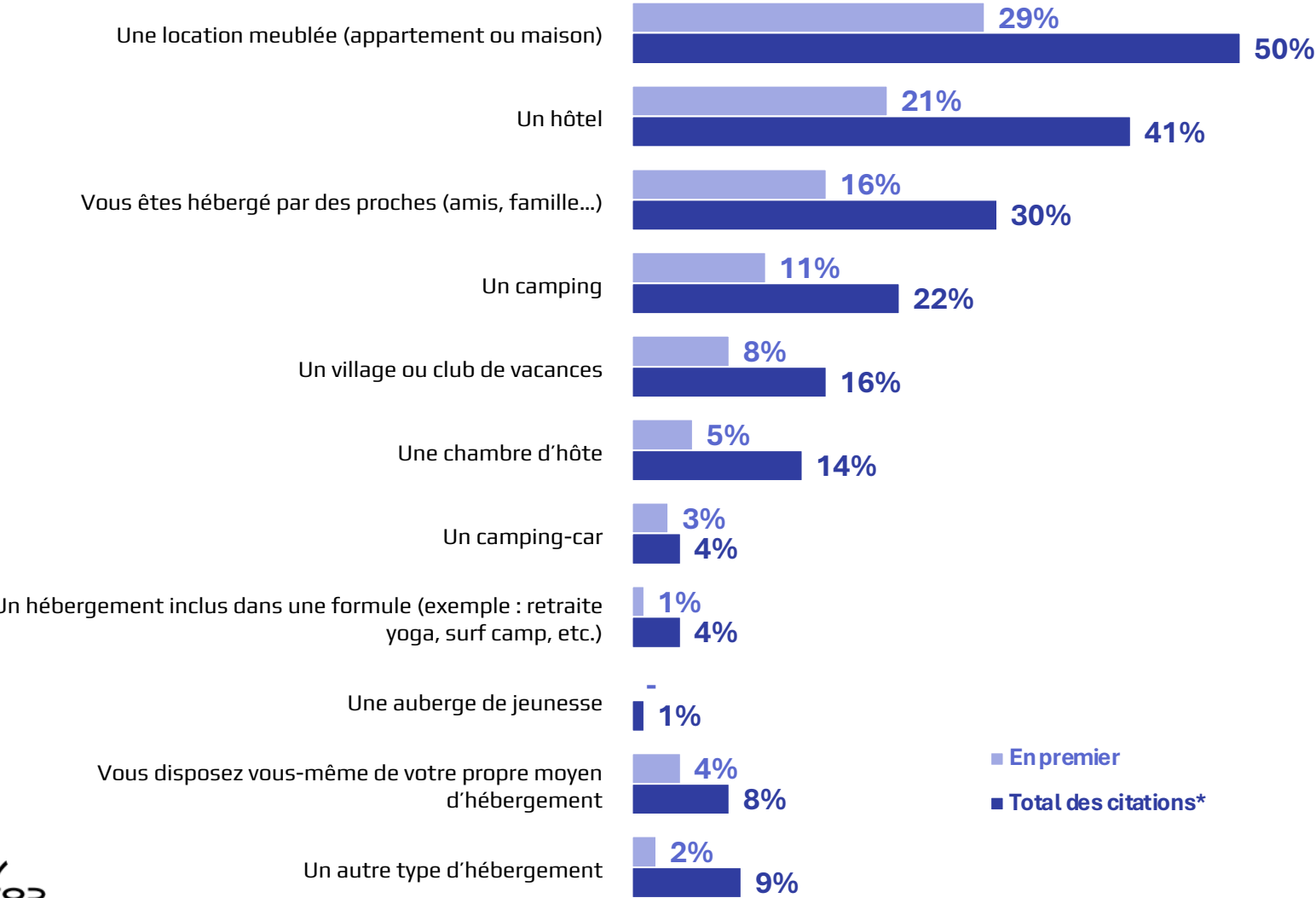


Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
35%	43%	43%	58%
40%	33%	35%	21%
17%	7%	10%	8%
1%	1%	-	-
2%	3%	3%	2%
5%	13%	9%	11%

Le type d'hébergement privilégié pour pratiquer une activité outdoor en vacances ou en week-end

Question : Et lorsque vous partez en vacances ou en week-end en dehors de chez vous et que vous y pratiquez une activité sportive en plein air, quel type d'hébergement privilégiez-vous ? En premier ? En second ?

Base : A celles et ceux qui pratiquent une activité outdoor en vacances ou en week-end en dehors de chez eux, soit 78% de l'échantillon



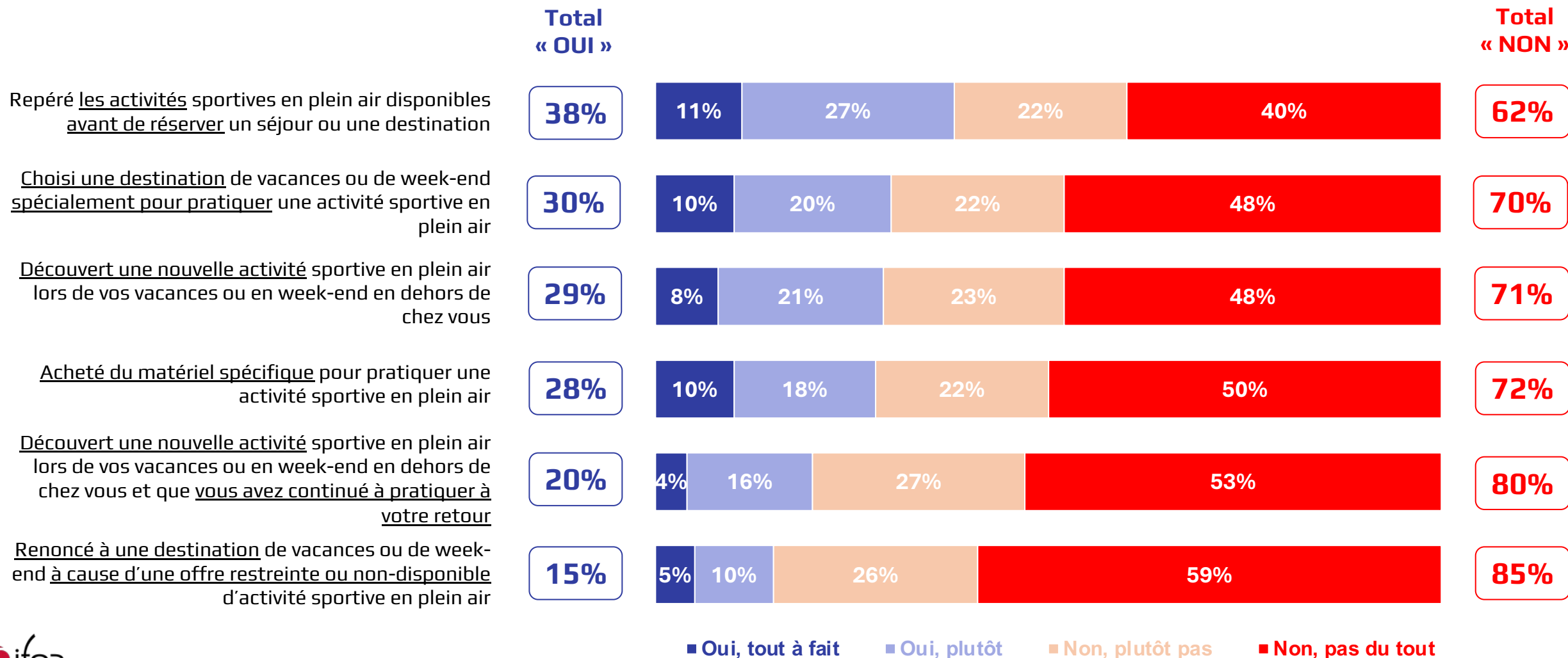
Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
31%	33%	31%	24%
22%	20%	22%	20%
10%	12%	16%	22%
10%	15%	12%	7%
5%	8%	6%	10%
7%	1%	6%	6%
2%	3%	2%	3%
-	3%	-	-
3%	1%	-	-
5%	3%	2%	6%
5%	1%	3%	2%

(*) Le total est supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses.

Les expériences et comportements liés aux activités outdoor au cours des douze derniers mois

Question : Au cours des douze derniers mois, avez-vous déjà... ?

Base : A celles et ceux qui sont partis en vacances au cours des deux dernières années, soit 85% de l'échantillon



Les expériences et comportements liés aux activités outdoor au cours des douze derniers mois

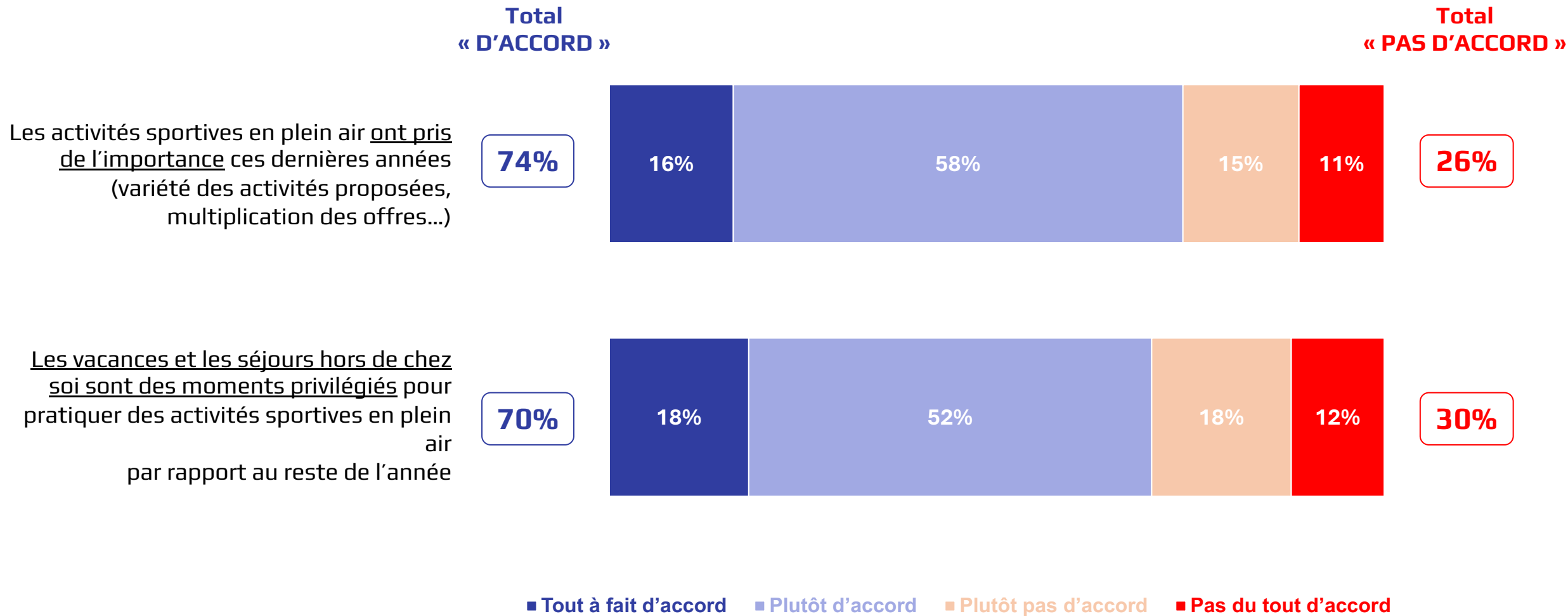
Question : Au cours des douze derniers mois, avez-vous déjà... ?

Base : A celles et ceux qui sont partis en vacances au cours des deux dernières années, soit 85% de l'échantillon

	Total « OUI »	Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
Repéré <u>les activités</u> sportives en plein air disponibles <u>avant de réserver</u> un séjour ou une destination	38%	54%	48%	35%	22%
<u>Choisi une destination</u> de vacances ou de week-end <u>spécialement pour pratiquer</u> une activité sportive en plein air	30%	45%	35%	30%	18%
<u>Découvert une nouvelle activité</u> sportive en plein air lors de vos vacances ou en week-end en dehors de chez vous	29%	40%	41%	25%	13%
<u>Acheté du matériel spécifique</u> pour pratiquer une activité sportive en plein air	28%	44%	32%	26%	16%
<u>Découvert une nouvelle activité</u> sportive en plein air lors de vos vacances ou en week-end en dehors de chez vous et que <u>vous avez continué à pratiquer à votre retour</u>	20%	33%	30%	14%	10%
<u>Renoncé à une destination</u> de vacances ou de week-end <u>à cause d'une offre restreinte ou non-disponible</u> d'activité sportive en plein air	15%	26%	19%	15%	6%

L'adhésion à différentes affirmations concernant la place des activités outdoor en vacances ou en week-end

Question : Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes... ?



L'adhésion à différentes affirmations concernant la place des activités outdoor en vacances ou en week-end

Question : Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes... ?

Les vacances et les séjours hors de chez soi sont des moments privilégiés pour pratiquer des activités sportives en plein air par rapport au reste de l'année

Total
« Tout à fait
d'accord »

18%

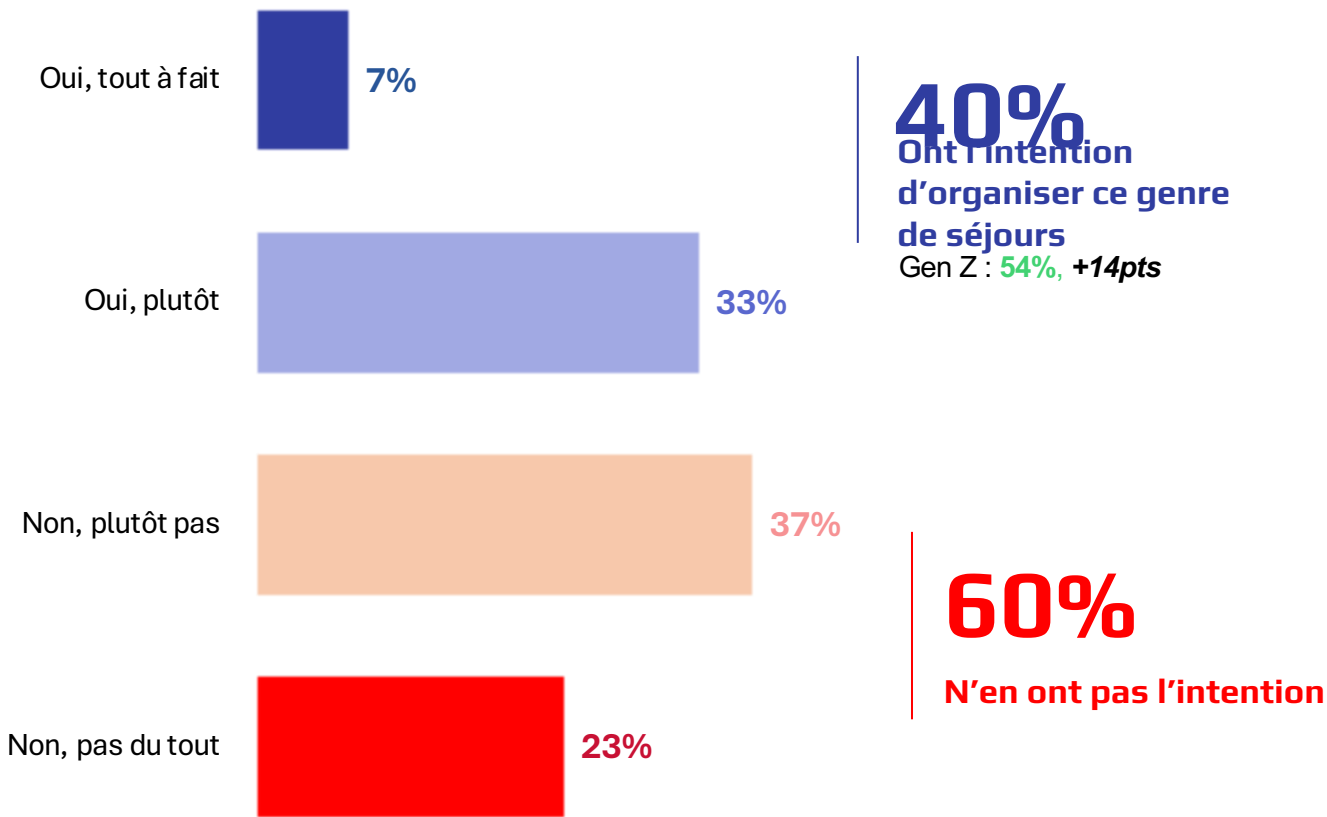
Les activités sportives en plein air ont pris de l'importance ces dernières années (variété des activités proposées, multiplication des offres...)

16%

Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
26%	22%	19%	12%
25%	18%	13%	14%

L'intention d'organiser davantage de séjours autour d'une activité outdoor ou d'une passion spécifique à l'avenir

Question : A l'avenir, pensez-vous organiser davantage de séjours autour d'une activité sportive en plein air ou d'une passion spécifique ?



Gen Z 1997-2010	Millenials 1981-1996	Gen X 1965-1980	Boomers 1946-1964
16%	9%	4%	2%
38%	44%	35%	20%
30%	30%	38%	48%
16%	17%	23%	30%



03

Les enseignements de l'enquête

Les chiffres clés de l'enquête

- **8 Français sur 10** déclarent pratiquer une **activité sportive** (81%), dont **58% au moins une fois par semaine**.
- **78%** des Français déclarent pratiquer une **activité outdoor en vacances ou en week-end** hors de chez eux, et **57%** pratiquent ce type d'activité **systématiquement ou régulièrement en vacances**.
- Pour près d'**1 Français sur 2** (46%), la **possibilité de pratiquer des activités outdoor** lors d'un séjour constitue un **critère important dans le choix de leur destination**. Cette proportion monte à :

59% pour la **GenZ**
55% pour les **Millenials**.

- Au cours des douze derniers mois, **25%** des Français déclarent avoir choisi une destination **spécialement pour pratiquer une activité outdoor**
- **82%** des **adeptes des activités outdoor** en vacances ou en week-end pratiquent des **activités sur sentier**, et **56%** pratiquent des **activités sur l'eau**.
- Le **budget moyen par personne consacré aux activités outdoor** est de **98€**, même si la majorité des adeptes ne dépensent pas plus de 51€.
- Au moment de la réservation d'un séjour tourné autour des activités *outdoor*, **50%** privilégient les **locations meublées** pour se loger.
- Pour **74%** des Français, **les activités outdoor ont pris de l'importance** ces dernières années.
- A l'avenir, **40% des Français** pensent organiser **davantage de séjours** autour d'une **activité outdoor**, ce taux s'établissant à :

54% de la **GenZ**
53% de la génération des **Millenials**



Les enseignements de l'enquête (1/3)

Le fait de pratiquer une activité sportive semble s'ancrer dans le comportement et la vie des Français, au même titre que le fait de partir en vacances.

Plus de 8 Français sur 10 déclarent pratiquer une activité sportive (81%), dont les deux tiers au moins une fois par mois (67%) et **plus de la moitié d'entre eux au moins une fois par semaine** (58%).

Nombreux sont donc ceux qui mélangent désormais les genres : faire du sport en vacances.

A rebours des idées reçues sur le temps des vacances, synonyme de repos pour certains, l'occasion de faire quelques écarts pour d'autres, les vacances des Français s'intensifient en termes d'activités physiques !

Plus de la moitié des Français déclarent ainsi pratiquer systématiquement ou régulièrement une activité *outdoor*, c'est-à-dire une activité sportive en plein air, lorsqu'ils sont en vacances (57%). Ils sont également plus de 4 sur 10 à pratiquer systématiquement ou régulièrement ce type d'activités lors d'un week-end hors de chez eux (41%) et même près de la moitié dans leur vie quotidienne (47%). **Week-end et vacances compris, la pratique d'activité *outdoor* concernerait ainsi plus des trois quarts des Français (78%).**

De surcroît, **le fait de pouvoir pratiquer une activité *outdoor* constitue désormais un critère important dans le choix des destinations de vacances ou de week-end pour près de la moitié des Français** (46%), dont 12% pour qui cela est « très important ».

Les principales raisons qui incitent une partie importante des Français à pratiquer une activité *outdoor* en vacances ou en week-end (78% de l'échantillon) sont avant tout le fait de **pouvoir découvrir les lieux autrement** (49%), et de se détendre, de décompresser, prendre le temps et lâcher prise (46%). Le fait de partager un moment convivial (en famille, entre amis...) est également évoqué par 37% des répondants.

Parmi ceux dont le fait de pouvoir pratiquer une activité *outdoor* constitue désormais un critère important dans leur choix de destination (soit 46% de la population), **la beauté des paysages, le cadre naturel** (points de vue, environnement, nature préservée) **est le principal élément recherché, et ce dernier oriente leur choix d'activité** (47% de citations), suivi par le fait de pouvoir profiter d'une **certaine tranquillité, d'une moindre fréquentation des sites** (périodes creuses, éviter la foule...) ; le critère du prix (26% de citations) et l'accessibilité de l'activité (distance depuis l'hébergement, l'accès aux transports, à un parking, à des navettes...) n'arrivant qu'en troisième et quatrième positions.

Les enseignements de l'enquête (2/3)

Parmi les Français qui pratiquent une activité *outdoor* en vacances ou en week-end, **le budget moyen consacré à ces activités s'élève à 98€**. Pour autant dans le détail, **la majorité d'entre eux (60%) dépense moins de 51€**, tandis que 18% dépensent entre 51€ et 100€, et 22% plus de 100€. **La GenZ se démarque ici : alors qu'elle ne constitue pas la génération la plus adepte des activités *outdoor* (par rapport aux millenials), elle est pourtant celle qui leur consacrent le budget le plus important : 121€ en moyenne**, soit 23€ de plus que la moyenne des Français et 8€ de plus que les millenials. Cet écart pourrait résider dans le fait que la Gen Z, nous l'avons vu, a tendance à vouloir pratiquer davantage d'activités « risquées », moins accessibles, et aussi plus onéreuses (par exemple : les sports de grimpe, de chute libre), par rapport à des activités sur sentier telles que la randonnée, moins onéreuses).

Sur un aspect plus organisationnel, les vacances autour des activités *outdoor* se structurent à l'image des vacances traditionnelles.

- Le conjoint ou le partenaire d'abord (46% de citations), puis la famille (31%) constituent les principales personnes avec qui les Français partent en vacances pour pratiquer une activité sportive en plein air. Les vacances sportives entre amis, avec les collègues de travail, ou encore d'autres personnes ne recueillent que 13% de citations. 10% des Français qui pratiquent des activités *outdoor* en vacances déclarant toutefois voyager seuls.
- **Côté hébergement, lors de vacances tournées vers ces activités *outdoor*, la location meublée (appartement ou maison) est privilégiée par la majorité des répondants (50%), suivie par les hôtels (41% de citations) et par le fait d'être hébergé par des proches (30%). La GenZ est surreprésentée – encore plus que les Millenials – parmi ceux qui privilégient une location meublée (+8pts vs moyenne) et délaissent davantage les villages ou club vacances (-4pts) ou les chambres d'hôte (-3pts). Ils sont en revanche et logiquement plus représentés parmi ceux qui privilégient les auberges de jeunesse (5%, +4pts vs moyenne).**

Les enseignements de l'enquête (3/3)

Les activités outdoor acquièrent une influence croissante dans le choix des destinations de séjour.

Plus de 7 Français sur 10 (74%) s'accordent effectivement à dire que les activités *outdoor* ont pris de l'importance ces dernières années et que les vacances et week-end hors de chez soi sont des moments privilégiés pour pratiquer ce type d'activités par rapport au reste de l'année.

Et parmi les Français qui déclarent être partis au moins une fois en vacances ou en week-end hors de chez eux au cours des deux dernières années (soit 85% de la population), **près de 4 sur 10 déclarent s'être déjà, au cours des douze derniers mois, renseignés au préalable sur les activités *outdoor* disponibles au sein d'une destination avant de réserver un séjour.**

Plus encore, **3 répondants sur 10 déclarent avoir déjà choisi au cours des douze derniers mois une destination spécialement pour pratiquer une activité *outdoor*.** Parallèlement, un peu moins de 3 répondants sur 10 affirment avoir découvert une nouvelle activité *outdoor* lors de leur séjour (29%) et 20% déclarent avoir continué à pratiquer cette activité à leur retour. 28% auraient acheté du matériel spécifique pour pratiquer une activité *outdoor*. Mais seule une part marginale de répondants déclarent qu'ils ont déjà renoncé catégoriquement à une destination au cours des douze derniers mois en raison d'une offre restreinte ou d'une indisponibilité d'activité *outdoor*.

Sur cette suite d'affirmations, la GenZ est systématiquement surreprésentée (de +11pts à +16pts), et encore plus que les millenials – signe que les activités *outdoor* sont, plus encore pour cette génération / tranche d'âge que pour les autres – un **critère important et en partie constitutif de leurs projets de vacances**, là où les millenials se veulent plus mesurés.

A l'avenir, si seule une minorité conséquente de Français (40%) envisageraient d'organiser davantage de séjours autour d'une activité *outdoor* ou d'une passion spécifique, la GenZ et la génération des Millenials sont, quant à elles, majoritaires à avoir l'intention de réitérer plus régulièrement ce type de vacances (respectivement 54% et 53%).

Pratiques et comportements de la GenZ : davantage un effet d'âge qu'un effet de génération (1/2)

1. **La pratique d'une activité sportive** : Les GenZ sont surreprésentés parmi les Français qui pratiquent une activité sportive (87%, +6pts vs moyenne)
2. **Le temps passé devant un écran** : A rebours des idées reçues sur l'omniprésence des réseaux dans la vie des plus jeunes, les trois générations suivantes – la GenZ, les Millenials et la Gen X – déclarent passer un temps similaire devant les écrans (6h06), cette durée moyenne demeurant plus conséquente que chez les baby boomers (4h36).
3. **La fréquence de départ en vacances ou en week-end au cours des deux dernières années** : les trois générations les plus récentes (la GenZ, les Millenials et la Gen X) sont parties un peu plus souvent en vacances ou en week-end hors de chez eux au cours des deux dernières années (+3pts et +4pts vs moyenne), tandis que les baby boomers, plus âgés mais aussi en toute logique pour la plupart d'entre eux mieux installés dans la vie, sont parmi les moins nombreux à partir en vacances ou en week-end.
4. **La pratique d'activité outdoor** : Les Millenials constituent ici la génération la plus représentée parmi ceux déclarant pratiquer ce type d'activités en vacances (+9pts vs moyenne) et en week-end (+7pts vs moyenne), tandis que la GenZ s'inscrit relativement dans la moyenne s'agissant de ce type de pratique en vacances (+1pt) et en week-end hors de chez eux (+3pts).
5. **Le fait de pratiquer une activité outdoor comme critère important dans le choix d'une destination** : la GenZ se démarque ici largement. La majorité d'entre eux considérant ce critère comme important (59%, +13pts vs moyenne, dont 17% « très important », +5pts vs moyenne). Les Millenials sont également surreprésentés, mais dans une moindre mesure (+9pts vs moyenne).
6. **Les critères pour sélectionner une activité** : la GenZ fait davantage attention au coût global des activités que la moyenne (34%, +8pts vs moyenne), mais aussi à la sécurité des pratiques (11%, +4pts) et à la renommée du lieu (12%, +5pts vs moyenne) ; moins à la fréquentation des sites (21%, -7pts vs moyenne) ou à la facilité d'accès (19%, -4pts).
7. **La préférence pour un type d'activité** : Assez logiquement, la préférence pour un type d'activité suit une logique d'accessibilité – de la plus accessible pour tous à la moins accessible – et varie toutefois en fonction d'un certain « goût du risque », propre à chaque tranche d'âge : ainsi les GenZ sont-ils plus nombreux à opter pour des sports moins accessibles, davantage à sensation forte / extrême telles que les activités sur neige (45%, +13pts vs moyenne), mais aussi les activités de grimpe (31%, +12pts) ou encore les activités de chute libre (20%, +9pts). Les activités sur l'eau sont, quant à elles, davantage l'apanage des Millenials (71%, +15pts vs moyenne) que de la GenZ (62%, +6pts vs moyenne et -9pts vs les Millenials).

Pratiques et comportements de la GenZ : davantage un effet d'âge qu'un effet de génération (2/2)

8. **Les principales motivations à la pratique d'activité *outdoor* en vacances ou en week-end** : Les Gen X citent eux-aussi en premier lieu l'envie de se détendre, de décompresser, de lâcher prise, prendre le temps (42%, -4pts vs moyenne), mais sont moins portés sur la découverte des lieux (39%, -10 pts vs moyenne). Ils sont, à l'inverse, plus nombreux à déclarer vouloir se dépenser physiquement, faire du sport (+2pts), mais ils sont surtout deux fois plus nombreux que la moyenne à souhaiter vivre une expérience et des sensations (adrénaline, défi...), à hauteur de 20%, contre 10% en moyenne. Les baby boomers sont quant à eux majoritaires à manifester leur envie de découvrir les lieux autrement (60%, +11pts vs moyenne), tandis que les Gen X citent en premier lieu, et majoritairement, l'envie de se détendre, de décompresser, de lâcher prise, prendre le temps (53%, +7pts vs moyenne)
9. **Le budget consacré aux activités *outdoor*** : La GenZ se démarque ici. Alors qu'elle ne constitue pas la génération la plus adepte des activités *outdoor* (par rapport aux millenials), elle est pourtant celle qui leur consacrent le budget le plus important : 121€ en moyenne, soit 23€ de plus qu'en moyenne et 8€ de plus que les millenials. Cet écart pourrait s'expliquer par le fait que la Gen Z, nous l'avons vu, a tendance à vouloir pratiquer davantage d'activités « risquées », moins accessibles, et plus onéreuses (exemple : sport de grimpe, de chute libre VS des activités sur sentier telles que la randonnée, moins onéreuses).
10. **Les principales personnes avec qui l'on part en vacances pour pratiquer des activités *outdoor*** : D'un point de vue générationnel, assez logiquement, la GenZ, moins installée dans leur situation de vie, part moins avec son conjoint, son partenaire (-11pts vs moyenne), mais davantage avec leur famille (parents, frères et sœurs... ; +9pts vs moyenne), ou encore avec des amis (+7pts). Et ils sont deux fois moins nombreux à déclarer voyager seuls (5%).
11. **Le type d'hébergement privilégié** : La GenZ est surreprésentée –encore plus que les Millenials – parmi ceux qui privilégient une location meublée (+8pts vs moyenne) et délaissent davantage les villages ou club vacances (-4pts) ou les chambres d'hôte (-3pts). Ils sont en revanche et logiquement plus représentés parmi ceux qui privilégient les auberges de jeunesse (5%, +4pts vs moyenne).
12. **L'influence des activités *outdoor* dans ses projets de séjour** : Sur cette suite d'affirmations, la GenZ est systématiquement surreprésentée (de +11pts à +16pts), et encore plus que les Millenials – signe que les activités *outdoor* sont, plus encore pour cette génération / tranche d'âge que pour les autres – un critère important et en partie constitutif de leurs projets de vacances, là où les Millenials se veulent plus mesurés.
13. **L'intention d'organiser plus de séjours en lien avec ces activités *outdoor*** : la GenZ et la génération des Millenials sont quant à elles majoritaires à avoir l'intention de réitérer plus régulièrement ce type de vacances (respectivement 54% et 53%), élément qui entérine l'intérêt de la GenZ – mais aussi des Millenials – pour ce type d'activité en vacances ou lors de week-end hors de chez soi.



Everything starts with people