

Le 19 mai 2026

Huttopia annonce la création de l'Observatoire Huttopia des vacances

Un organisme d'étude et d'analyse, en partenariat avec l'ObSoCo (Observatoire Société et Consommation), dédié à la compréhension des pratiques des vacances et des évolutions du tourisme en France, présidé par le sociologue Jean Viard.



Vacances en famille au Camping Huttopia Vallouise. Crédit photo : Manu Reyboz.

- **Depuis plus de 26 ans, les vacances sont au cœur du métier d'Huttopia qui cherche toujours à mieux les comprendre, pour anticiper les souhaits des vacanciers. Malgré la place centrale qu'elles occupent dans la vie des Français, les vacances, et le tourisme en général, sont souvent vus comme accessoires, demeurant un sujet mal étudié.**
- **L'Observatoire Huttopia des vacances est le prolongement de la collection créée par la Fondation Huttopia aux Éditions de l'Aube en 2024 pour favoriser le débat sur le tourisme.**
- **Cette première enquête menée auprès d'un échantillon représentatif de 4 000 Français bouscule des idées reçues et apporte un éclairage inédit sur un objet encore largement sous-observé. Qui, comment, quand, où les Français partent-ils ? Pourquoi ? Et surtout : quelle place les vacances occupent-elles vraiment dans nos vies ?**

La Fondation Huttopia lance une grande enquête sur les vacances des Français

Les vacances occupent une place centrale dans la vie des Français. Pourtant, 90 ans après les premiers congés payés, elles restent un angle mort du débat public : peu de données récentes, pas de suivi dans le temps, chiffres partiels et contestables. Pour combler ce manque de savoir académique, la Fondation Huttopia a décidé de participer au débat et de le nourrir chaque année avec la création de **l'Observatoire Huttopia des vacances, un organisme d'étude**

et d'analyse dédié à la compréhension des pratiques des vacances et des évolutions du tourisme en France.

Cette enquête nationale annuelle, réalisée sur un échantillon représentatif de 4000 Français, interrogés à travers une centaine de questions, est la plus ambitieuse étude menée sur le sujet en France ces dernières années. Elle a pour objectif de fournir chaque année des données sérieuses, fiables et accessibles à tous ceux qui souhaitent réfléchir aux vacances, mais aussi plus largement au tourisme dans notre société.

La première édition de l'Observatoire constitue un état des lieux des vacances des Français. Les prochaines éditions auront vocation à mesurer les évolutions dans le temps et à approfondir certains grands thèmes liés aux transformations des pratiques vacancières. L'intégralité des résultats est accessible gratuitement en ligne, dans une démarche ouverte destinée à nourrir le débat public et la réflexion collective.

Alors que les vacances sont un objet social, économique et politique, Huttonia et sa Fondation entendent avec cet observatoire contribuer à un débat objectif, riche et soutenu pour qu'acteurs économiques du tourisme et acteurs publics agissent désormais sur une base tangible pour un accès universel aux vacances.

« Les vacances, c'est notre métier depuis 1999. Nous cherchons toujours à mieux les comprendre. Mais nous avons constaté un manque criant de données solides sur ce temps pourtant central dans nos vies. Cet Observatoire a pour ambition de combler ce vide, et parce que ce sujet nous concerne tous, nous avons fait le choix d'un accès libre et gratuit, pour que chacun puisse s'en emparer. » **Philippe Bossanne, Président-Fondateur de Huttonia.**

Une enquête analysée dans un ouvrage : Le livre des vacances, et ce qu'elles disent de nous

Pilotée par deux grands spécialistes de nos modes de vie et de nos vacances - Guénaëlle Gault, directrice générale de L'ObSoCo et chargée d'enseignement à l'Université Paris Cité, et Jean Viard, sociologue, directeur de recherche associé au Cevipof-CNRS - les résultats de cette enquête feront l'objet d'un ouvrage, **Le Livre des Vacances**, co-écrit par Guénaëlle Gault et Jean Viard qui paraîtra aux Éditions de l'Aube le 5 juin 2026 dans la collection « Tourisme en débat », développée en partenariat avec la Fondation Huttonia.

Dans la Préface de ce livre, Philippe Bossanne **revient sur deux enseignements majeurs de cette enquête, porteurs d'un regard inédit sur les vacances des Français :**

" En premier lieu, sur les personnes qui ne partent pas en vacances.

Depuis que j'ai lancé Huttonia, il y a presque trente ans, j'entends chaque année qu'un gros tiers, voire 40 % des Français ne partent pas en vacances. Ce taux, souvent répété d'onde en onde, cache des réalités bien différentes quand on entre dans le détail. Notre enquête montre que, sur les 28 % des Français qui ne partent pas en vacances, 4 % en sont vraiment exclus depuis longtemps et probablement pour longtemps, 11 % n'ont pas les moyens de partir cette année, mais espèrent bien partir ou repartir en vacances bientôt. Quant à 7 % des Français, ils ont arbitré entre les vacances et une autre façon de dépenser leur argent, voire leur temps (comme refaire sa maison). Enfin, 6 % sont des casaniers pour qui ne pas partir en vacances est un choix.

Ces chiffres furent une surprise pour moi, car ils vont à l'encontre des marronniers qu'on nous sort chaque année. Il est vrai que le misérabilisme a meilleure presse que l'optimisme dans notre société. Dire que seulement 15 % des Français ne peuvent pas partir en vacances, dont 4 % en sont vraiment exclus, va faire débat et c'est bien le but. Que 74 % des 18-24 ans déclarent qu'ils partaient en vacances enfant contre seulement 48 % des 65-75 ans montre la réelle démocratisation des vacances depuis les années 1970. On devrait s'en réjouir alors que nous fêtons les 90 ans des congés payés, tout en cherchant les solutions pour que chacun puisse partir en vacances s'il le souhaite. On peut attendre de l'État des politiques publiques qui redynamisent les colonies, les classes vertes ou blanches. On peut aussi en tant qu'entrepreneur du tourisme réfléchir à des offres adaptées. Par exemple, chez Hutttopia, notre offre de camping très nature, très simple, Onlycamp, permet de passer des vraies vacances abordables, près de chez soi, offrant une vraie rupture avec le quotidien.

En second lieu, sur la faiblesse du critère écologique dans le choix des vacances. L'impact environnemental arrive en bon dernier dans les critères de choix des destinations (8 %) alors que 75 % des Français déclarent un intérêt fort pour des vacances axées sur le plein air et la nature. Le fait que cette étude explicite ce paradoxe est plus marquant que surprenant tant le terme « écologique » est aujourd'hui associé à des contraintes, alors que les vacances sont associées au plaisir et à la liberté. Chez Hutttopia, où nous proposons pourtant des vacances parmi les moins impactantes sur l'environnement, on a toujours évité d'utiliser ce terme trop connoté".

"En 90 ans, la loi sur les congés payés a profondément transformé la société. Il existe désormais un nouveau moment pour le bonheur : les vacances" conclut **Jean Viard, sociologue, directeur de recherche associé au Cevipof-CNRS.**

Créée en 2018, la Fondation Hutttopia soutient des actions entrepreneuriales, culturelles, éducatives et sociales au service d'un tourisme responsable et accessible au plus grand nombre.

Un résumé de l'étude est disponible

[via ce lien.](#)

L'intégralité des résultats de l'enquête est disponible gratuitement, en ligne, via un site internet dédié :

<https://lobsoco.com/observatoire-hutttopia-des-vacances/>

À propos du groupe HUTTOPIA

L'entreprise a été créée en 1999 par la famille Bossanne. Originaire de la Drôme, elle a développé pas à pas, dans un esprit d'innovation et d'indépendance, trois projets qui partagent des valeurs de respect de nature, d'ancrage territorial et de mixité dans les métiers de l'hospitalité.

Il y a 26 ans, a été initié **le projet de campings-nature HUTTOPIA** avec l'objectif de trouver de beaux sites naturels pour y implanter des hébergements confortables et réversibles afin de réinventer un certain art de camper. Avec près de 200 campings sous ses marques Hutttopia et Onlycamp dans 8 pays, et une croissance régulière à deux chiffres, Hutttopia est devenu un acteur majeur de l'écotourisme.

Il y a 21 ans, a été initié **le projet de Tiny-House HEKIPIA** avec l'objectif de concevoir et fabriquer des hébergements légers, sobres et réversibles. Avec plus de mille Tiny-House produites par an, Hékipia est devenue une entreprise de référence en Europe pour les acteurs du tourisme durable.

Il y a 11 ans, a été initié **le projet de Café-Hôtels HOSCAR** avec l'objectif de réhabiliter des hôtels de cœur de village afin de préserver ces lieux de vie, d'échange et d'accueil au cœur des territoires.

Le groupe HUTTOPIA, basé à Lyon, compte 1000 employés l'hiver et 2000 employés l'été.

Contacts presse - Agence Proches

Lucie BONILLA - lucie.bonilla@agenceproches.com - 06 60 50 55 16

Kelly Martin - kelly.martin@agenceproches.com - 06 63 52 94 74