

## **Sport et voyage :** **63 % des Français prêts à réserver dès la** **qualification de leur équipe**



©eDreams

**Paris, le 19 mai 2026** – Des Jeux Olympiques de Paris encore dans toutes les mémoires, en passant par le Tournoi des Six Nations, le Grand Prix de Formule 1 de Monaco, la finale de la Ligue des Champions et la Coupe du monde de football, les événements sportifs rythment plus que jamais les envies de voyage. Voyager pour vibrer en direct fait rêver... mais jusqu'où les Français sont-ils prêts à aller pour soutenir leur équipe ? Entre passion, arbitrages financiers et envie de découverte, une nouvelle étude\* menée par **eDreams**, agence de voyage en ligne leader en Europe, met en lumière les arbitrages entre passion sportive, budget et envie de voyage.

- **Le football reste le principal moteur de déplacement (45 %), suivi par les Jeux Olympiques (37 %) ;**
- **63 % des Français réservent leur voyage dès que la participation de leur équipe est confirmée ;**
- **Plus d'un tiers des Français (37 %) ne voyageraient jamais pour un événement sportif, avec un écart marqué entre les femmes (43 %) et les hommes (29 %).**

### **Voyager pour le sport : un enthousiasme mesuré chez les Français**

Si l'idée de vivre un événement sportif en direct séduit, elle reste encadrée par certaines limites. En effet, 33 % des Français ne se déplaceraient pas au-delà des frontières nationales. À l'inverse, 13 % envisageraient de se rendre dans un autre pays de leur continent, tandis que 17 % seraient prêts à voyager sur un autre continent, une proportion qui grimpe fortement chez les 35-44 ans (35 %), mais qui s'effondre chez les 65 ans et plus (3 %).

## **Football, Jeux Olympiques... les événements qui justifient vraiment le déplacement**

Tous les événements ne se valent pas lorsqu'il s'agit de faire ses valises. En tête, le football s'impose largement (45 %), notamment chez les hommes (55 % contre 36 % des femmes), confirmant son statut de sport le plus fédérateur.

Les Jeux Olympiques arrivent en deuxième position (37 %), illustrant leur dimension universelle et événementielle, et séduisant particulièrement les femmes (40 % contre 34 % des hommes) et les 35-44 ans (43 %).

Plus inattendu, le rugby attire surtout les générations plus âgées : 31 % des 65 ans et plus seraient prêts à faire un long trajet, contre seulement 7 % des 18-24 ans. Au global, le rugby et le tennis suscitent un intérêt équivalent, avec 19 % des Français prêts à se déplacer pour ces disciplines.

### **Du côté des autres pays qui sont les plus enclins à parcourir de longues distances pour assister à un match de football, on retrouve :**

- Les Portugais (74 %)
- Les Espagnols (71 %)
- Les Allemands (66 %)
- Les Italiens (59 %)
- Les Anglais (53 %)

## **Budget, sacrifices et organisation : le prix de la passion sportive**

Assister à un grand événement sportif implique souvent des compromis. Afin d'économiser pour ce type de voyage, 33 % des Français se disent prêts à réduire leurs petits plaisirs du quotidien, comme les sorties au restaurant ou les vêtements.

Certains vont plus loin : 16 % seraient prêts à puiser dans leur épargne, une proportion qui atteint 25 % chez les 18-24 ans, et 13 % pourraient manquer un événement important comme le mariage d'un ami ou des vacances en famille.

Côté budget, les Français se projettent avant tout sur des dépenses maîtrisées. Près d'un Français sur deux (49 %) serait prêt à consacrer l'équivalent d'un séjour estival complet (vol + hôtel) pour assister à un événement sportif. Une enveloppe plus modérée est également envisagée par 34 % des Français qui opteraient plutôt pour un budget équivalent à une escapade locale ou un court séjour.

À l'inverse, une minorité se dit prête à viser plus haut : 6 % des Français envisageraient une expérience haut de gamme avec traitement VIP, une ambition qui séduit davantage les jeunes (12 % des 18-24 ans, contre seulement 2 % des 65 ans et plus).

## **Le sport entre anticipation et prolongement de l'expérience**

Côté organisation, la majorité des Français jouent la carte de l'anticipation : 63 % réservent leur voyage dès que la participation de leur équipe ou athlète est confirmée, afin de sécuriser leur place et leur budget. À l'inverse, les plus jeunes adoptent une approche plus opportuniste : 21 %

des 18-24 ans préfèrent attendre une offre de dernière minute, misant sur la flexibilité plutôt que sur la planification.

Au-delà de l'événement en lui-même, assister à une compétition sportive devient souvent l'occasion de découvrir une destination. Ainsi, près de 9 Français sur 10 (88 %) envisageraient de prolonger leur séjour, avec des comportements qui varient selon l'âge :

- 37 % ajouteraient 1 à 2 jours, notamment les plus jeunes (49 % des 18-24 ans)
- 37 % prolongeraient de 3 à 4 jours, en particulier les 35-44 ans (45 %)
- 14 % iraient jusqu'à 5 jours ou plus

Seuls 5 % des Français choisiraient de repartir le jour même, preuve que le sport s'inscrit de plus en plus dans une logique de voyage expérientiel.

**-FIN-**

### **\*Méthodologie de l'enquête**

Les statistiques contenues dans ce communiqué de presse sont basées sur une enquête réalisée par OnePoll du 10 au 24 mars 2026 auprès de 9 000 consommateurs du monde entier dont 1 000 adultes français étant partis en vacances à l'étranger au cours des 5 dernières années.

### **À propos d'eDreams**

eDreams est un leader mondial du voyage en ligne, fondé en 1999 dans la Silicon Valley. Avec eDreams Prime, le premier et le plus grand programme d'abonnement de voyage, eDreams révolutionne la façon dont les gens voyagent. eDreams offre aux voyageurs un moyen hyper-personnalisé et transparent de rechercher, réserver et gérer leurs voyages, qu'il s'agisse de vols, d'hôtels, de trains, de forfaits, de location de voitures et plus encore. eDreams fait partie du groupe eDreams ODIGEO, la première plateforme d'abonnement de voyage au monde qui dessert des millions de clients à l'échelle mondiale.

### **À propos d'eDreams ODIGEO**

eDreams ODIGEO est la première plateforme mondiale d'abonnement voyage. Elle a lancé Prime, le premier et le plus important programme d'abonnement de voyage, qui compte plus de 7,9 millions de membres depuis son lancement en 2017. Les membres Prime sont abonnés à des voyages dans le monde entier et ont accès à une offre complète de produits pour tous leurs besoins en matière de voyage, notamment des hôtels, des trains, des vols, de forfaits dynamiques et des locations de voitures, le tout complété par des fonctionnalités de flexibilité de pointe et des avantages exclusifs réservés aux membres. L'ensemble de l'expérience Prime est alimenté par une plateforme d'IA propriétaire de pointe qui offre un service hyper-personnalisé à ses membres. Cotée à la bourse espagnole, la société est présente sur 44 marchés grâce à ses marques renommées (eDreams, GO Voyages, Opodo, Travellink et le comparateur Liligo) afin d'offrir une expérience de voyage plus intelligente, hyper-personnalisée et complète à l'échelle mondiale.