

Etude Hertz « Les Français et le road trip idéal » : aventure, paysages spectaculaires, « Route 66 » et « Grand Canyon »

- 62 % des Français déclarent être intéressés pour faire un « road trip ».
- Hertz lance le « Road Trip Planner USA », en France. Les voyageurs découvriront, ainsi, les itinéraires emblématiques et atypiques des États-Unis.

Paris – le 8 octobre 2019 – Selon l'étude « Les Français et le road trip idéal » conduite par Hertz*, la « Route 66 » et le « Grand Canyon » sont les deux road trip préférés des Français, aux États-Unis.

Face une liste d'une dizaine d'itinéraires possibles aux États-Unis, **le Grand Canyon en Arizona (46 %) et la Route 66 de Chicago à Los Angeles (42 %) s'imposent de très loin devant les autres, aux yeux des Français. A l'inverse, quand on propose aux Français un choix entre 7 différents itinéraires possibles en France, aucun ne se détache de manière évidente comme le « road trip » idéal.**

Selon l'étude, lorsqu'ils pensent à la notion de « road trip », les Français interrogés l'associent spontanément, en premier lieu, à un type de « voyage » marqué par « l'aventure », la « découverte » et la quête de « liberté ». À cela s'ajoutent des termes et des images qui donnent une incarnation plus concrète à l'idée qu'ils se font d'un « road trip » : tracer la « route », en « voiture » ou en « moto », découvrir des « paysages », faire des « rencontres ». Notons que **le « road trip » est spontanément associé aux États-Unis et à leur itinéraire le plus mythique, la « Route 66 ».**

Hertz a lancé son « Road Trip Planner USA » pour aider les passionnés de road trip à planifier l'itinéraire de leurs rêves en fonction de toutes leurs préférences et exigences. Il s'agit d'un guide en ligne, gratuit, qui rassemble 32 itinéraires sur mesure à travers les États-Unis. Il fournit des itinéraires emblématiques et hors des sentiers battus avec des cartes téléchargeables et des guides d'initiés pour les meilleurs spots touristiques.

Temerity Vinson, Senior Director of International Marketing chez Hertz déclare : « *Les résultats de l'enquête montrent clairement à quel point les aventuriers aiment les road trip aux États-Unis. L'influence des amis, de la famille, des décors de cinéma et des médias sociaux a eu un impact conséquent sur les destinations. Cela a permis de mieux faire connaître les régions moins connues et de s'assurer que des joyaux, comme la Route 66, demeurent toujours aussi populaires.* »

« *Hertz se soucie du bien-être de ses clients en les aidant à planifier et à réaliser leur voyage de rêve. Notre Road Trip Planner USA leur permet de vivre l'expérience d'une culture différente, de découvrir de nouvelles curiosités culinaires ou de visiter des monuments célèbres.* »

Le « road trip » attire bien au-delà des personnes qui en ont déjà réalisé un. En effet, plus de 6 Français sur 10 (62 %) déclarent être intéressés pour en faire un (avant tout des hommes, des jeunes, et des catégories aisées), et 27 % pensent même en faire dans les années à venir. **Mais tout le monde n'a pas la même représentation de la manière idéale de partir en « road trip ».** Dans la majorité des cas, le rêve serait de suivre **un itinéraire que peu de gens ont emprunté avant soi (58 %)** plutôt que de suivre un itinéraire connu, plutôt à l'étranger (57 %) qu'en France, prioritairement en couple (51 %) ou entre amis (39 %). Mais la recherche d'aventure n'irait pas au-delà d'un certain stade : pour ce type de voyage, 64 % des Français préféreraient **organiser leur parcours et leurs arrêts à l'avance**, plutôt que se lancer sur la route et d'improviser au fur et à mesure. Les personnes ayant l'esprit le plus aventurier (partir loin, hors des sentiers battus, en improvisant) étant celles déjà rompues à ce type de façon de voyager.

S'ils devaient faire un « road trip », les Français auraient de nombreuses attentes. En premier lieu, ils souhaiteraient découvrir des paysages spectaculaires (prioritaire pour 94 % d'entre eux, et même tout à fait prioritaire pour 57 %). En toute logique, les photos qu'ils souhaiteraient prendre en priorité lors d'un tel type de voyage seraient donc des photos de paysages (75 %), de points de vue et panoramas (61 %), ainsi que du lever et du coucher du soleil (28 %), devant des éléments d'ordre culturel (architecture, attractions et lieux célèbres) et leurs compagnons de voyage. **Mais ils souhaiteraient également échapper à leur quotidien habituel (prioritaire pour 88 %)**, par la découverte de la culture (89 %) et de la cuisine locales (83 %), d'une atmosphère spécifique (85 %), propice à la réflexion (76 %), et de lieux auxquels peu de personnes peuvent avoir accès (71 %).

L'aspect relationnel ne serait pas pour autant négligé, puisque 81 % souhaiteraient s'amuser avec leurs compagnons de voyage et 70 % rencontrer de nouvelles personnes. Le fait d'écouter de la bonne musique, de reconnaître des décors familiers (films, séries, etc.) ou de vivre une expérience à raconter sur les réseaux sociaux serait moins recherché au global, même si les plus jeunes notamment seraient plutôt sensibles à ce type de motivation.

Hertz « Road Trip Planner USA » inclut des points de repère et des curiosités touristiques incontournables, des lieux historiques et culturels et des attractions peu connues. Les deux nouveaux « road trip » sont :

- Les Canyons de l'Arizona et du Nevada - pour marquer le 100e anniversaire du statut de parc national des Grand Canyons en février 2019, cet itinéraire propose des suggestions pour explorer certains des paysages les plus incroyables des États-Unis, avec un retour sur la vie de cowboy.
- California Surfing - Le surf devant devenir un sport olympique en 2020, ce « road trip » dévoile la Pacific Coast Highway de la Californie.

Hertz « USA Road Trip Planner » et conditions générales détaillées sont disponibles à <https://www.hertz.fr/p/planifier-road-trip-etats-unis>

Pour accéder au rapport complet de l'étude : -

https://images.hertz.com/pdfs/frFR/Hertz_US_Roadtrip_Study.pdf

Pour suivre cette expérience « Road trip » :

Site Hertz : <https://www.hertz.fr/p/planifier-road-trip-etats-unis>

Hashtag : #HertzFR

Instagram : @hertzfrance

Facebook : @hertzfrance

Twitter : @hertzfrance

Télécharger la vidéo de « road trip » : <https://youtu.be/Hb21K6ssV1k>

***A propos de l'étude « Road Trip » de Hertz :**

Enquête réalisée par la société d'étude Harris Interactive pour Hertz, en ligne, du 6 au 8 août 2019. Échantillon de 1 000 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

A propos de Hertz

The Hertz Corporation, filiale de Hertz Global Holdings, Inc., gère les marques de location automobile Hertz, Dollar, Thrifty et Firefly dont le réseau comprend près de 10 200 agences et franchises implantées en Amérique du Nord, en Europe, aux Caraïbes, en Amérique latine, en Afrique, au Moyen-Orient, en Asie, en Australie et en Nouvelle-Zélande. The Hertz Corporation est l'une des enseignes de location de véhicules les plus représentées dans les aéroports du monde entier et la



marque Hertz l'une des plus réputées. Des innovations en matière de services et de produits telles que Hertz Gold Plus Rewards, Ultimate Choice, Carfirmations, Wi-Fi Mobile et les modèles de véhicules uniques proposés dans les collections Adrenaline, Dream, Green et Prestige, distinguent Hertz de ses concurrents. Les autres activités de The Hertz Corporation incluent des services de leasing et de gestion de flottes de véhicules (par le biais de Donlen Corporation, leader dans ces domaines), l'usage de véhicules en libre-service sur des marchés internationaux avec le service Hertz 24/7 (disponible 24h/24 et 7j/7) et la vente de véhicules (programme Hertz Car Sales). Pour en savoir plus sur The Hertz Corporation, rendez-vous sur www.hertz.com.