

63 % des Français prennent plus de photos pendant les vacances d'été que le reste de l'année

CEWE dévoile la 3^{ème} et dernière partie de son « Observatoire de la Photo CEWE » 2026 à l'occasion des 200 ans de la photo

Faits saillants :

- 63 % des Français prennent plus de photos pendant les vacances d'été que le reste de l'année ;
- La photo a une grande place dans les vacances des Français, ils sont 77 % à regarder régulièrement leurs photos après leur retour ;
- 26 % des Français ont déjà choisi une destination de voyage parce qu'elle était « photogénique » ;
- 40 % reconnaissent que l'envie de capturer leurs souvenirs peut parfois prendre le pas sur le fait de vivre pleinement le moment (53 % chez les moins de 35 ans) ;
- 35 % des Français vont prendre plus de photos à l'occasion de la Coupe du Monde de Football (68 % chez les moins de 35 ans) ;
- ...

A l'aube des vacances d'été, grand moment de retrouvailles et d'évasion pour de nombreux Français, **CEWE**, leader européen de l'impression photo, dévoile la troisième et dernière partie de son Observatoire français de la photo, intitulée « Vacances, photos et évasion ». Sortie à l'occasion des 200 ans de la photo en France et après deux premières briques dédiées à la photo au quotidien et au rôle transgénérationnel de la photo, CEWE met le cap sur l'été. Cette nouvelle étude inédite, réalisée par l'institut Discurv, explore les habitudes des Français avec l'arrivée des vacances estivales. Une période d'évasion propice à la capture de souvenirs, exacerbée cette année par l'effervescence de la Coupe du Monde.

« Les vacances et la photo partagent la même promesse : figer le bonheur pour le rendre éternel. Notre Observatoire montre que l'été transforme radicalement notre rapport à l'image, qu'il s'agisse de documenter nos voyages ou de célébrer la ferveur collective de la Coupe du Monde. Aujourd'hui, l'envie de capturer et de partager ses plus beaux souvenirs influence de plus en plus nos choix de destinations et notre façon de vivre certaines expériences. L'enjeu est de trouver le bon équilibre entre immortaliser un moment et en profiter pleinement », explique **Laurence Courtinat-Vernon, Présidente de CEWE France et Espagne, et Directrice régionale de l'Europe de l'Ouest et du Sud du Groupe CEWE.**

Les vacances d'été riment avec photos à volonté

Pour une majorité de Français, les vacances riment avec davantage de photos. Entre dépaysement et découvertes, près de 63 % déclarent en prendre plus qu'au quotidien. Une habitude qui confirme que le smartphone ou l'appareil photo restent des compagnons de voyage incontournables pour immortaliser les souvenirs de vacances.

Des images pour faire durer le plaisir et garder des souvenirs

Au-delà du simple geste, la photo de vacances remplit une mission mémorielle : 87 % des Français la considèrent comme un moyen essentiel de conserver des souvenirs précis de leurs escapades estivales. Cet attachement se prolonge bien après le retour, puisque près de 77 % des voyageurs affirment regarder régulièrement leurs photos une fois rentrés.

Les couchers de soleil presque autant photographiés que la famille

Les paysages et les lieux touristiques s'imposent comme les grands favoris de la saison, plébiscités par plus de 50 % des répondants. Les moments partagés ne sont pas en reste, puisque les clichés de famille et d'enfants séduisent plus de 40 % des vacanciers. De leur côté, les incontournables couchers de soleil captent l'attention de 37 % des photographes d'un jour, tandis que la gourmandise s'invite également dans les galeries : 21 % des Français profitent de leurs escapades pour immortaliser leurs plats et les spécialités locales.

Quand la photo devient un objectif

La photographie est devenue un prisme à travers lequel nous concevons notre rapport au monde, influençant désormais nos choix bien avant le départ. Témoin de cette évolution sociétale, 26 % des Français confient avoir déjà choisi leur destination de vacances pour son potentiel photogénique.

Cette envie d'immortaliser ses vacances illustre un équilibre que beaucoup cherchent à trouver. Alors que 34 % des vacanciers déclarent faire l'effort de poser leur appareil ou leur téléphone pour vivre pleinement le moment, 40 % estiment qu'il leur est déjà arrivé de moins profiter de leur séjour à force de vouloir en capturer les souvenirs.

Voyager à l'ère de l'image

Lorsque l'on s'intéresse aux différences générationnelles, les résultats mettent en évidence des pratiques distinctes. Ainsi, 42 % des moins de 35 ans déclarent avoir déjà choisi une destination parce qu'elle était jugée « photogénique », contre seulement 19 % des plus de 50 ans.

Les plus jeunes sont également plus nombreux à estimer que la photographie prend parfois une place importante pendant leurs vacances. Ils sont 53 % à reconnaître qu'il leur est déjà arrivé de prendre beaucoup de photos, au point d'avoir eu le sentiment de moins profiter du moment, contre 31 % des plus de 50 ans.

L'analyse par genre fait également apparaître quelques différences de comportement. Les hommes sont légèrement plus nombreux que les femmes à déclarer avoir déjà pris beaucoup de photos au point de moins profiter de l'instant (43 %, contre 37 %). À l'inverse, les femmes déclarent plus souvent limiter volontairement les prises de vue afin de profiter pleinement de leur séjour (37 %, contre 30 % des hommes).

Un effet « Coupe du Monde » (surtout chez les jeunes)

L'été 2026 ne sera pas uniquement marqué par les plages et les voyages, mais aussi par la ferveur sportive. Ainsi, 35 % des Français affirment qu'ils prendront davantage de photos à l'occasion de la Coupe du Monde de football. Une passion qui touchera particulièrement les plus jeunes : ils seront 68 % parmi les moins de 35 ans à déclarer prendre plus de photos, contre seulement 24 % chez les plus de 35 ans et même 20 % chez les plus de 50 ans. Et puisque les clichés doivent parfois être confirmés, cette dynamique mêlant photographie et passion du football concerne un peu plus les hommes (43 %) que les femmes (30 %).

Méthodologie

Étude réalisée par l'institut Discurv en ligne du 2 au 7 avril 2026 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 Français âgés de 18 ans et plus.

À propos de CEWE

Créé en Allemagne en 1961, CEWE est un groupe entrepreneurial et innovant, leader européen de l'impression photo (livres photo, décorations murales, calendriers, tirages photo, cartes...). CEWE compte aujourd'hui plus de 4 000 salariés dans 21 pays et imprime dans ses 14 laboratoires européens. La marque est reconnue pour ses valeurs historiques : fiable, passionnée, humaine et responsable, ainsi que pour la qualité de ses produits et services. Soucieux de son impact, CEWE développe une ambitieuse politique environnementale : un engagement à limiter les émissions de CO2, tous les papiers d'impression du LIVRE PHOTO CEWE et des calendriers sont certifiés FSC® (FSC-C101851), et certains produits proposent l'utilisation de papier recyclé.

En 2026, CEWE est élu pour la 9ème année consécutive « Meilleur Service Photo » par les TIPA World Awards, un record pour le secteur de la photographie. Distinction incontournable du secteur de la photo, les TIPA récompensent chaque année les produits les plus innovants de l'industrie mondiale de la photographie.

Contacts Edifice

Mélinda Montbrun – 06 49 58 54 79 – melinda@edifice-communication.com

Etienne Richet – 07 65 27 63 36 – etienne@edifice-communication.com