



Déclaration de la CFTC concernant le point 12 – chèques Vacances

Le document vise principalement à justifier la mise en place d'une **seconde campagne de chèques-vacances en septembre 2026** afin d'optimiser l'utilisation du budget disponible. Ouvrir une campagne en septembre s'éloigne de la logique initiale qui consistait à soutenir les départs en vacances de printemps/été.

L'argumentaire s'appuie notamment sur une baisse de participation de 35 % par rapport aux campagnes précédentes ainsi que sur l'identification de plusieurs freins à l'adhésion des salariés. Toutefois, les éléments présentés demeurent essentiellement descriptifs et ne permettent pas d'établir de manière suffisamment étayée qu'une campagne supplémentaire répondra effectivement aux causes de cette baisse de participation.

En particulier, l'analyse ne fournit pas de données quantitatives permettant d'évaluer l'impact potentiel d'une nouvelle campagne sur le taux de souscription ou sur la consommation du budget restant. Le dossier apparaît ainsi davantage comme une proposition d'ajustement budgétaire visant à améliorer le taux d'utilisation des crédits disponibles que comme une véritable évaluation de l'efficacité du dispositif.

Par ailleurs, parmi les freins identifiés figure la **complexité perçue de l'utilisation des chèques-vacances dématérialisés**. Certains salariés font état de difficultés liées à l'activation du compte, à l'utilisation de l'application ANCV ou encore à l'acceptation du paiement par certains prestataires. Ces contraintes peuvent réduire l'attractivité du dispositif et expliquer, au moins en partie, la diminution de la participation. Dans ce contexte, il conviendrait d'évaluer si des actions d'accompagnement, de communication ou de formation des bénéficiaires ne seraient pas plus adaptées pour lever ces obstacles avant d'envisager une nouvelle campagne.