



COVID 19

IMPACT ÉCONOMIQUE SUR LE TOURISME : PREMIÈRES TENDANCES

LE SECTEUR TOURISTIQUE AU COEUR DE LA CRISE ÉCONOMIQUE

La crise sanitaire qui frappe le monde depuis le début de l'année 2020 a entraîné le confinement de près de la moitié de la population mondiale ainsi qu'une mise en sommeil d'une partie de l'économie. En l'espace de 3 mois, cette épidémie est passée d'un phénomène localisé à un choc généralisé qui a affecté les dynamiques d'offre et de demande dans le monde entier de façon simultanée.

En France, la dégradation de la situation économique est corrélée à l'expansion de la pandémie COVID-19 mais surtout aux mesures de confinement de la population entrées en vigueur dès le 17 mars entraînant la fermeture administrative de nombreux établissements.

L'INSEE, dans un point de situation au 9 avril 2020, évalue une perte d'un tiers du PIB français (-36 %). En outre, l'INSEE estime que chaque quinzaine de confinement ampute le PIB annuel de près de -1,5 %. Dans les branches marchandes, regroupant celles du tourisme et qui représentent 78 % du PIB, la perte d'activité est estimée à -42 % parmi lesquelles l'hôtellerie et la restauration (-90 %) qui sont à l'arrêt depuis le début du confinement.

La Banque de France, dans un point de conjoncture à fin mars, présente des résultats similaires avec une perte d'activité sur une semaine-type de confinement estimée à -32 %* dans l'ensemble de l'économie. Comme le souligne l'INSEE, les pertes d'activité les plus importantes sont enregistrées dans l'hébergement et la restauration, en lien avec le nombre de jours de fermeture (14 contre 6 en moyenne dans les services).


En ce qui concerne la consommation des ménages, l'INSEE estime que la perte est de l'ordre d'un tiers (-35%) alors que la barre des 10 millions de français en chômage partiel vient tout juste d'être franchie.

Dans cette première note, OSE Tourisme livre une première vision territoriale de l'absence de consommation touristique liée au confinement. Ces premières tendances (à partir des données de l'INSEE et d'Apidaé**) prennent en compte les spécificités locales grâce à l'intégration de zonages et de ratios spécifiques par territoire. Cette première analyse conjoncturelle nécessitera des approfondissements, des analyses quantitatives et qualitatives, des travaux au long cours pour aboutir à des résultats consolidés sur l'impact réel de cette crise sans précédent.



LES TENDANCES SECTORIELLES

Dans le secteur du tourisme, qui représente 7,2 % du PIB français soit 170 milliard d'euros et environ 2 millions d'emplois, la crise sanitaire du COVID-19 se traduit par une chute générale de la demande liée aux interdictions de circulation, à l'annulation d'événements mais également à la fermeture des établissements. Il s'agit de l'un des principaux secteurs d'activités touché par la pandémie.

	IMPACT GLOBAL	IMPACT À COURT TERME	IMPACT À MOYEN/LONG TERME
TOURISME		<ul style="list-style-type: none">• Secteur à l'arrêt complet depuis le 17 mars.• Le chiffre d'affaires perdu durant la période de confinement est peu récupérable.• Diminution des rentrées de trésorerie en raison de l'absence de nouvelles réservations.• Incertitude vis-à-vis du déconfinement (réouverture, nouvelles attentes et nouvelles habitudes de consommation des clientèles, etc.).	<ul style="list-style-type: none">• La période estivale est fortement impactée par les restrictions de voyage, le flou persistant sur la levée de ces contraintes et la réticence des consommateurs.• La clientèle étrangère, à fort pouvoir d'achat, sera restreinte du fait des mesures de fermeture des frontières mais également des restrictions dans le secteur aérien. La réticence des clientèles à voyager est également un facteur déterminant pour le tourisme. Avoirs et/ou remboursements (sous 18 mois) des séjours/prestations qui n'ont pas pu avoir lieu du fait de la crise.• Fort impact direct et indirect sur l'emploi précaire, CDD courts, peut-être même sur l'emploi tout court en fonction des modalités de reprise.

Atout France, dans un point de situation au 2 avril 2020, évalue la perte de chiffre d'affaires sur le secteur touristique pour le premier semestre 2020 sur la base des recettes des clientèles internationales et domestiques en France à près de 45 milliard d'euros et une baisse de 25 % de PIB touristique.

Dans son évaluation au 30 mars de l'impact économique de la pandémie de COVID-19 et des mesures de confinement en France, l'OFCE¹ estime que « dans l'hypothèse d'un confinement d'un mois, la baisse des dépenses touristiques serait de 14 milliards d'euros. Les dépenses d'hébergement dans le secteur marchand chuteraient de 2,7 milliards d'euros, soit de 36,5 % principalement en raison de la perte de clients étrangers. Enfin, les dépenses dans le poste « bars et restauration » baisseraient de 1,4 milliard d'euros, soit 19 % en un mois. »

Le baromètre Orchestra² sur la seconde quinzaine du mois de mars, fait état d'une baisse des réservations de voyages de -97 % par rapport à la même période l'an dernier.

Une enquête menée par le cabinet Roland Berger auprès des entreprises touristiques entre le 31 mars et le 3 avril, fait état de l'impact majeur du Covid-19 sur le secteur pour l'année 2020 mais également bien au-delà. Ainsi, pour l'année 2020, les professionnels du secteur estiment que la crise du Covid-19 aura un impact moyen de 40% sur leur chiffre d'affaires dont 80 % liés à une baisse des volumes de ventes. Si les vacances de Pâques (qui représentent 5 à 10 % du chiffre d'affaires selon les professionnels) ont été perdues, mai et juin ne s'annoncent guère mieux avec respectivement -75% et -60% de baisse de chiffre d'affaires. En ce qui concerne la saison estivale, les professionnels envisage une baisse de -30% pour le mois de juillet et de -40% pour août. La majorité des professionnels sondés ne croient plus en une période de rattrapage post-confinement et privilégient d'avantage un « un scénario de prudence et de reprise moyenne, voire de réticence prolongée ».

Le cabinet Roland Berger³ constate que **la confiance des ménages sera déterminante pour la reprise du secteur**. Pour cet été, en raison du nombre croissant de salariés en chômage partiel, les professionnels redoutent un budget vacances plus faible qu'à l'accoutumé mais également des vacances plus courtes du fait notamment de la récupération des heures perdues par les entreprises qui pourraient écourter les temps de congé. 99% des professionnels estiment que la clientèle sera franco-française, de proximité, nationale voire ultra locale, et favorisera l'hébergement non marchand. En raison de la fermeture des frontières et des restrictions de voyager, la clientèle étrangère devrait décroître de façon significative. Pour rappel, la France est le pays le plus visité au monde depuis plusieurs années avec, en 2018, 89 millions d'arrivées internationales en métropole.

1 - Observatoire français des conjonctures économiques / 2 - Plateforme de réservation des voyageurs en France pour le média TOM Travel

3 - Cabinet de conseil en stratégie

1 - à l'échelle régionale

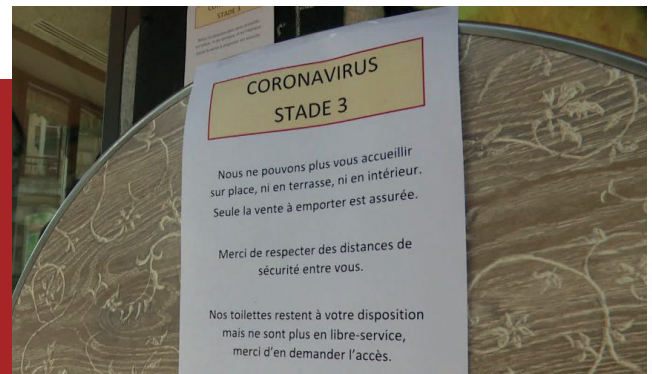
Au niveau de la région Auvergne-Rhône-Alpes, il n'y a pas encore d'études permettant d'estimer les premières pertes économiques liées à la crise sanitaire du COVID-19.

En revanche, **une étude d'impact sur l'e-réputation**⁴ de la destination permet de mettre en évidence que la présence du COVID-19 dans l'ensemble des conversations sociales du web associée à la région poursuit sa baisse. Les leviers négatifs, bien que toujours massivement orientés sur le territoire des Alpes, touchent maintenant plus de destinations dans la région, et sur des sujets plus variés. Les préoccupations s'orientent de plus en plus sur de questionnements logistiques et de planification de séjours (possibles, conseillés ou non, quelles conditions ...), ainsi que sur les comportements responsables des futurs visiteurs, notamment affinitaires (visite à de la famille, à des amis...). D'autres sujets positifs permettent à la marque AuRA de générer de l'attractivité, via des initiatives liées à sa gastronomie, l'optimisme des professionnels et à d'autres bonnes nouvelles parfois anecdotiques mais souvent porteuses d'attraits (ex : des célébrités qui évoquent des souvenirs de séjours dans la région).



Dans un interview pour L'Echo Touristique le 29 avril dernier, Laurent Cornier, directeur délégué de l'agence régionale du tourisme, indique que le manque à gagner pour la région Auvergne-Rhône-Alpes est estimé à 2 milliards d'euros soit environ 27 millions de nuitées.

En Auvergne-Rhône-Alpes, le tourisme inter-régional représente 27% des nuitées françaises tandis que la clientèle étrangère représente 16 millions de nuitées par an.



DES PLANS DE SOUTIEN MASSIF AU SECTEUR TOURISTIQUE

« Le tourisme fait probablement face à la pire épreuve de son histoire moderne, alors même que c'est un des fleurons de l'économie française ; son sauvetage est donc une priorité nationale » a déclaré Edouard Philippe en préambule de la présentation du plan de relance du secteur touristique.

En effet, à l'issue du 5^e Comité interministériel du tourisme du 14 mai 2020, le Premier ministre a annoncé une série de mesures qui représentent un engagement total de plus de 18 milliards d'euros pour les finances publiques, citons notamment :

- mise en œuvre du plan de relance Tourisme, porté par la Banque des Territoires et Bpifrance, de plus de trois milliards d'euros de financements entre aujourd'hui et 2023, sous forme de prêts et d'investissements en fonds propre ;
- recours à l'activité partielle prolongé jusqu'à fin 2020 pour les entreprises du tourisme et de l'évènementiel ;
- accès au fonds de solidarité, pour les entreprises du secteur des cafés hôtels restaurants, du tourisme, de l'évènementiel, du sport et de la culture, prolongé jusqu'à fin septembre ;
- plafond journalier des tickets-restaurants doublé, à 38 euros, avec une utilisation autorisée les weekends et jours fériés, jusqu'à fin 2020, pour soutenir la demande dans le secteur de la restauration.

Le Premier ministre a également déclaré que les Français pourront partir en vacances en France durant les mois de juillet et août, sous réserve **« de possibles restrictions très localisées »** en fonction de l'évolution de l'épidémie de coronavirus. Les Français **« peuvent prendre leurs réservations »**, a-t-il ajouté, en soulignant que **« les acteurs du tourisme, de l'hôtellerie, se sont engagés à faire en sorte qu'ils soient intégralement remboursés dans l'hypothèse où l'évolution de l'épidémie ne rendrait pas possible le départ en vacances »**.

Pour faciliter l'accès aux différentes aides, un site spécifique a été créé à l'intention des professionnels du secteur : www.plan-tourisme.fr.

Par ailleurs, le 6 mai 2020, le ministre de la culture a annoncé une série de mesures d'accompagnement des acteurs culturels.

Au niveau local, le Conseil régional Auvergne Rhône Alpes a déployé un plan de soutien à l'économie de plus de 600 millions d'euros avec des aides d'urgence pour les entreprises partenaires de la Région et pour les artisans, entrepreneurs, professions libérales, agriculteurs d'Auvergne-Rhône-Alpes. Une partie de ce soutien va également alimenter des fonds régionaux d'urgence aux filières les plus exposées à la crise : peuvent être notamment citées les entreprises du tourisme et de l'hébergement, les entreprises de l'évènementiel, les acteurs culturels. Les aides proposées permettront de soulager la trésorerie des entreprises pendant 6 mois (remboursement du capital des emprunts dans la limite de 5000 € par bénéficiaire). Enfin un plan de relance dédié à la culture a également été annoncé avec 32 millions d'euros de dotations. Retrouvez le détail des aides sur le site :

<https://www.auvergnerhonealpes.fr/actualite/826/23-covid-19-plan-d-urgence-de-600-m-pour-l-economie.htm>

Enfin la Métropole Clermontoise a lancé également un plan d'urgence de 2 millions d'euros afin de compléter les aides existantes et soutenir de manière ciblée les TPE des secteurs très impactés comme les cafés/hôtels/restaurants, les entreprises du tourisme, de l'évènementiel, de l'économie sociale et solidaire et les entreprises privées culturelles. Retrouvez le détail sur le site :

<https://www.investinclermont.eu/aides-accompagnement/covid-19-plan-durgence-metropolitain>

4 - Rapport commandité par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - bilan au 07 mai. Ce rapport vise ainsi à mesurer et suivre dans le temps l'ampleur du phénomène COVID-19, son évolution et son impact sur l'image touristique de la région. Il sert surtout à pouvoir prédire une éventuelle reprise dans les intentions, en lien avec les règles de confinement, afin de pouvoir déclencher les plans de relance dans une période audible pour plus d'efficacité.

LES TENDANCES TERRITORIALISÉES

2 - à l'échelle locale

Près de 20 % de perte pour l'hôtellerie durant le confinement

Estimation du volume d'activité à partir des données de fréquentation* de l'hôtellerie de l'an dernier (INSEE)

	TERRA VOLCANA				CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE				VICHY COMMUNAUTÉ			
	Nuitées	% par mois	% cumulé	% cumulé à partir du 16-03-2020	Nuitées	% par mois	% cumulé	% cumulé à partir du 16-03-2020	Nuitées	% par mois	% cumulé	% cumulé à partir du 16-03-2020
janv-19	8 754	4	4		65 401	6	6		14 384	4	4	
févr-19	10 675	5	10		71 752	7	13		16 904	5	9	
mars-19	11 749	6	16	3	74 925	7	20	3,5	20 501	6	15	3
avr-19	16 173	8	24	11	85 224	8	27	11	30 681	9	24	12
mai-19	17 676	9	32	20	86 018	8	35	19	34 619	10	33	22
juin-19	20 337	10	43	30	98 731	9	44	28	39 881	11	45	33
juil-19	25 611	13	55	43	120 971	11	56	40	40 109	11	56	44
août-19	28 719	14	70	57	137 898	13	68	52	48 381	14	70	58
sept-19	19 732	10	79	67	94 977	9	77	61	33 101	9	79	68
oct-19	16 860	8	88	75	98 909	9	86	70	29 408	8	88	76
nov-19	11 323	6	93	81	76 558	7	93	77	22 653	6	94	83
déc-19	13 235	7	100	87	74 029	7	100	84	19 810	6	100	88
TOTAL	200 844	100			1 085 393	100			350 432	100		

NOTE DE LECTURE :

Le tableau ci-contre présente les nuitées en hôtels par mois en 2019.

- La colonne « % par mois » indique la part de chaque mois dans le total des nuitées de l'année 2019
- La colonne « % cumulé » indique la part depuis le début de l'année
- La colonne « % cumulé à compter du 16 mars » : estimation de la part dans le total des nuitées de l'année depuis le 16 mars 2020, en prenant pour hypothèse une répartition similaire à 2019 des nuitées sur les différents mois de l'année

Par exemple : sur le territoire de Terra Volcana, en avril 2019, ce sont 16 173 nuitées représentant 8 % des nuitées annuelles, soit un pourcentage cumulé de 24 % depuis le début de l'année et 11 % depuis la mi-mars.

Estimation des pertes potentielles de nuitées pour les hôtels, si les limitations de déplacement se prolongent ...



jusqu'à fin mai 2020 :

-20 %

-19 %

-22 %

jusqu'à fin juin 2020 :

-30 %

-28 %

-33 %

* : Voir l'encart Méthodologie en dernière page

LES CLIENTÈLES AFFAIRES ET LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES (INSEE)

Le printemps est une période propice au tourisme d'affaires. Le tableau ci-contre illustre la part prégnante du tourisme d'affaires dans la fréquentation hôtelière et notamment durant la période de confinement. La perte de cette clientèle constitue ainsi un gros manque à gagner pour le secteur hôtelier mais également, par effet boule de neige, pour les autres typologies d'hébergement, les agences événementielles ainsi que pour les divers prestataires et sous-traitants qui interviennent à l'occasion de ces événements professionnels.

Ainsi, le secteur événementiel est en première ligne de cette crise, outre les activités d'affaires, les événements sportifs, culturels, religieux et les marchés se sont vus annulés les uns après les autres en fonction des quotas gouvernementaux imposés. De plus, des manifestations prévues bien plus tard dans l'année sont d'ores et déjà annulées faute de visibilité sur l'évolution de la pandémie. Par effet d'entraînement, de nombreux secteurs d'activités sont touchés par l'annulation ou le report de ces événements.

En plus de la période de confinement, la fermeture des frontières (hors Shengen), l'arrêt total des vols commerciaux entraînent l'absence de clientèle étrangère. Que représente cette clientèle au niveau local ?

Part des clientèles affaires dans le total des nuitées hôtelières par mois

	Terra Volcana	Clermont Auvergne Métropole	Vichy Communauté
janv-19	77 %	69 %	45 %
févr-19	63 %	62 %	38 %
mars-19	69 %	71 %	44 %
avr-19	64 %	60 %	36 %
mai-19	54 %	60 %	33 %
juin-19	68 %	64 %	38 %
juil-19	45 %	48 %	33 %
août-19	34 %	32 %	24 %
sept-19	69 %	72 %	45 %
oct-19	70 %	71 %	41 %
nov-19	76 %	73 %	48 %
déc-19	63 %	65 %	45 %

En 2019, la clientèle étrangère a représenté respectivement:

nuitées d'hôtellerie

dont clientèle européenne



9 %

93 %



13 %

83 %



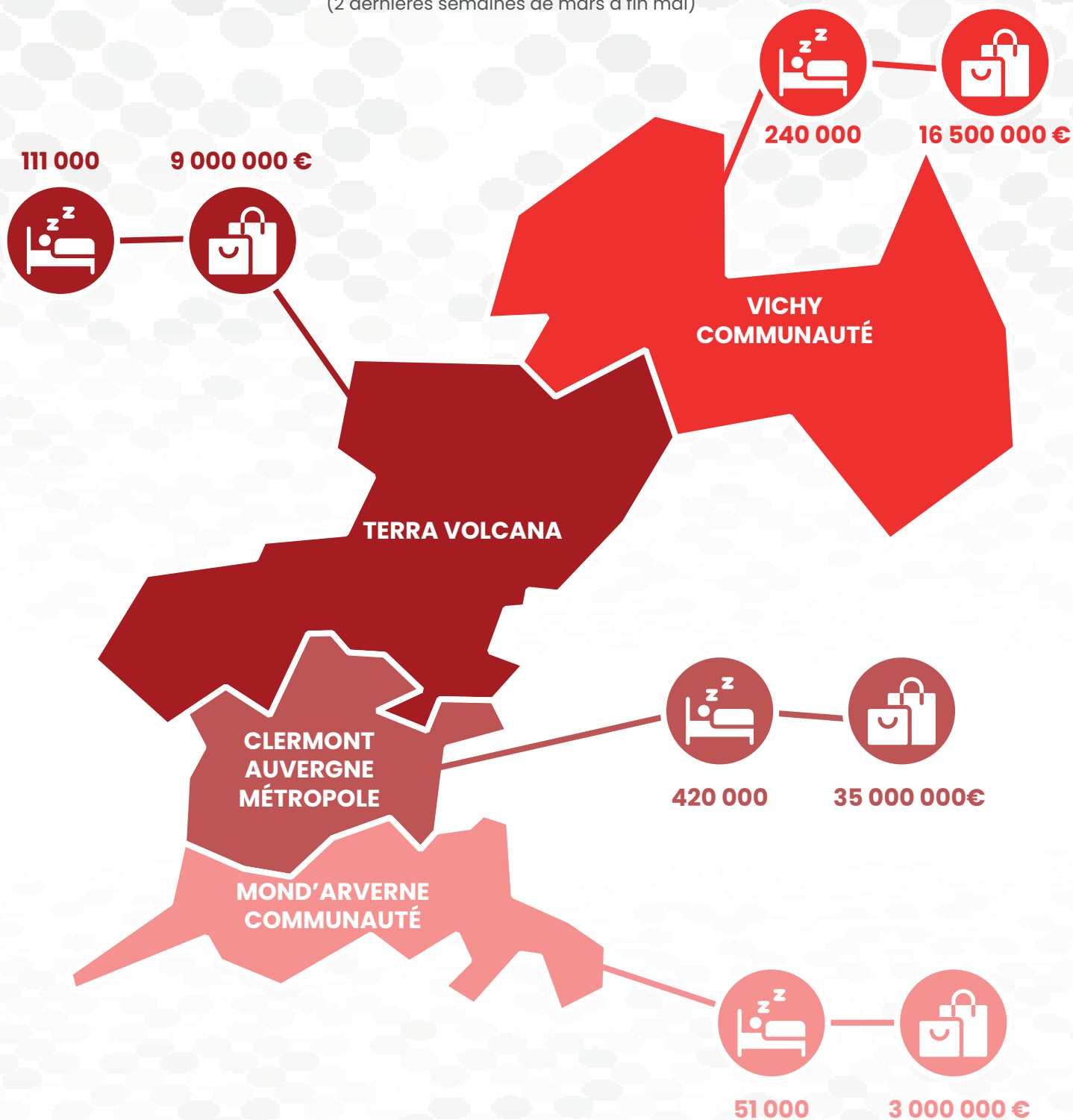
10 %

82 %

Ainsi, la destination est essentiellement une destination pour la clientèle française et notamment de proximité, la 1ère clientèle touristique d'Auvergne-Rhône-Alpes est issue de la région. Nous pouvons donc supposer que l'effet de rattrapage à l'issue du confinement ne sera que peu contrarié par le reflux de clientèle étrangère. En outre, la relance de l'activité devrait donc s'effectuer avec une clientèle franco-française de proximité, déjà fidèle à la destination, en accord avec les prévisions nationales. Les destinations « au vert », proposant de grands espaces naturels, devraient être prisées en 2020 répondant ainsi aux exigences et attentes des touristes. En effet, 18,3 % des clientèles intra régionale choisissent la moyenne montagne et 18,4 % la campagne comme destinations de séjour. Celles-ci génèrent respectivement 22,6% et 19,8 % des nuitées régionales en été.

PRÈS DE 64 MILLIONS D'EUROS DE CONSOMMATIONS TOURISTIQUES ABSENTES SUR LA DURÉE DE CONFINEMENT SUR NOS TERRITOIRES

Estimation du volume d'activité pendant la période de confinement
(2 dernières semaines de mars à fin mai)



Clé de Lecture :

Durant la période de confinement, l'absence de consommation touristique sur le territoire de Clermont Auvergne Métropole est estimée à près de 35 millions d'euros. Pour les autres territoires, elle s'élève à près de 9 millions d'euros pour Terra Volcana, 3 millions pour Mond'Arverne Communauté et 16,5 millions pour Vichy Communauté.

Cette première vision, fin avril 2020, est à prendre avec du recul et devra être ré-interrogée dans les mois à venir et notamment à l'issue du confinement pour analyser le phénomène de reprise. Ce premier travail sera en outre corroboré par des enquêtes de conjoncture (fin mai) auprès d'un panel de prestataires touristiques à l'issue du confinement permettant d'obtenir leur premier ressenti sur les pertes d'activités, les perspectives post confinement, leurs taux de réservation, leurs attentes et besoins. L'Observatoire devra également mener un travail à plus long terme sur les impacts économiques, sociétaux de la crise sanitaire sur le secteur touristique, en partenariat avec les acteurs du territoire.

Les collectivités territoriales s'interrogent dès aujourd'hui, sur les actions à mettre en place pour soutenir le secteur touristique. De nombreux questionnements apparaissent auxquels il faudra tenter de répondre pour que l'action publique soit la plus efficiente possible.



A COURT TERME

Comment le secteur touristique va-t-il s'adapter pour répondre aux exigences sanitaires pour tenter de sauver la saison 2020 ?

Y-aura-t-il un besoin fort d'évasion et de divertissement des touristes français à l'issue du confinement ou seront-ils « traumatisés » par les risques en matière de santé publique ?

Quelles sont les facteurs de différenciation de nos territoires pour accueillir ces touristes dans les conditions les plus favorables ?

Vacances d'été 2020: à quoi vont-elles ressembler ?

Le gouvernement fixera-t-il des limites aux capacités d'accueil ?

Quand le secteur du tourisme va-t-il pouvoir repartir ?

Dans quelle mesure le marché européen va-t-il repartir dès cet été avec la possible levée des interdictions de circulation dans l'espace Schengen ?



A MOYEN ET LONG TERME

Quel sera le tissu d'entreprises du secteur du tourisme à l'issue de cette année 2020 ?

Quelles sont les caractéristiques des entreprises qui auront survécu à la crise ?

Quels sont les impacts en matière d'emplois directs et indirects ?

Le profil et le comportement de consommation des clientèles vont-ils évoluer ?

Les nouvelles politiques entrepreneuriales de « non-mobilité » (télétravail, visio-conférence) mises en place durant le confinement vont-elles impacter de manière significative les recettes du tourisme d'affaires ?

Les attentes et comportements de consommations développés lors du confinement seront-ils durables ?

De nouveaux modèles économiques des entreprises du tourisme et des loisirs vont-ils surgir ?

Comment les clientèles, françaises et internationales, vont-elles voyager ?

Quels seront les impacts sociaux du soutien massif aux entreprises ?

Quelles modalités de reprise du secteur aérien, pourvoyeur de tourisme étranger ?

NOTE MÉTHODOLOGIQUE :

Ces estimations sont basées sur l'hypothèse du maintien de la fréquentation avant le confinement, d'un arrêt complet de l'activité pendant le confinement et d'une reprise avec des niveaux de fréquentation identiques à l'an dernier. A ce stade, aucune projection n'est faite sur la fréquentation post-confinement.

Les résultats de fréquentation de la saison 2020 des hôtels seront fournis par l'INSEE en fin d'année et consolidés en début d'année 2021.

Le territoire de Mond'Arverne Communauté n'a pas pu faire l'objet d'estimation des volumes de nuitées hôtelières, avec le détail des clientèles affaires et étrangères, car le faible nombre d'hôtels ne permet pas de garantir le secret statistique.

Pour l'estimation de l'absence de consommation touristique durant le confinement, les données utilisées sont issues du recensement touristique de l'offre 2019 de l'INSEE pour l'hébergement traditionnel et les données entrées sur Apidaé **au jour de l'extraction** concernant les gîtes, meublés et chambres d'hôtes (ces données sont susceptibles de n'être que partielles). Les niveaux de dépenses ainsi que des ratios spécifiques (taux d'ouverture, d'occupation, de remplissage, répartition des nuitées mensuelles) par territoire ont été fournis par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour calculer le volume de nuitées et la consommation touristique durant la période de confinement.

SOURCES :

Point de conjoncture de l'INSEE du 09/04/2020 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4478214?sommaire=4473296>

Banque de France : point sur la conjoncture française à fin mars 2020

<https://www.banque-france.fr/statistiques/conjoncture/enquetes-de-conjoncture/point-de-conjoncture>

Note de tendance, avril 2020 – Observatoire Economique du Tourisme

<https://www.veilleinfotourisme.fr/files/2020-04/Note-de-tendance-01-Observatoire-economie-tourisme-avril-2020.pdf>

OFCE – Évaluation au 30 mars 2020 de l'impact économique de la pandémie de COVID-19 et des mesures de confinement en France

<https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/pbrief/2020/OFCEpbrief65.pdf>

Retrouvez la revue de presse de l'Observatoire du Tourisme et l'impact de la crise du COVID-19 en ligne :

https://padlet.com/clermontmetropole_com/osectourisme_biblio_covid19

