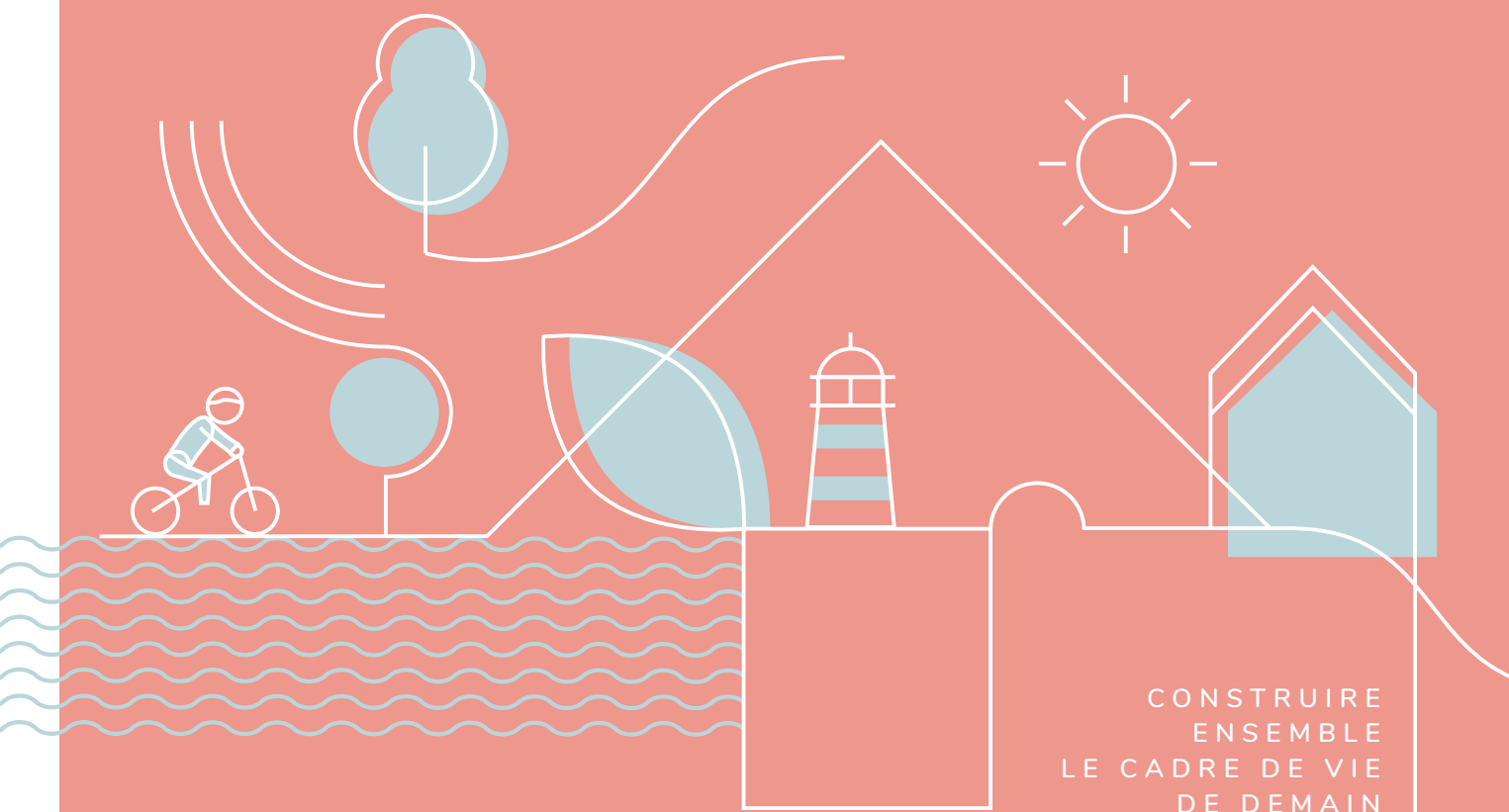


enquête - avril 2020

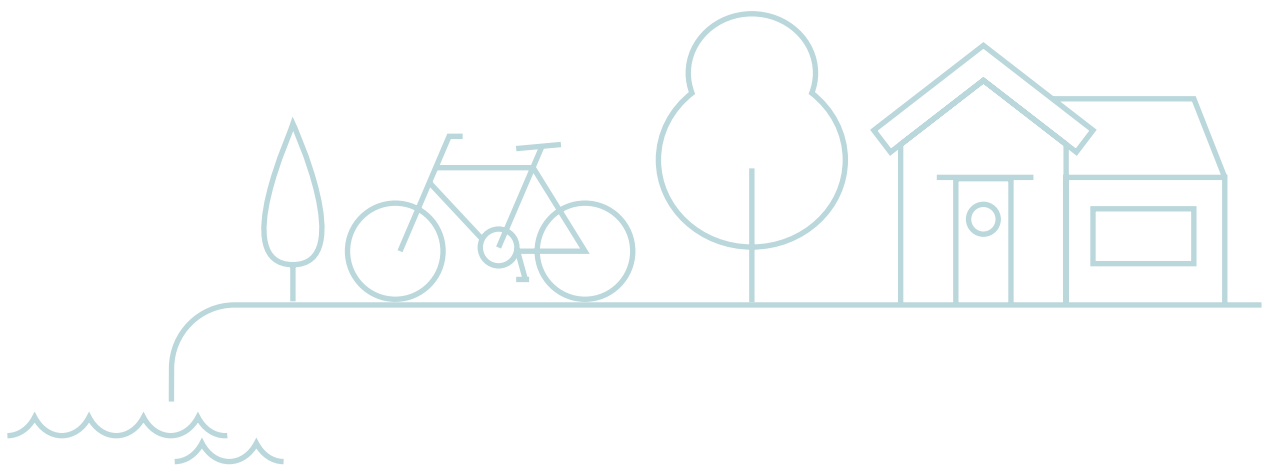
# FILIÈRE DU TOURISME

BAROMÈTRE EXCEPTIONNEL  
DE CONJONCTURE RÉGIONAL,  
SUITE AU COVID-19

Résultats - Loire-Atlantique



CONSTRUIRE  
ENSEMBLE  
LE CADRE DE VIE  
DE DEMAIN



# AVANT-PROPOS .

Face au contexte inédit de la crise sanitaire liée au Coronavirus, le secteur du tourisme est fortement impacté et la saison touristique menacée, notamment en Loire-Atlantique où plus de 25 000 emplois touristiques directs et indirects subissent aujourd'hui les effets de cette crise.

Afin d'accompagner les professionnels de ce secteur, il est apparu essentiel de les interroger pour entendre leurs préoccupations et mesurer l'impact de cette crise sur leur activité. Sur un panel de 1000 professionnels en Loire-Atlantique, plus de 200 nous ont partagé leur ressenti sur la situation actuelle et sur les prévisions à venir.

Ce baromètre de conjoncture exceptionnel apporte donc des éléments d'analyse sur l'impact de la crise actuelle sur le secteur touristique en Loire-Atlantique afin d'orienter nos actions à venir sur le court mais aussi le long terme.

Si elle donne un horizon, l'annonce de la prolongation du confinement, a minima jusqu'au 11 mai, ne calme pas les doutes que connaissent les professionnels du tourisme. Au contraire, nombre d'activités du secteur (bar, restaurants, événements, etc.) ne pourront redémarrer à cette date, participant à alimenter l'incertitude quant aux conditions de leur future reprise. Ce baromètre sera renouvelé dans les prochaines semaines pour continuer de mesurer, le plus finement possible, les impacts de cette crise inédite sur le secteur du tourisme.

# MÉTHODOLOGIE .

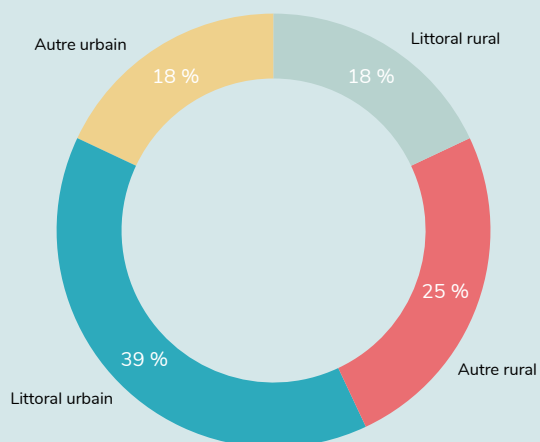
Ce document est réalisé par Loire-Atlantique développement sur la base des résultats du baromètre de conjoncture d'avril 2020, piloté par Solutions&Co (l'agence de développement économique des Pays de la Loire) et ses partenaires, sur un panel de 5 500 professionnels touristiques des Pays de la Loire.

Sur les 1000 professionnels du tourisme interrogés en Loire-Atlantique, 211 ont participé à ce baromètre. Ils ont été interrogés via un questionnaire en ligne diffusé entre le 1<sup>er</sup> et le 8 avril 2020.

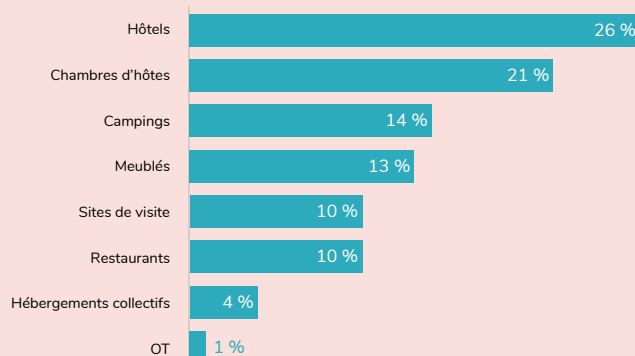
En complément de l'analyse des résultats du questionnaire, Loire-Atlantique développement partage également, dans ce baromètre, le regard que l'agence porte sur la crise sanitaire et les conséquences qu'elle induit pour le tourisme, secteur frappé plus que les autres par l'épidémie de Covid-19.

# 211 RÉPONDANTS EN LOIRE-ATLANTIQUE.

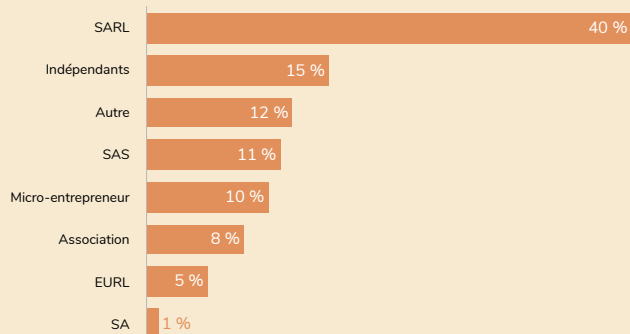
## Répartition des répondants par zone



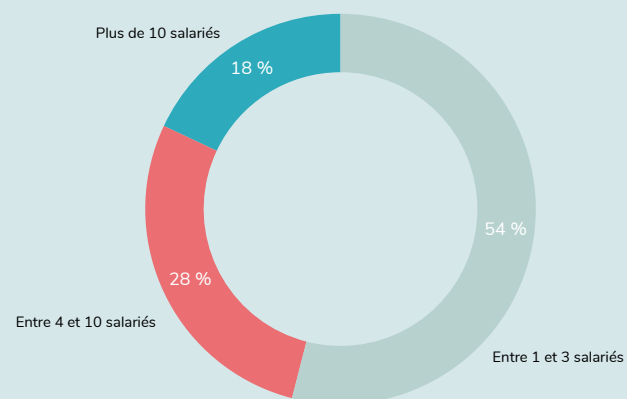
## Répartition des répondants par type



## Répartition des répondants par statut



## Répartition des répondants par effectif



# DONNÉES .

## 86 % des entreprises étaient ouvertes avant le confinement

En Loire-Atlantique, **86%** des professionnels du tourisme interrogés en Loire-Atlantique étaient **en activité au mois de mars**, avant le confinement. En revanche, 14% n'avaient pas encore ouverts leurs portes pour la saison.

$\frac{3}{4}$  des établissements qui n'étaient pas encore ouverts prévoyaient leur ouverture avant le pont du 1<sup>er</sup> mai, dont  $\frac{1}{3}$  avant fin mars.

Une ouverture impossible principalement marquée dans l'hôtellerie de plein air, les campings ouvrant majoritairement avant les vacances de printemps. ■



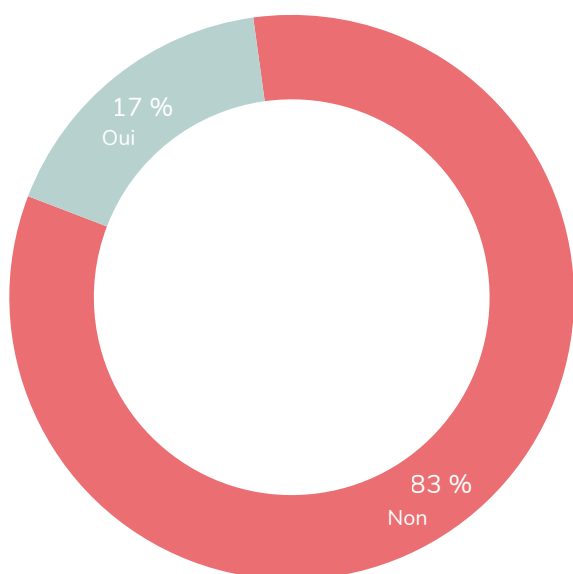
## Un recours nécessaire au chômage partiel en mars

Malgré la fermeture des établissements, 83% des professionnels n'ont pas eu recours à la **prise de congés obligatoires** durant le mois de mars.

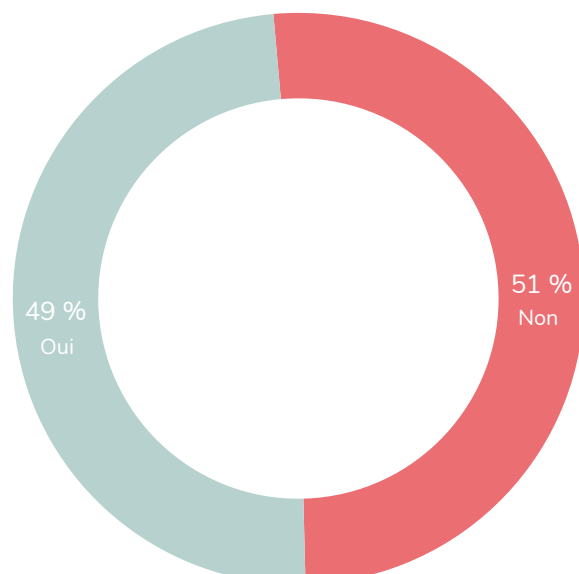
En revanche près de la moitié des professionnels interrogés ont eu recours à des mesures de **chômage partiel**, dont 70% pour l'ensemble de leurs salariés.

Un recours au chômage partiel identifié dans tous les métiers du tourisme mais particulièrement soutenu en **hôtellerie, restauration**. Pour rappel, ces deux secteurs concentrent la moitié des emplois touristiques du département. ■

Avez-vous eu recours à des prises de congés obligatoires ?



Avez-vous eu recours au chômage partiel ?



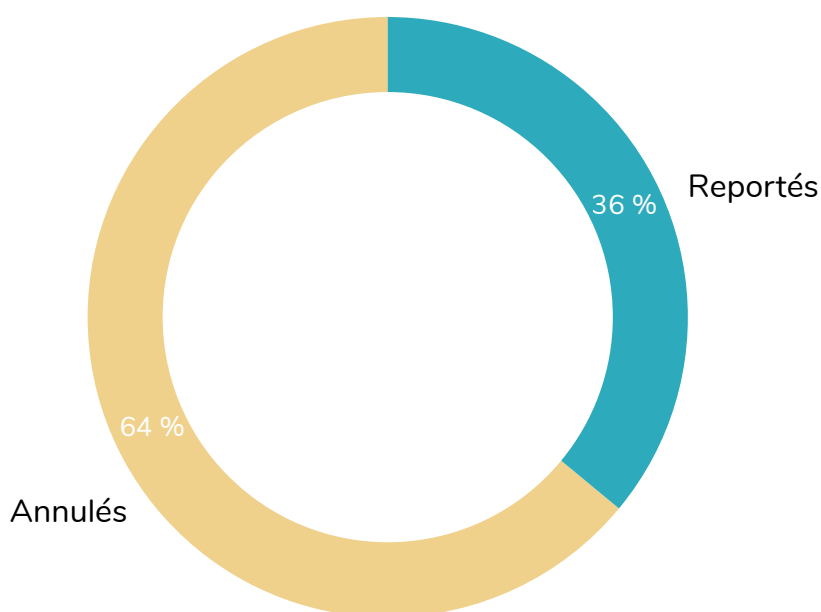
## Le recrutement saisonnier remis en question

En Loire-Atlantique, on compte **deux fois plus d'emplois touristiques en août qu'en janvier**. Cette saisonnalité très marquée soulève la question du **recrutement saisonnier** en 2020.

Pour 60 entreprises ayant répondu à cette question, cela représente au total **285 personnes qui n'ont pas pu être recrutées**. 64% de ces recrutements sont reportés quand 36% sont annulés pour la saison.

Ce sont également **l'hôtellerie et la restauration** qui sont les secteurs les plus concernés par ces problématiques d'embauches. ■

Parmi les recrutements qui n'ont pas pu avoir lieu :

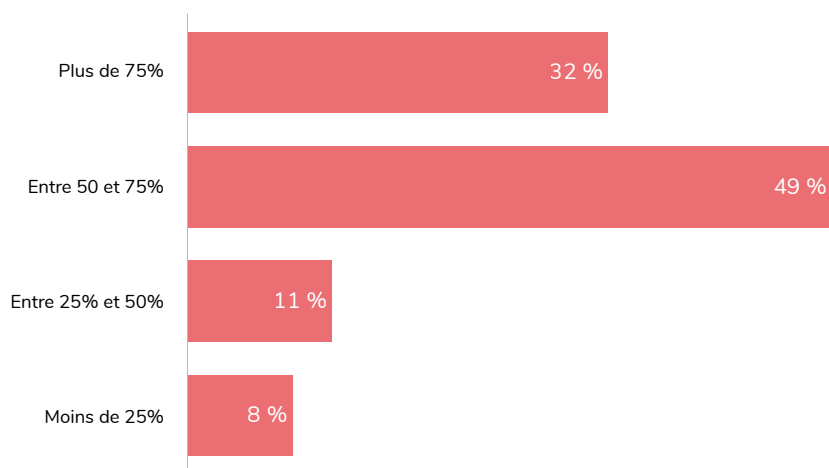


# Un chiffre d'affaire fortement impacté en mars

Face à l'incertitude du **pré-confinement** et la fermeture mi-mars des établissements, les professionnels touristiques ont connu une perte de CA significative dès le mois de mars 2020.

Pour **80%** des professionnels interrogés, leur CA de mars 2020 a connu une **baisse supérieure à 50%** par rapport à mars 2019. Pour **1/3 des répondants** cette perte est même **supérieure à 75%**.

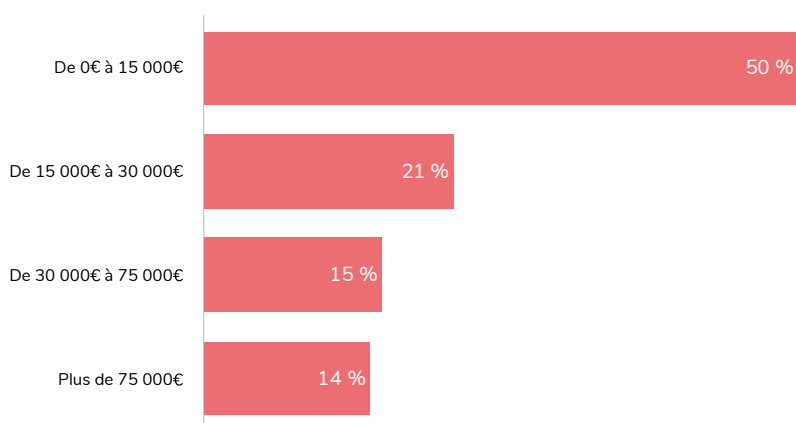
Perte de CA en mars 2020 par rapport à mars 2019 (en %)



Pour la moitié des professionnels interrogés cette perte s'élève **jusqu'à 15 000€** au cours du mois de mars par rapport à l'an passé.

Pour l'autre moitié cette perte est encore plus importante, en effet **pour 14% des répondants la perte est même supérieure à 75 000€**. ■

Perte de CA en mars 2020 par rapport à mars 2019 (en valeur)



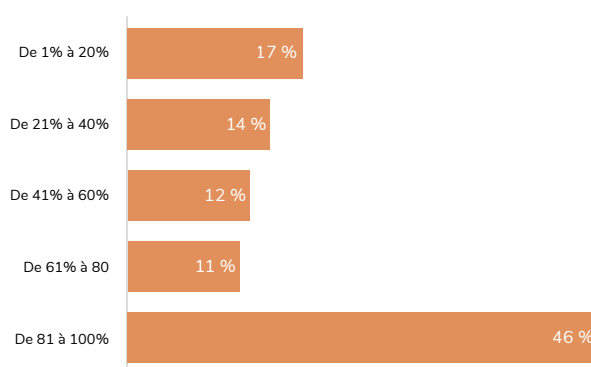


# Des réservations majoritairement annulées

Pour près de la moitié des professionnels interrogés, **plus de 80% de leurs réservations ont été annulées ou reportées**. Entre le ralentissement voire l'arrêt des réservations et l'annulation de celles effectuées, les professionnels de Loire-Atlantique **manquent de visibilité** pour les mois à venir.

De plus, pour 63% des répondants, **moins de 30% de leurs annulations ont été reportées** à une date ultérieure, soit 70% d'annulations sèches. Parmi ces reports, la plupart ont été faits pour une **date indéterminée** ce qui accentue l'incertitude pour la suite de la saison.

Part des réservations annulées ou reportées



Si la tendance de consommation repose de plus en plus sur les réservations de **dernière minute**, l'incertitude sur la possibilité de **partir en vacances** cet été et le **prolongement du confinement** exacerbent ce phénomène. En effet, pour **85%** des professionnels, les réservations pour le mois de

juin sont **inférieures ou très inférieures à l'an dernier**. Même constat pour juillet-août ainsi que septembre où  $\frac{3}{4}$  des professionnels affirment que les réservations sont inférieures ou très inférieures à celles de l'an passé. ■

# Une avant-saison particulièrement touchée

Pour 27% des professionnels interrogés, la **totalité de leurs réservations de la saison ont été annulées**. Un constat particulièrement marqué pour le mois d'avril où 60% des professionnels ont vu la totalité de leurs réservations annulées.

Pour rappel, la fréquentation en avant saison (avril à juin) en Loire-Atlantique représente 1/3 des nuitées totales en hôtels et campings de la saison (avril à septembre).

Cet **étalement de la fréquentation sur les ailes de saison** constaté depuis plusieurs années, est donc fortement impacté cette année.

Pour l'heure, les annulations sont en revanche plus faibles pour la période juin-septembre. Le cœur de saison reste à ce jour moins impacté par ces annulations. ■

# Principaux besoins des professionnels

Sans surprise, le principal besoin des professionnels du tourisme en cette période relève du **financement à court terme et de précisions sur les dispositifs d'urgence**, qui est identifié par 63% des répondants.

Plus d'un quart des professionnels souhaitent également des **conseils pour adapter leur communication digitale**. Mais ils sont également dans l'attente de **conseils juridiques et tarifaires**.

À noter tout de même, **1/4 des professionnels ne savent pas identifier leurs besoins** à l'heure actuelle, ce qui témoigne du manque de visibilité et de la difficulté à se projeter sur les mois à venir. ■



financement à court terme et précisions sur le dispositif d'urgence



+ 1/4 des professionnels souhaitent des conseils pour adapter leur communication digitale



+ 1/4 des professionnels ne savent pas identifier leurs besoins

## Paroles de pros

“ C’est dommage car il y avait beaucoup de réservations pour le mois d’avril et mai depuis le début de l’année 2020.  
*Professionnel du secteur de l’hôtellerie de plein air*

“ À ce jour les clients ne savent pas s’ils auront des vacances d’été en 2020.  
*Professionnel du secteur de l’hôtellerie de plein air*

“ Les clients sont compréhensifs face à la situation.  
Mais jusqu’à quand ?  
*Propriétaire de chambres d’hôtes*

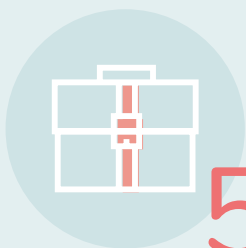
“ Une année complètement perdue, les clients étrangers ont annulé la totalité de leurs séjours, annulation des groupes et des réunions familiales de la part des clients français.  
*Professionnel du secteur de l’hôtellerie*

“ Grosses préoccupations pour les prochains mois 2020 et le début d’année 2021 sur notre capacité à nous redresser et pour le paiement de notre loyer professionnel.  
*Professionnel du secteur de l’hôtellerie*

“ Manque de visibilité pour nous et pour les clients.  
*Professionnel du secteur de la restauration*

# À RETENIR.

## Un recours nécessaire au chômage partiel

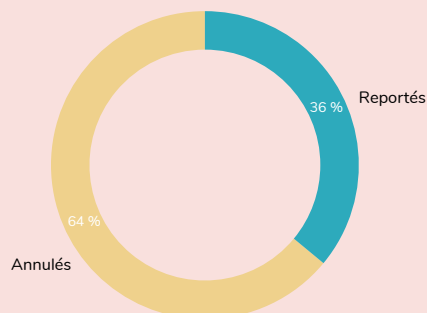


# 50 %

des pros ont eu recours  
au chômage partiel en mars

## Le recrutement saisonnier remis en question

Parmi les recrutements qui n'ont pas pu avoir lieu :



## Un chiffre d'affaire fortement impacté en mars



Pour la moitié des pros,

# Baisse de CA de +80%

entre mars 2019 et mars 2020

## Un manque de visibilité sur la saison



Pour la moitié des pros,

# +80%

des réservations reportées  
ou annulées

## Les besoins des professionnels

1 **Financement  
et dispositifs d'urgence**

2 **Communication**

3 **Conseils juridiques**

## Paroles de pros

« Grosses préoccupations  
pour les prochains mois 2020  
et le début d'année 2021  
sur notre capacité à nous redresser. »

*Hôtelier*

« Manque de visibilité pour nous  
et pour les clients. »

*Restaurateur*

Baromètre réalisée en collaboration avec :



# LE REGARD DE LOIRE-ATLANTIQUE DÉVELOPPEMENT.

## L'urgence : soutenir les professionnels du tourisme

Sans surprise, les enseignements de l'enquête réalisée en Loire-Atlantique auprès des professionnels du territoire sont clairs : le monde du tourisme et ses 25 000 emplois directs et indirects prend de plein fouet les conséquences de l'épidémie de Covid-19 et des mesures sanitaires mises en œuvre pour l'enrayer. Fermetures d'établissements, effondrement des chiffres d'affaires, reports et annulations de réservations : les indicateurs sont au rouge pour toute la chaîne du secteur, des activités de loisirs au tourisme d'affaire.

Si le recours massif au chômage partiel permet d'atténuer le choc, il n'en demeure pas moins que **la pérennité de certaines entreprises est menacée**. Effectivement, beaucoup de chef-fes d'entreprises constituent une part importante de leur trésorerie durant les ailes de saison et, bien sûr, pendant les mois d'été. Ces revenus permettent de faire face à la baisse d'activité constatée lors des mois d'hiver... Or le danger est là : 80 % des professionnels ont enregistré une baisse de chiffre d'affaires supérieure à 50 % pour le mois de mars. L'incertitude concernant la reprise des activités hôtelières, de restauration et événementielles d'ici l'été exacerbent ce phénomène et font craindre une saison particulièrement éprouvante.

## Se redéfinir

Les professionnels s'accordent sur un point : l'importance des aides financières promises. Le report des échéances bancaires, les annulations de charges ou les prêts garantis par l'État sont autant de mécanismes jugés indispensables pour éviter les dépôts de bilan. Mais l'enquête révèle également qu'un professionnel sur quatre ne sait pas identifier ses besoins pour maintenir ou relancer son activité. La période, particulièrement confuse, va bouleverser l'offre touristique. Elle va aussi, probablement, se traduire par une **modification de la demande** : plus locale (voire intrarégionale), plus respectueuse de l'environnement, etc. Certaines destinations profitent de cette période singulière de confinement pour réorienter leur communication au plus près de cette demande qui ne manquera pas de croître... et de **réinterroger l'offre qu'elles proposent**.

## Le tourisme durable, pierre angulaire de « l'après »

Le confinement pousse chacun d'entre nous, à divers degrés, à interroger le sens des choses, à repositionner le curseur des valeurs, à redéfinir nos aspirations profondes. Pour ceux qui le peuvent, cette période est l'occasion d'expérimenter de nouveaux modes de vie, plus lents, plus connectés aux choses qui nous entourent : on apprend à se déplacer peu et à pied, à accompagner nos enfants dans leurs apprentissages, on redécouvre la valeur des activités essentielles à la vie collective. Mais cette période est aussi l'occasion de se rendre compte des difficultés générées par l'isolement pour certaines populations, que l'inégalité d'accès au numérique peut parfois accentuer. Le désir et le besoin de cohésion sociale s'affirme avec d'autant plus de force.

Le secteur du tourisme, peut-être plus que les autres, pourra participer à concrétiser ces nouvelles aspirations qu'une partie de la population ne manquera pas de vouloir vivre durant ses périodes de congés. Le Département de Loire-Atlantique ne s'y est pas trompé : **le tourisme durable, positionnement stratégique adopté dès 2015 et porté par Loire-Atlantique développement, sera demain l'une des clés d'un regain d'activité, résilient et responsable.** Plus que jamais, la crise actuelle démontre la nécessité d'amplifier la prise en compte des enjeux climatiques et de repositionner l'humain au cœur de l'offre touristique. L'un des premiers appels à la solidarité sera d'ailleurs de passer ses vacances ou ses temps de pause au plus près de chez soi pour profiter des pépites de nos territoires.

Mais le tourisme durable ne se conçoit que dans un territoire durable. Il ne doit pas exister de concurrence entre les habitants et les touristes. L'habitant qui réside, travaille, consomme et noue des liens, est le premier à bénéficier d'une haute qualité de vie au quotidien. **Penser la rupture, c'est peut-être cela : envisager le tourisme par la qualité du cadre de vie plutôt que par une course à la fréquentation.** Dès lors, il est nécessaire d'engager le travail sur les enjeux, les objectifs et les indicateurs permettant de contribuer pleinement aux projets de territoires durables et désirables. C'est ce que Loire-Atlantique développement a d'ores et déjà démarré et entend amplifier.

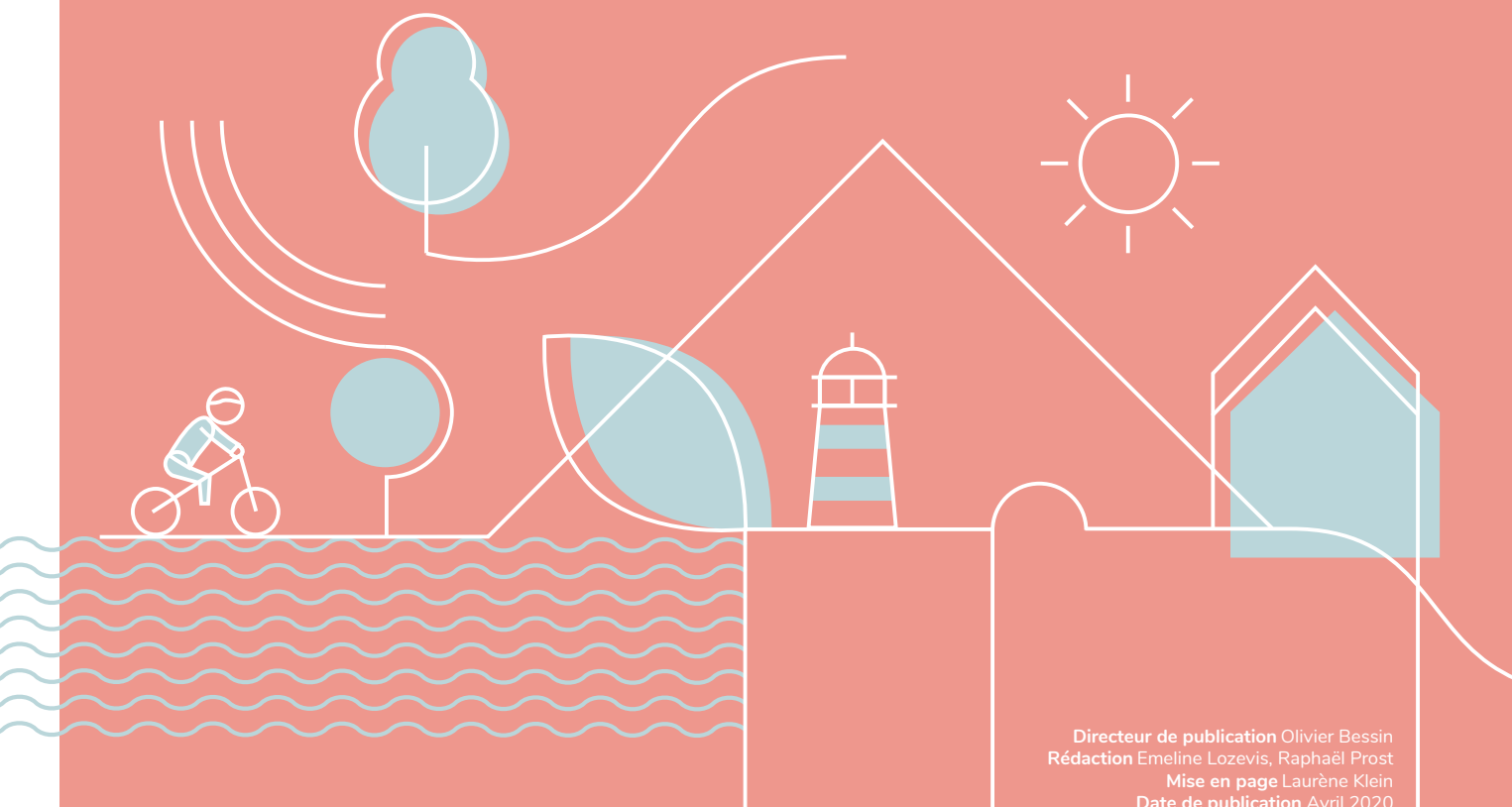
Les acteurs du tourisme jouent un rôle de premier plan dans l'animation économique, culturelle et sociale du territoire. Loire-Atlantique développement cultive une obligation d'écoute, de proximité et de facilitation auprès d'eux pour les aider à faire face aux nouveaux défis qui les attendent, en soutenant le tourisme durable et de proximité.



## contact

### LOIRE-ATLANTIQUE DÉVELOPPEMENT - TOURISME

2 boulevard de l'Estuaire - CS 96201  
44262 Nantes cedex 2  
Tél. 02 40 20 20 44  
[www.loireatlantique-developpement.fr](http://www.loireatlantique-developpement.fr)



Directeur de publication Olivier Bessin  
Rédaction Emeline Lozevis, Raphaël Prost  
Mise en page Laurène Klein  
Date de publication Avril 2020