

## Suivi de l'activité touristique suite au COVID-19

### - Résultats bruts de l'enquête auprès des professionnels de la région lancée le 23 mars 2020 -

Le Conseil Régional d'Occitanie, le Comité Régional du Tourisme et les Agences Départementales du Tourisme, conscients de la situation inédite à laquelle les professionnels sont confrontés, sont pleinement unis et à leurs côtés pour traverser cette épreuve.

Ainsi ils ont souhaité recueillir auprès des professionnels du tourisme quelques informations afin d'appréhender la situation avec la plus grande précision.



Parmi la liste suivante quel est votre secteur d'activité ?

	N	%
Gîtes ruraux / Locations de vacances	71	29%
Chambres d'hôtes	36	15%
Restaurants	22	9%
Tourisme sportif et de loisirs	16	7%
Artisanat	16	7%
Campings	14	6%
Hôtels	13	5%
Tourisme culturel	11	5%
Offices du tourisme	9	4%
Bars, cafés	7	3%
Points de vente de produits du terroir	6	2%
Bien-être	5	2%
Hébergement Collectif (auberges de jeunesse, villages vacances, centres de vacances, maisons familiales)	5	2%
Caveaux de dégustation / Oenotourisme	4	2%
Commerces de proximité	3	1%
Résidences de tourisme / résidences hôtelières	2	1%
Gîtes d'étape / Refuges	2	1%
Agences immobilières	1	0%

Suite :  
Agence immobilière : 1  
Tourisme d'affaires : 1

Au 15 avril 2020, **244 professionnels du tourisme tarnais ont participé à l'enquête COVID 19** lancée par le Comité Régional du Tourisme Occitanie et les Comités Départementaux du Tourisme.

Regroupement par activité :

- Hébergements : 143 répondants dont 109 propriétaires de locatifs et 34 hébergements collectifs (hôtels, campings, villages de vacances, etc.)
- Restaurants, bars et cafés : 29 répondants
- Activités de loisirs, culturelles, sportives, bien être : 32 répondants
- Artisanat, produits de terroir, caveaux, commerces : 29 répondants
- Offices de tourisme : 9
- Autres : 2

**86% des répondants ont répondu sur les 4 premiers jours de lancement** de l'enquête soit entre le 23 et le 26 mars 2020, ce qui montre une réactivité très importante et un besoin de s'exprimer!

## A RETENIR

- Une baisse de chiffre d'affaires qui a débutée en février (pour 70% des répondants) , en mars la baisse de CA est estimée entre -63% à -77% en moyenne.
- 81% des professionnels du tourisme tarnais répondants ont été contraints de fermer leur structure soit temporairement soit totalement pour une durée moyenne de 33 jours de fermeture.
- Près de 22% des professionnels tarnais répondants ont eu recours à des mesures de chômage partiel et 5% à des prises de congés obligatoires.
- Un impact qui va se faire ressentir sur toute la saison : des réservations annulées (ou reportées) en avril mais également pour les mois suivants jusqu'en août où déjà près de 10% des réservations ont été annulées ou reportées.
- Un besoin urgent de trésorerie et de soutien financier exprimé par l'ensemble des professionnels.
- En terme de communication les professionnels expriment globalement le fait d'inciter les touristes à consommer local, à « voyager local » ( en France et dans la région) avec le besoin de rassurer et de redonner confiance aux clients potentiels.

## ESTIMATION BAISSSE DU CA

### Au mois de Février

Réponses effectives : 164  
 Moyenne : 25,7  
 Ecart-type : 35,4

Taux de réponse : 67,2%  
 Médiane : 5,0  
 Min - Max : 0,0 - 100,0

	N	%
Moins de 0	0	0,0%
0	50	30,5%
De 1 à 4	31	18,9%
De 5 à 9	5	3,0%
De 10 à 19	16	9,8%
De 20 à 29	12	7,3%
De 30 à 39	5	3,0%
De 40 à 49	2	1,2%
De 50 à 59	8	4,9%
De 60 à 69	2	1,2%
De 70 à 79	7	4,3%
De 80 à 89	7	4,3%
De 90 à 99	1	0,6%
100	18	11,0%
101 et plus	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>100,0%</b>



30,5% des répondants estiment qu'il n'y a pas eu de baisse de leur chiffre d'affaires en février.

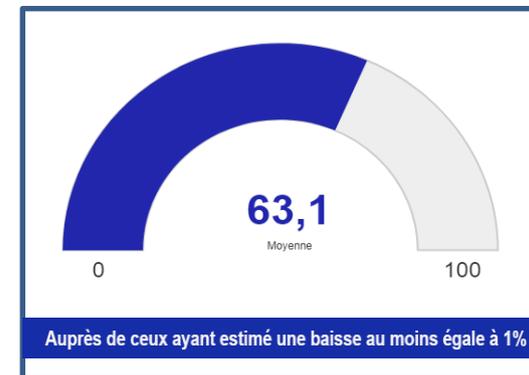
**70% des répondants estiment qu'il y a bien eu une baisse de CA en février et elle est de -37% en moyenne.**

### Sur la première quinzaine de Mars

Réponses effectives : 188  
 Moyenne : 52,7  
 Ecart-type : 40,1

Taux de réponse : 77,0%  
 Médiane : 50,0  
 Min - Max : 0,0 - 100,0

	N	%
Moins de 0	0	0,0%
0	31	16,5%
De 1 à 4	16	8,5%
De 5 à 9	5	2,7%
De 10 à 19	3	1,6%
De 20 à 29	11	5,9%
De 30 à 39	6	3,2%
De 40 à 49	2	1,1%
De 50 à 59	26	13,8%
De 60 à 69	4	2,1%
De 70 à 79	12	6,4%
De 80 à 89	12	6,4%
De 90 à 99	9	4,8%
100	51	27,1%
101 et plus	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>188</b>	<b>100,0%</b>



**Sur la 1<sup>ère</sup> quinzaine de mars 84% des répondants estiment qu'il y a bien une baisse de chiffre d'affaires de -63% en moyenne.**

27,1% des répondants estiment une baisse de 100% soit une activité nulle.

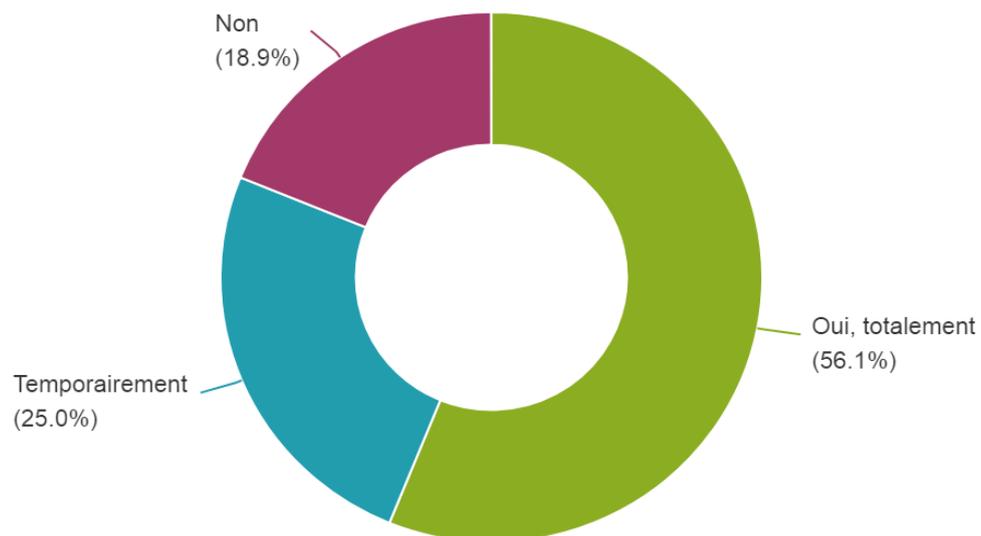
Peu de répondants sur la deuxième quinzaine de mars mais pour ceux qui estiment une baisse elle est de -77% en moyenne.

## IMPACTS SUR LES FERMETURES /RETARD D'OUVERTURE

Avez-vous été contraint de fermer votre structure ?

Réponses effectives : 244

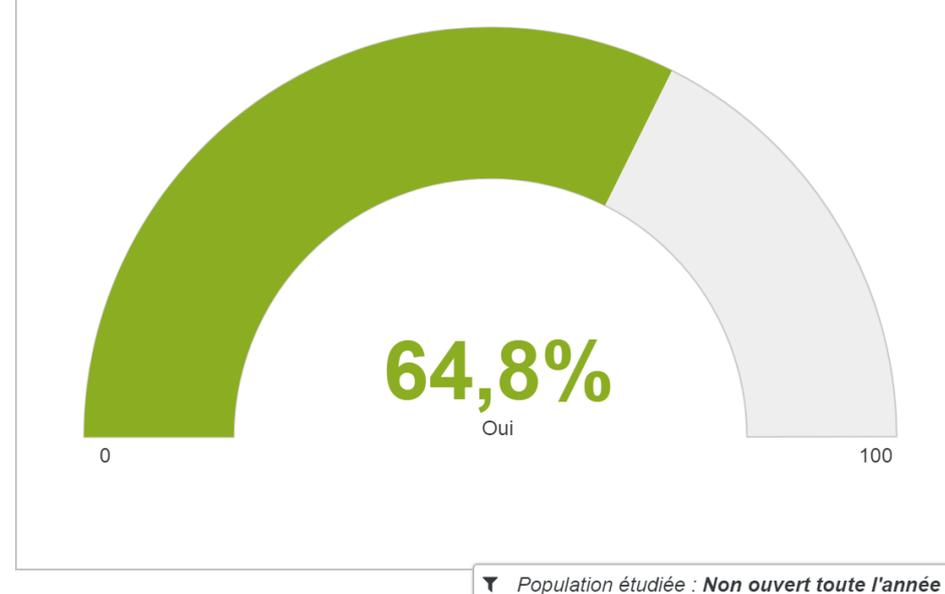
Taux de réponse : 100,0%



**81% des professionnels du tourisme tarnais répondants ont été contraints de fermer leur structure soit temporairement soit totalement pour une durée moyenne de 33 jours de fermeture.**

La situation vous a-t-elle conduit à retarder l'ouverture de votre structure ?

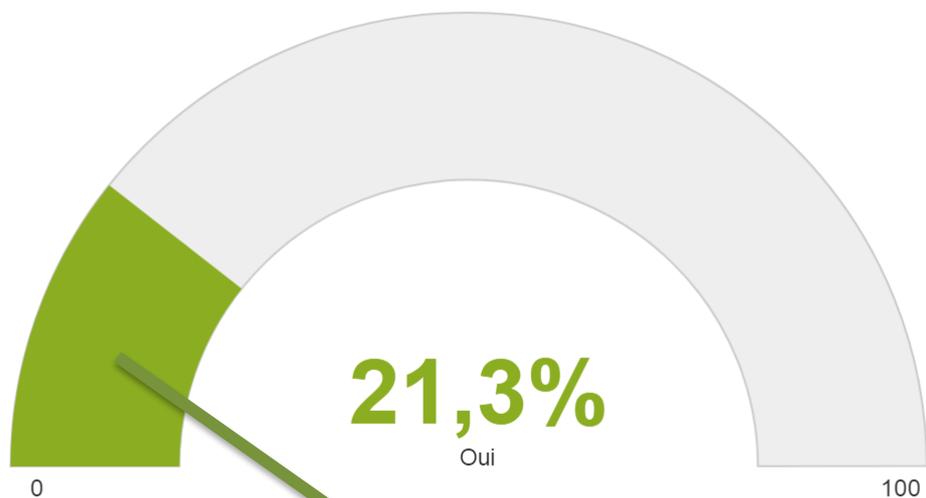
Réponses effectives : 88



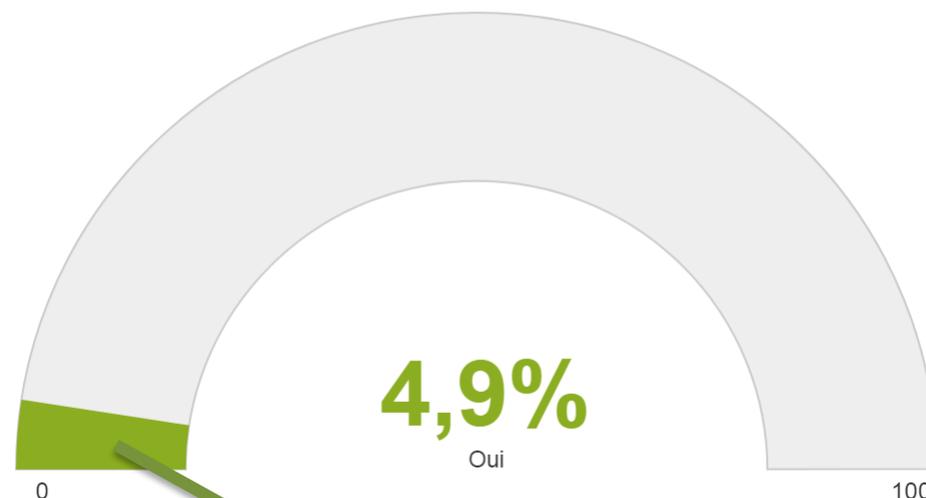
Pour ceux dont l'activité est saisonnière, 64,8% ont été contraints de retarder l'ouverture de leur structure.

## IMPACTS SUR LES RESSOURCES HUMAINES

La situation impacte-t-elle vos recrutements de personnels ?



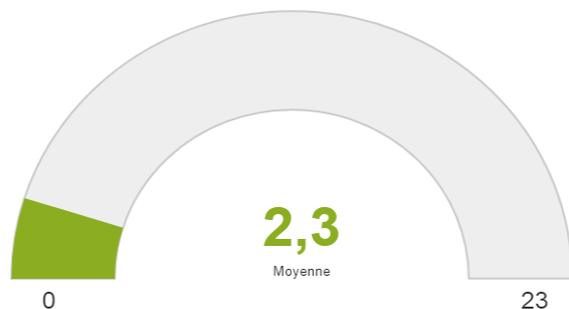
Avez-vous eu recours à des prises de congés obligatoires ?



Combien de personnes en moins par rapport à l'année dernière sur la même période ?

Réponses effectives : 48  
Moyenne : 2,3  
Ecart-type : 3,8

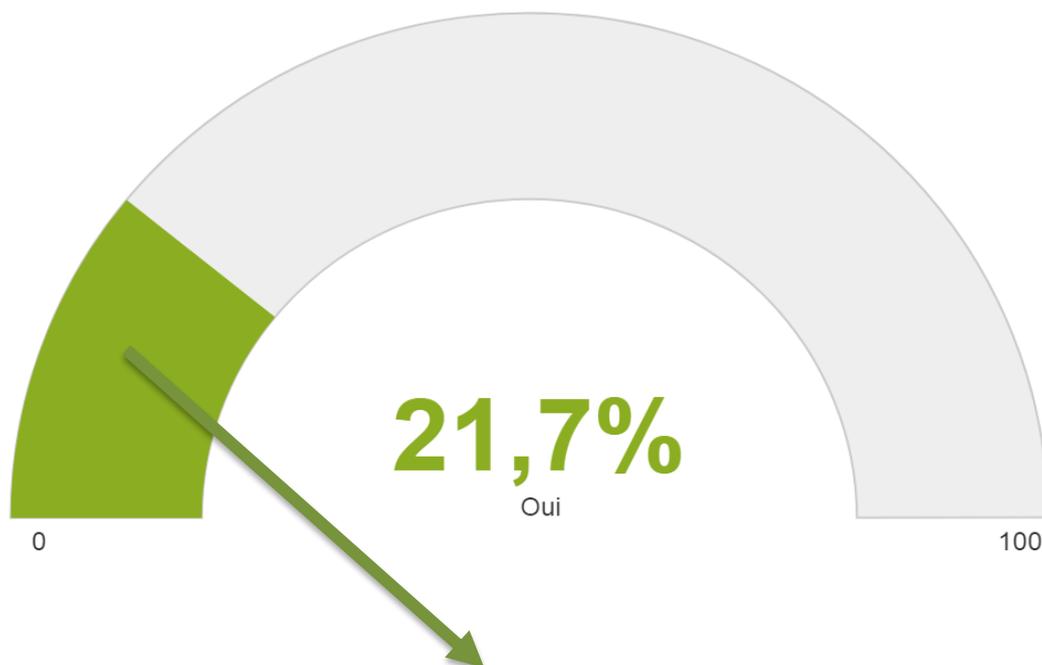
Taux de réponse : 92,3%  
Médiane : 1,0  
Min - Max : 1,0 - 23,0



Pour ceux qui ont eu recours à des prises de congés obligatoires, cela concerne 3,8 salariés en moyenne sur une vingtaine de jours (20,3 en moyenne).

## IMPACTS SUR LES RESSOURCES HUMAINES

Avez-vous eu recours à des mesures de chômage partiel technique ?



Pour ceux qui ont eu recours à des mesures de chômage partiel, cela concerne 3,8 salariés en moyenne sur 35 jours en moyenne

Sur combien de jours ?

Réponses effectives : 46

Moyenne : 35,0

Ecart-type : 26,5

Taux de réponse : 100,0%

Médiane : 30,0

Min - Max : 9,0 - 105,0

	%
Moins de 1	0,0%
De 1 à 9	4,3%
De 10 à 19	34,8%
De 20 à 29	4,3%
De 30 à 39	28,3%
De 40 à 49	10,9%
De 50 à 59	0,0%
De 60 à 79	4,3%
De 80 à 99	8,7%
De 100 à 199	4,3%

## IMPACT SUR LES ANNULATIONS/REPORT DE SEJOURS

Quelle est la part de séjours/prestations annulées ou reportées à ce jour ? (en pourcentage)

MOIS	MOYENNE EN %	Taux de Réponse
Avril	83%	77%
Mai	56,3%	61,1%
Juin	29,6%	45,1%
Juillet	11,5%	38,9%
Août	9,9%	38,1%

83% en moyenne de séjours annulés en avril.



## BESOINS EN TERME DE COMMUNICATION

En termes d'actions marketing et de communication

Réponses effectives : 123

Taux de réponse : 50,4%



"Après des habitants et clientèles de proximité, entretenir le relationnel pour qu'ils viennent dès que l'épisode sera terminé."

"Continuer de promouvoir le consommateur local."

"Une communication axée sur le fait de rester en France pour les futurs séjours, aider votre 'peuple', manger local, profiter local."

"Axer la comm sur la campagne, la tranquillité, les grands espaces..."

"Inviter nos compatriotes à passer leur vacances en France et notamment dans notre région et particulièrement dans le Tarn, département où il fait bon vivre..."

"Faire en sorte que les français soient rassurés et viennent en vacances dans notre région plutôt qu'à l'étranger."

"Développer les circuits courts et la vente à la ferme."

"Inciter les vacanciers à séjourner dans notre région..."

"Soutenir la destination campagne, nos entreprises sont souvent les seules entreprises de tourisme, dans beaucoup de communes rurales."

"Très très grosse campagne de communication dès la fin de la crise."

"Une campagne de communication orientée vers la responsabilité, la consommation locale pour relancer l'économie du pays..."

"Redonner la confiance aux touristes. Aujourd'hui j'ai eu une annulation pour le mois d'octobre... la confiance va être dure à regagner..."

"Mettre en avant les atouts en terme de nature, d'authenticité, de tranquillité (pour les structures de l'intérieur) et de douceur de vivre."

"Aider au référencement des "petits" sites touristiques."

"Aide à l'action et à la rédaction de protocoles de sécurité sanitaires pour rassurer les clients .. Comment communiquer ? quels mots clés ? sur quels supports ? Sur la communication territoriale, insister sur le professionnalisme et la qualité des prestations, etc.."

"Rassurer les touristes quand le covid-19 sera vaincu."

"Recentrer les actions sur le marché national, valoriser l'ensemble des destinations y compris rurales de la région, proposer une palette d'outils accessibles à des OT de territoires ruraux, proposer des actions ciblées sur les métropoles régionales."

"Demander aux habitants d'occitanie de "vacancer" Occitanie dès la sortie du confinement."

"Campagne d'image et humanisante pour donner envie et faire rester en France, sur notre destination, donner de l'émotion plus que jamais."

"Mettre le paquet pour faire rester les touristes dans notre région et en France, plus généralement. Avantages sur les tarifs."

"Image d'une région saine. Peu touchée. Tourisme de proximité et de diversité."



ENQUETE SUIVI ACTIVITE TOURISTIQUE SUITE AU COVID 19 - RESULTATS BRUTS

Merci à tous les professionnels du tourisme qui ont répondu à cette enquête.



Comité Départemental du Tourisme du Tarn  
10 rue des Grenadiers  
81 000 ALBI  
Contact : [audrey.mertes@tourisme-tarn.com](mailto:audrey.mertes@tourisme-tarn.com)