



Suivi de l'activité touristique face à la crise du Covid-19



tourisme-occitanie.com



Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional





Un contexte unique, inédit...
Une crise mondiale et dévastatrice,
particulièrement pour le tourisme !

- ✓ Ce que la crise nous impose
- ✓ Ce que la crise nous apprend





- Une enquête auprès des professionnels
- Un baromètre de l'activité hôtelière (Olakala-MKG)
- Un baromètre de l'activité des campings (Ctouvert-Touristes Associés)
- Un suivi des données locatives en plateforme (Airdna)
- Une veille internationale, nationale et régionale



→ Une enquête auprès des professionnels

The screenshot shows the top navigation bar of the Occitanie website. On the left is the Occitanie logo (Sud de France) and a map of the region. The navigation menu includes 'Business/Mice', 'Presse', and 'Grand public'. A search icon and a heart icon with a notification '1' are on the right. Below the navigation, a dark banner features the text 'S'INFORMER SE DÉVELOPPER SE FORMER ACTUALITÉS' and 'Bienvenue sur le site des professionnels du tourisme en Occitanie'. The main content area has a large white text overlay: '4 705 réponses' and 'COVID-19 : LE CRT OCCITANIE À VOS CÔTÉS'. Below this is a button that says 'EN SAVOIR PLUS'. At the bottom of the banner, it says 'Enquête en cours depuis le 23 mars 2020'.



→ Un baromètre de l'activité hôtelière (Olakala-MKG)

ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ

Note : Basé sur un échantillon de 162 hôtels et 6 résidences de tourisme représentant 2 546 chambres

Samedi 1^{er} MARS 2020 vs samedi 2 MARS 2019, dimanche 2 MARS 2020 vs dimanche 3 MARS 2019, etc

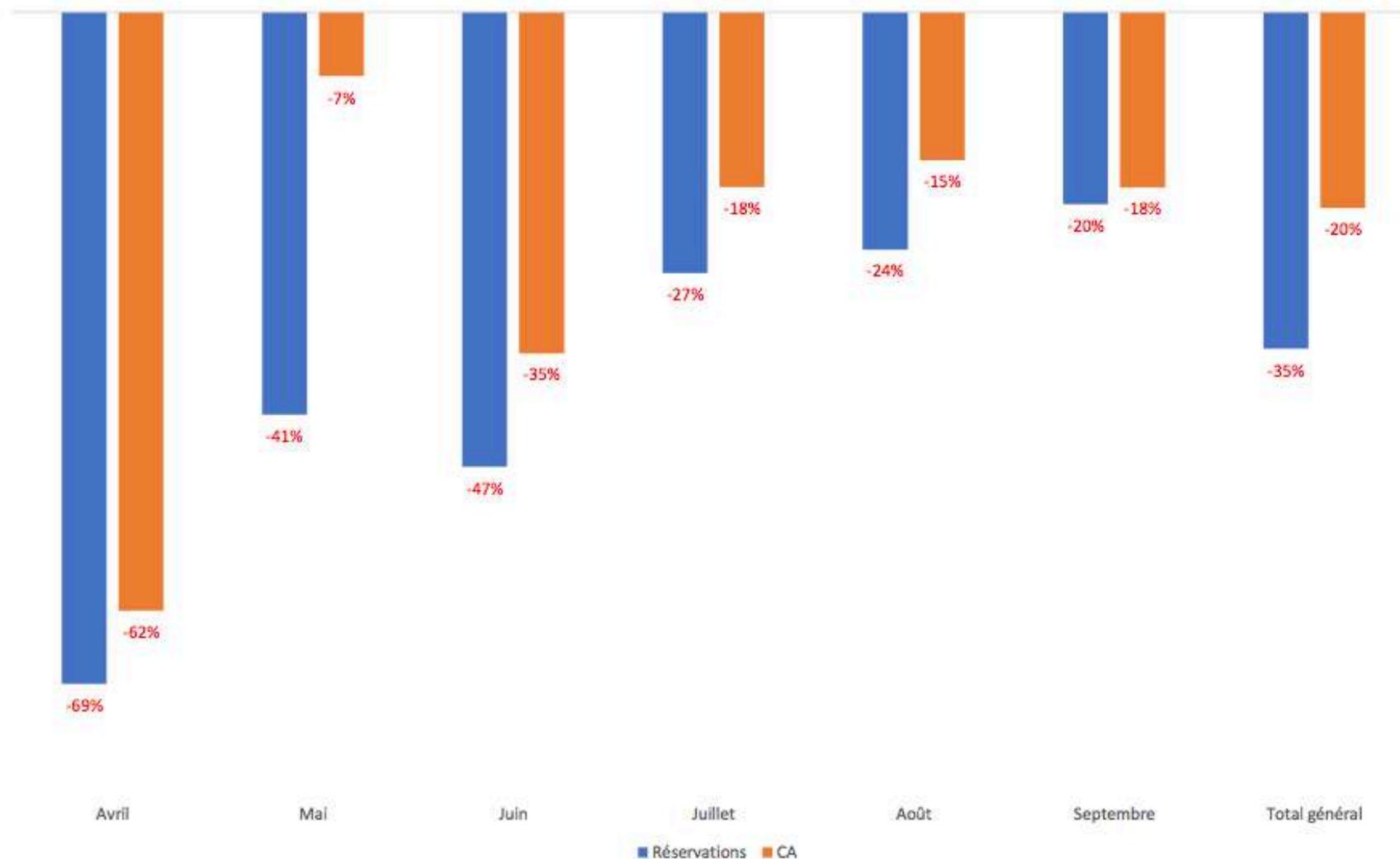




→ Un baromètre de l'activité des campings

(Ctouvert-Touristes Associés)

Evolution des réservations Occitanie par mois de séjour



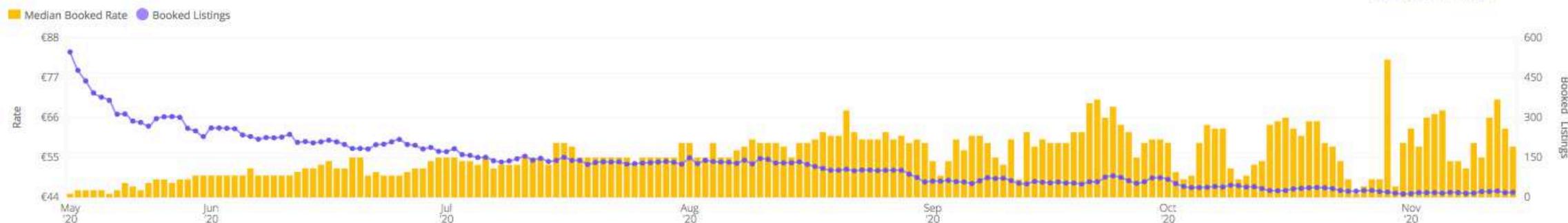


→ Un suivi des données locatives en plateforme (Airdna)

| Prévision de revenus des réservations enregistrées | au 11 mai | au 24 avril | Annulations/reports |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| Mai | 28 461 727€ | 31 479 584€ | 3 017 857€ |
| Juin | 24 355 024€ | 35 494 325€ | 11 139 301€ |
| Juillet | 57 563 277€ | 72 605 071€ | 15 041 794€ |
| Août | 76 797 871€ | 89 576 343€ | 12 778 472€ |
| Septembre | 18 659 547€ | 22 165 448€ | 3 505 901€ |
| Total | 205 837 445€ | 251 320 770€ | 45 483 325€ |

Future Demand Analysis

AIRDNA
MarketMinder





→ Une veille internationale, nationale et régionale

Confidential - Do Not Share or F

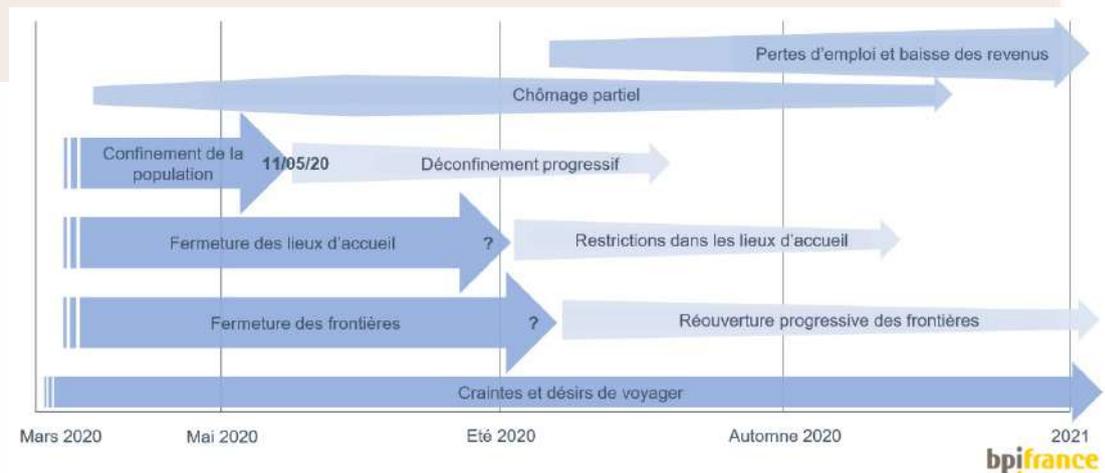
Respondents are rescheduling trips versus canceling, a positive sign for future travel

Only 17% of respondents are not planning on rescheduling a trip [22% did not have a trip planned]

34%
Rescheduled a trip due to Covid-19

27%
Are planning to reschedule a trip

Source: Covid-19 Pandemic Survey; Qualtrics; n = 1,188; Markets: U.S., Japan, Australia, Italy, U.K.



4^{ÈME} RÉGION TOURISTIQUE FRANÇAISE



15,9 Milliards €
dépenses touristiques



> 95 000 emplois
CDD / CDI



10 % du PIB
Régional



186 Millions de
nuitées en 2018

L'économie touristique d'Occitanie



**1^{ÈRE} RÉGION
DE FRANCE**

Hôtellerie
de plein air

Fréquentation
touristique
française



1^{ère} destination thermale



3^{ème} région pour la fréquentation
touristique étrangère



8 sites classés au Patrimoine
Mondial de l'Unesco



→ Une enquête auprès des professionnels



S'INFORMER SE DÉVELOPPER SE FORMER ACTUALITÉS

Bienvenue sur le site des professionnels du tourisme en Occitanie

Business/Mice

Presse

Grand public



4 705 réponses

COVID-19 : LE CRT OCCITANIE À VOS CÔTÉS

EN SAVOIR PLUS

Enquête en cours depuis le 23 mars 2020

Une représentation assez large des différentes activités, avec une présence importante du secteur locatif.

| | N | % |
|---|--------------|-------------|
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | 1 153 | 25% |
| Chambres d'hôtes | 592 | 13% |
| Restaurants, bars, cafés | 579 | 12% |
| Tourisme sportif et de loisirs | 520 | 11% |
| Hôtels | 357 | 8% |
| Artisanat, savoir-faire | 295 | 6% |
| Campings | 272 | 6% |
| Tourisme culturel | 251 | 5% |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | 109 | 2% |
| Gîtes d'étape / Refuges | 97 | 2% |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | 95 | 2% |
| Thermalisme, bien être | 78 | 2% |
| Commerces | 76 | 2% |
| Offices du tourisme | 64 | 1% |
| Centrales de réservation hébergement | 45 | 1% |
| Tourisme fluvial | 40 | 1% |
| Tourisme balnéaire et nautique | 32 | 1% |
| Tourisme d'affaires | 25 | 1% |
| Sports d'hiver | 16 | 0% |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 7 | 0% |
| TOTAL | 4 703 | 100% |

Population étudiée : *Echantillon total*

Taille de l'échantillon : 4705 réponses

Impacts sur le chiffre d'affaires

Estimation baisse de CA

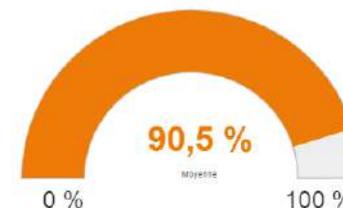
Au mois de Février

Réponses effectives : 3 091



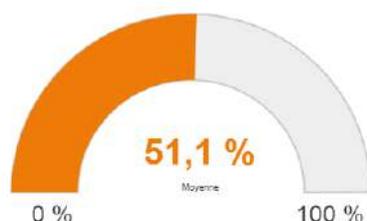
Sur la première quinzaine d'Avril

Réponses effectives : 136



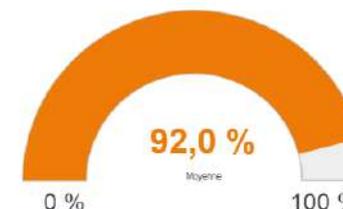
Sur la première quinzaine de Mars

Réponses effectives : 3 619



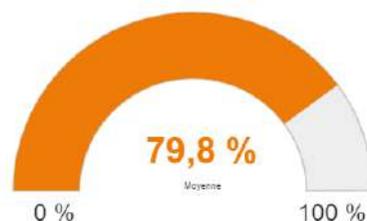
Sur la seconde quinzaine d'Avril

Réponses effectives : 31



Sur la seconde quinzaine de Mars

Réponses effectives : 557



Au niveau national

La banque de France estimait déjà fin mars une baisse de 37% de l'activité dans les « autres services marchands ». L'INSEE corrobore également ces résultats, en notant à la date du 9/04 une baisse d'activité de -42% dans les services marchands (avec de fortes disparités : l'hôtellerie est le secteur le plus impacté avec -90% d'activité).

Source : INSEE - Impacts économiques de la crise sanitaire en Occitanie Insee Occitanie, division Économie 7 mai

Impacts sur le chiffre d'affaires

Si on rapporte ces chiffres à la consommation touristique habituelle de la période de février à fin mai, on peut estimer la perte globale de chiffre d'affaires à l'échelle de l'Occitanie.

Plus d'1 milliard d'euros de baisse de consommation

Sur la base d'une consommation touristique mesurée pour l'Occitanie à 15,9 milliards d'euros, en retenant les hypothèses les plus basses et en considérant que les chiffres recueillis ne portent que sur le secteur marchand (qui représente environ 40%), on peut projeter les baisses de CA constatées sur le volume de consommation théorique de la période de crise.

| Perte de CA | Février | Mars | Avril | Mai* |
|--|-------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| 1 ^{ère} quinzaine | 22,80% | 51,10% | 90,50% | 80,00% |
| 2 ^{ème} quinzaine | | 79,80% | 92,00% | 50% |
| Projection consommation 1 ^{ère} quinzaine | 70 347 345 | 95 129 745 | 195 100 042 | 194 178 076 |
| Projection consommation 2 ^{ème} quinzaine | | 148 558 781 | 198 333 745 | 121 361 297 |
| Mois | 70 347 345 | 243 688 526 | 393 433 787 | 315 539 373 |
| | | | | 1 023 318 931 € |

*Mois de mai estimé sur la base des mois précédents et dans l'hypothèse d'un déconfinement progressif à partir de mi-mai.

Estimation baisse de CA

| | AU MOIS DE FÉVRIER | SUR LA PREMIÈRE QUINZAINE DE MARS | SUR LA SECONDE QUINZAINE DE MARS | SUR LA PREMIÈRE QUINZAINE D'AVRIL | SUR LA SECONDE QUINZAINE D'AVRIL |
|---|-----------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Offices du tourisme | 14,3 | 53,9 | 83,3 | 100,0 | |
| Hôtels | 15,6 | 43,3 | 86,0 | 98,8 | 100,0 |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | 19,1 | 45,3 | 62,0 | 100,0 | 100,0 |
| Campings | 15,3 | 42,4 | 70,5 | 90,0 | |
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | 25,6 | 46,8 | 68,7 | 82,1 | 92,9 |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | 12,1 | 40,9 | 56,4 | 100,0 | 100,0 |
| Chambres d'hôtes | 34,2 | 63,2 | 82,3 | 88,9 | 100,0 |
| Gîtes d'étape / Refuges | 11,5 | 47,3 | 79,0 | 100,0 | |
| Centrales de réservation hébergement | 16,1 | 45,1 | 74,9 | | |
| Tourisme culturel | 23,9 | 54,9 | 92,2 | 100,0 | 100,0 |
| Tourisme sportif et de loisirs | 18,6 | 54,1 | 89,7 | 100,0 | 100,0 |
| Tourisme balnéaire et nautique | 31,7 | 61,3 | 83,8 | 100,0 | |
| Thermalisme, bien être | 26,6 | 64,7 | 80,0 | 76,8 | 100,0 |
| Tourisme fluvial | 25,2 | 53,0 | 78,0 | 66,7 | 50,5 |
| Sports d'hiver | 12,6 | 40,8 | 15,0 | | |
| Tourisme d'affaires | 19,9 | 55,8 | 81,8 | 100,0 | 100,0 |
| Artisanat, savoir-faire | 23,9 | 55,1 | 75,2 | 75,3 | 58,5 |
| Restaurants, bars, cafés | 20,9 | 49,5 | 92,6 | 99,0 | 97,0 |
| Commerces | 23,9 | 54,8 | 82,8 | 93,3 | |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 26,0 | 48,6 | 35,0 | | |
| TOTAL | 22,8 | 51,1 | 79,7 | 90,4 | 91,8 |

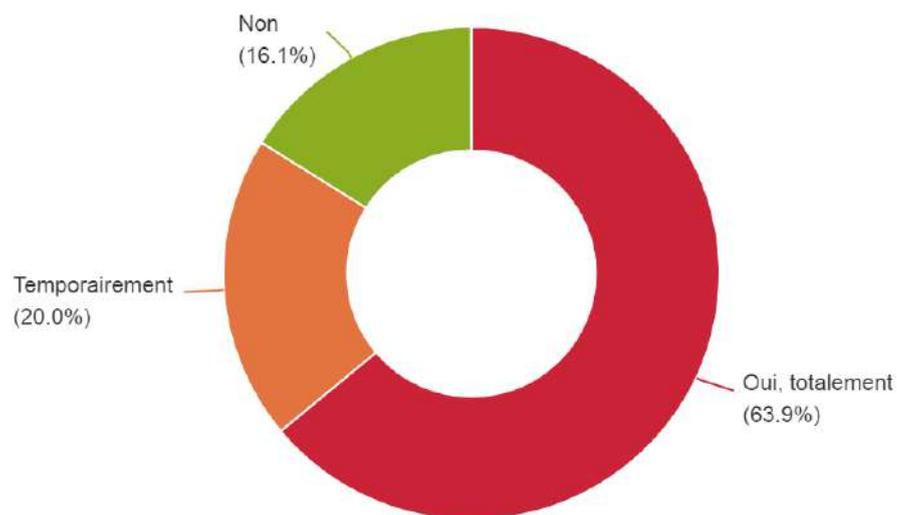
■ *Eléments significativement inférieurs à la moyenne* ■ *Eléments significativement supérieurs à la moyenne*

Population étudiée : **Echantillon total**
Taille de l'échantillon : 4705 réponses

Avez-vous été contraint de fermer votre structure ?

Réponses effectives : 4 703

Taux de réponse : 100,0%



! Près de 84% des professionnels ont été contraints de fermer leur structure...

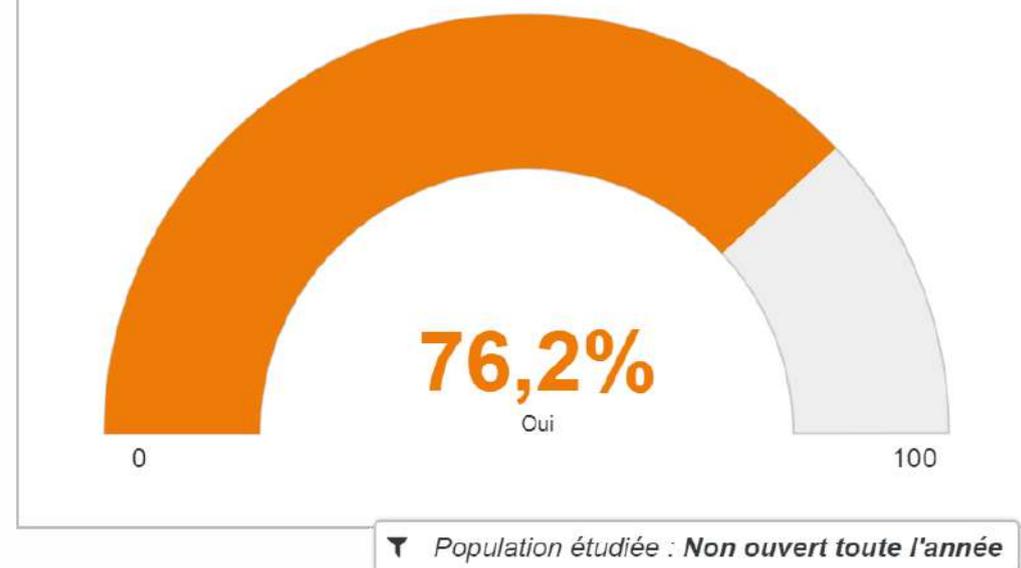
... Totalement pour la grande majorité (64%), en particulier les restaurants (90%), les hôtels (73%), les structures du tourisme culturel (73%) et des Sports&Loisirs (79%).

... Temporairement pour 20% d'entre eux, avec une durée moyenne de 42 jours.

! Plus des trois quarts des professionnels non ouverts toute l'année ont retardé leur ouverture, en particulier les campings (84%), les structures du tourisme des Sports&Loisirs (87%) et les Chambres d'hôtes (81%).

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

Réponses effectives : 2 046



Population étudiée : Echantillon total
Taille de l'échantillon : 4705 réponses

| SECTEUR D'ACTIVITÉ | LA SITUATION VOUS A-T-ELLE CONDUIT À RETARDER L'OUVERTURE DE VOTRE STRUCTURE ? | | AVEZ-VOUS ÉTÉ CONTRAINT DE FERMER VOTRE STRUCTURE ? | | | COMBIEN DE JOURS DE FERMETURE ? |
|---|--|--------------|---|-----------------|--------------|---------------------------------|
| | OUI | NON | OUI, TOTALEMENT | TEMPORAIREME... | NON | |
| Offices du tourisme | 56,3% | 43,8% | <u>76,6%</u> | 18,8% | <u>4,7%</u> | <u>23,1</u> |
| Hôtels | <u>51,5%</u> | <u>48,5%</u> | <u>72,5%</u> | <u>13,7%</u> | 13,7% | 42,1 |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | 67,9% | 32,1% | 58,7% | <u>28,4%</u> | 12,8% | 47,3 |
| Campings | <u>79,4%</u> | <u>20,6%</u> | <u>55,1%</u> | 15,8% | <u>29,0%</u> | <u>26,6</u> |
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | <u>60,4%</u> | <u>39,6%</u> | <u>43,6%</u> | <u>29,4%</u> | <u>27,0%</u> | <u>47,9</u> |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | 69,5% | 30,5% | 69,5% | 22,1% | <u>8,4%</u> | 43,1 |
| Chambres d'hôtes | <u>66,8%</u> | <u>33,2%</u> | 61,4% | <u>24,5%</u> | 14,0% | 41,6 |
| Gîtes d'étape / Refuges | <u>85,6%</u> | <u>14,4%</u> | 60,8% | 25,8% | 13,4% | 35,3 |
| Centrales de réservation hébergement | <u>44,4%</u> | <u>55,6%</u> | 57,8% | 28,9% | 13,3% | <u>25,4</u> |
| Tourisme culturel | <u>70,5%</u> | <u>29,5%</u> | <u>73,3%</u> | 17,9% | <u>8,8%</u> | 36,6 |
| Tourisme sportif et de loisirs | <u>73,8%</u> | <u>26,2%</u> | <u>79,6%</u> | <u>12,9%</u> | <u>7,5%</u> | 50,8 |
| Tourisme balnéaire et nautique | <u>90,6%</u> | <u>9,4%</u> | 68,8% | 21,9% | 9,4% | <u>22,6</u> |
| Thermalisme, bien être | 64,1% | 35,9% | 73,1% | 24,4% | <u>2,6%</u> | <u>73,1</u> |
| Tourisme fluvial | <u>100,0%</u> | <u>0,0%</u> | 70,0% | 22,5% | 7,5% | 55,2 |
| Sports d'hiver | <u>12,5%</u> | <u>87,5%</u> | <u>100,0%</u> | <u>0,0%</u> | 0,0% | |
| Tourisme d'affaires | 48,0% | 52,0% | 64,0% | 24,0% | 12,0% | 51,0 |
| Artisanat, savoir-faire | <u>54,6%</u> | <u>45,4%</u> | <u>55,6%</u> | 18,6% | <u>25,8%</u> | <u>24,9</u> |
| Restaurants, bars, cafés | <u>50,3%</u> | <u>49,7%</u> | <u>89,3%</u> | <u>7,3%</u> | <u>3,5%</u> | <u>28,6</u> |
| Commerces | 60,5% | 39,5% | 59,2% | 15,8% | <u>25,0%</u> | <u>16,5</u> |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 28,6% | 71,4% | 57,1% | 0,0% | 42,9% | |

■ *Eléments sous-représentés*■ *Eléments sur-représentés*

Population étudiée : **Echantillon total**
 Taille de l'échantillon : 4705 réponses

Recours à des prises de congés obligatoires



Pour 5,5 salariés en moyenne



Réponses effectives : 328
Moyenne : 17,3
Ecart-type : 20,5

Jours en moyenne

| | N | % |
|--------------|------------|---------------|
| Moins de 1 | 0 | 0,0% |
| De 1 à 4 | 13 | 4,0% |
| De 5 à 9 | 121 | 36,9% |
| De 10 à 14 | 48 | 14,6% |
| De 15 à 19 | 64 | 19,5% |
| De 20 à 24 | 19 | 5,8% |
| De 25 à 29 | 2 | 0,6% |
| De 30 à 34 | 32 | 9,8% |
| 35 et plus | 29 | 8,8% |
| TOTAL | 328 | 100,0% |

Population étudiée : *Echantillon total*
Taille de l'échantillon : 4705 réponses

Recours à des mesures de chômage partiel



Pour 7,8 salariés en moyenne



Jours en moyenne

Évolution en cours d'enquête →

A l'échelle nationale, les chiffres sont encore plus alarmistes avec des cabinets de recrutement qui ont vu leur activité chuter de 100% en mars / avril dans le secteur du tourisme (Le Figaro). L'enquête du cabinet Roland Berger menée en ligne entre le 31 mars et le 3 avril informe que 95% des entreprises du tourisme ont recours au chômage partiel.

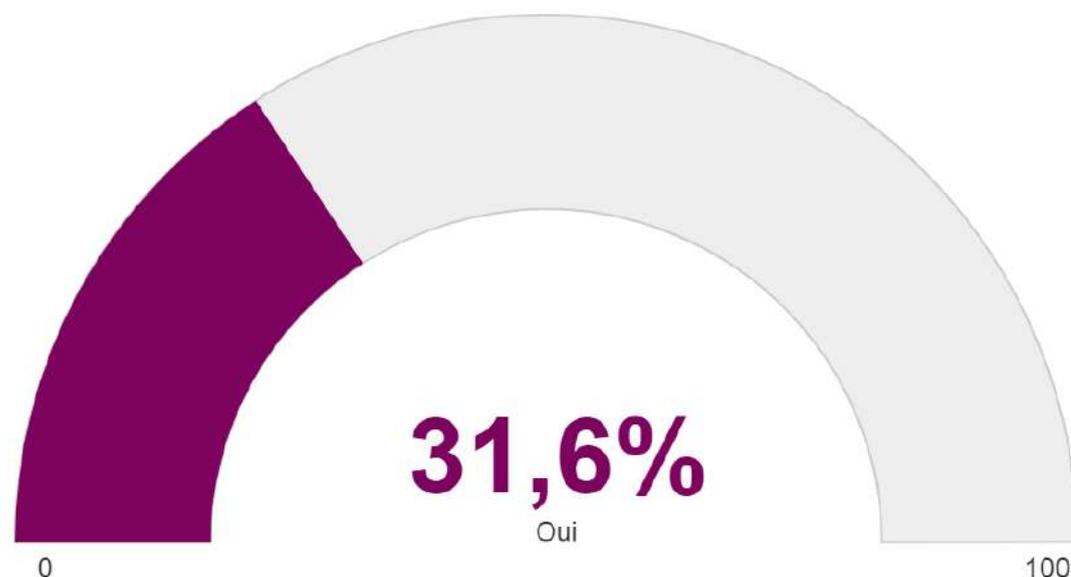
<https://www.lefigaro.fr/decideurs/emploi/coronavirus-les-cabinets-de-recrutement-se-reorganisent-et-preparent-deja-l-apres-crise-20200420>
<https://www.lechotouristique.com/article/coronavirus-95-des-entreprises-du-tourisme-ont-recours-au-chomage-partiel>

| PARMI LA LISTE SUIVANTE QUEL EST VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ ? | PRISE DE CONGÉS OBLIGATOIRES | | POUR COMBIEN DE SALARIÉS ? | SUR COMBIEN DE JOURS ? | MESURES DE CHÔMAGE TECHNIQUE | | POUR COMBIEN DE SALARIÉS ? | SUR COMBIEN DE JOURS ? |
|---|------------------------------|--------------|----------------------------|------------------------|------------------------------|--------------|----------------------------|------------------------|
| | OUI | NON | | | OUI | NON | | |
| Offices du tourisme | <u>15,6%</u> | <u>84,4%</u> | 6,2 | <u>8,8</u> | 25,0% | 75,0% | <u>5,4</u> | 36,3 |
| Hôtels | <u>19,9%</u> | <u>80,1%</u> | 10,6 | 21,8 | <u>76,5%</u> | <u>23,5%</u> | <u>11,2</u> | 38,5 |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | <u>13,8%</u> | <u>86,2%</u> | 4,3 | 14,7 | 32,1% | 67,9% | 6,5 | 35,1 |
| Campings | 6,6% | 93,4% | <u>1,9</u> | 12,9 | <u>37,1%</u> | <u>62,9%</u> | <u>5,1</u> | <u>28,1</u> |
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | <u>2,5%</u> | <u>97,5%</u> | <u>2,0</u> | <u>27,6</u> | <u>3,6%</u> | <u>96,4%</u> | <u>1,8</u> | <u>27,9</u> |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | <u>17,9%</u> | <u>82,1%</u> | 3,8 | 13,1 | <u>53,7%</u> | <u>46,3%</u> | 9,1 | <u>46,2</u> |
| Chambres d'hôtes | <u>3,2%</u> | <u>96,8%</u> | <u>1,4</u> | 24,7 | <u>5,8%</u> | <u>94,2%</u> | <u>1,3</u> | 32,3 |
| Gîtes d'étape / Refuges | 5,2% | 94,8% | <u>1,3</u> | 23,8 | <u>8,2%</u> | <u>91,8%</u> | <u>1,0</u> | 32,6 |
| Centrales de réservation hébergement | 11,1% | 88,9% | 4,3 | 10,5 | <u>57,9%</u> | <u>42,2%</u> | <u>3,4</u> | 33,0 |
| Tourisme culturel | <u>13,5%</u> | <u>86,5%</u> | 3,9 | 14,6 | 29,9% | 70,1% | 5,6 | 37,2 |
| Tourisme sportif et de loisirs | 8,5% | 91,5% | 3,6 | 14,1 | 33,3% | 66,7% | <u>5,2</u> | 34,9 |
| Tourisme balnéaire et nautique | 3,1% | 96,9% | 1,0 | 30,0 | 34,4% | 65,6% | 9,2 | 30,0 |
| Thermalisme, bien être | 7,7% | 92,3% | 15,0 | <u>13,0</u> | 26,9% | 73,1% | <u>49,9</u> | 36,4 |
| Tourisme fluvial | 15,0% | 85,0% | <u>1,8</u> | 25,3 | <u>47,5%</u> | <u>52,5%</u> | <u>3,4</u> | 35,4 |
| Sports d'hiver | <u>31,3%</u> | <u>68,8%</u> | 23,8 | 14,6 | <u>75,0%</u> | <u>25,0%</u> | <u>71,7</u> | 60,3 |
| Tourisme d'affaires | 12,0% | 88,0% | 6,3 | 9,0 | 48,0% | 52,0% | 10,3 | 53,8 |
| Artisanat, savoir-faire | 11,2% | 88,8% | <u>1,9</u> | 15,1 | 31,2% | 68,8% | <u>3,9</u> | 35,4 |
| Restaurants, bars, cafés | <u>10,4%</u> | <u>89,6%</u> | 5,7 | 15,4 | <u>66,8%</u> | <u>33,2%</u> | 6,2 | <u>30,9</u> |
| Commerces | 7,9% | 92,1% | <u>2,7</u> | 17,2 | 30,3% | 69,7% | <u>3,8</u> | 32,5 |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 0,0% | 100,0% | | | 57,1% | 42,9% | 6,5 | <u>21,3</u> |

■ *Eléments sous-représentés* ■ *Eléments sur-représentés*

Impact sur les recrutements de personnels

! L'impact sur le recrutement de personnels est particulièrement ressenti pour les hôtels (64%), les villages et centres de vacances (61%), les campings (51%), les restaurants, bars et cafés (54%).



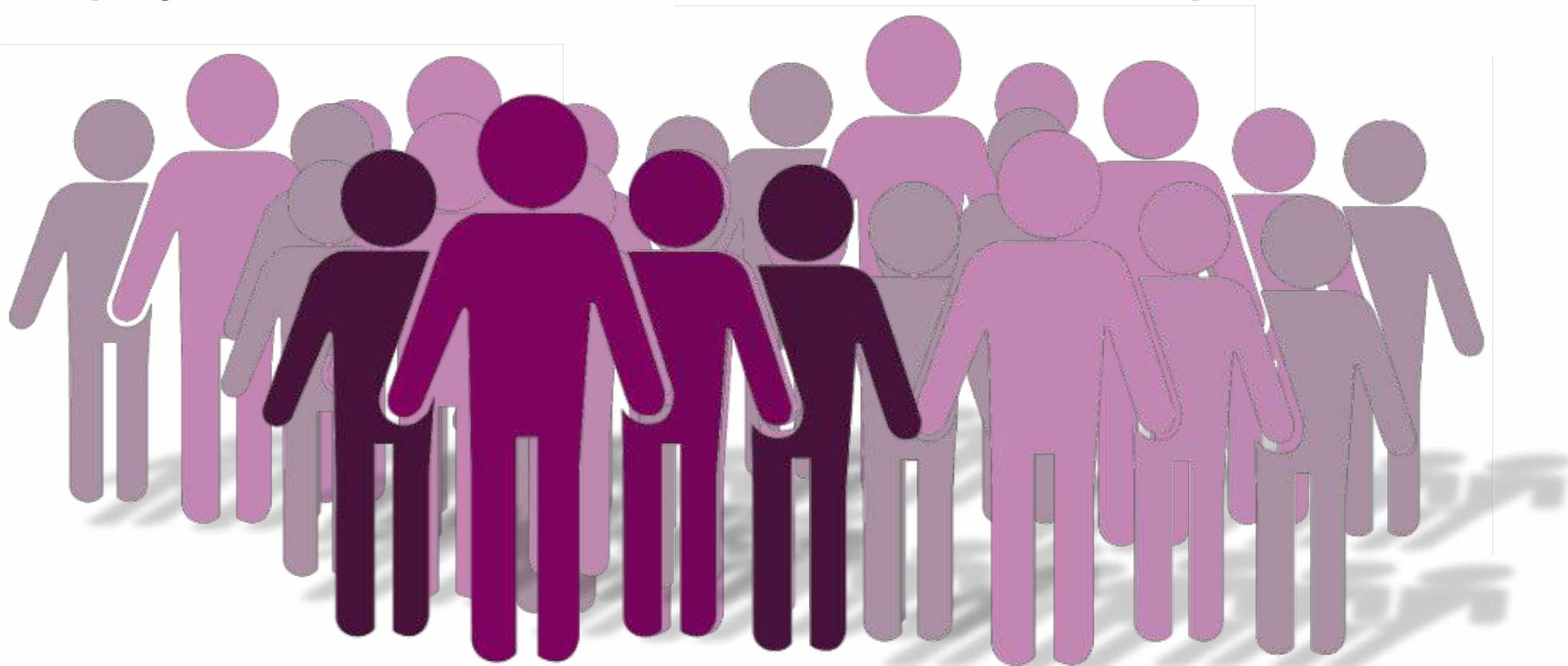
57 % des emplois (salariés ou non salariés) de l'Occitanie sont dans des secteurs d'activités très fortement ou fortement impactés par la crise sanitaire, soit une proportion légèrement plus faible que pour l'ensemble de la métropole (59 %).

Source : INSEE - Impacts économiques de la crise sanitaire en Occitanie Insee Occitanie, division Économie 7 mai



3,6 personnes en moins en moyenne par rapport à l'année dernière

Si on projète ces chiffres à l'ensemble du tissu économique du secteur...



Ce sont plus de 200 000 personnes qui n'ont pas été recrutées

A l'échelle nationale, les chiffres sont plus alarmistes avec des cabinets de recrutement qui ont vu leur activité chuter de 100% en mars / avril dans le secteur du tourisme (Le Figaro). L'enquête du cabinet Roland Berger menée en ligne entre le 31 mars et le 3 avril informe que 95% des entreprises du tourisme ont recours au chômage partiel.

<https://www.lefigaro.fr/decideurs/emploi/coronavirus-les-cabinets-de-recrutement-se-reorganisent-et-preparent-deja-l-apres-crise-20200420>

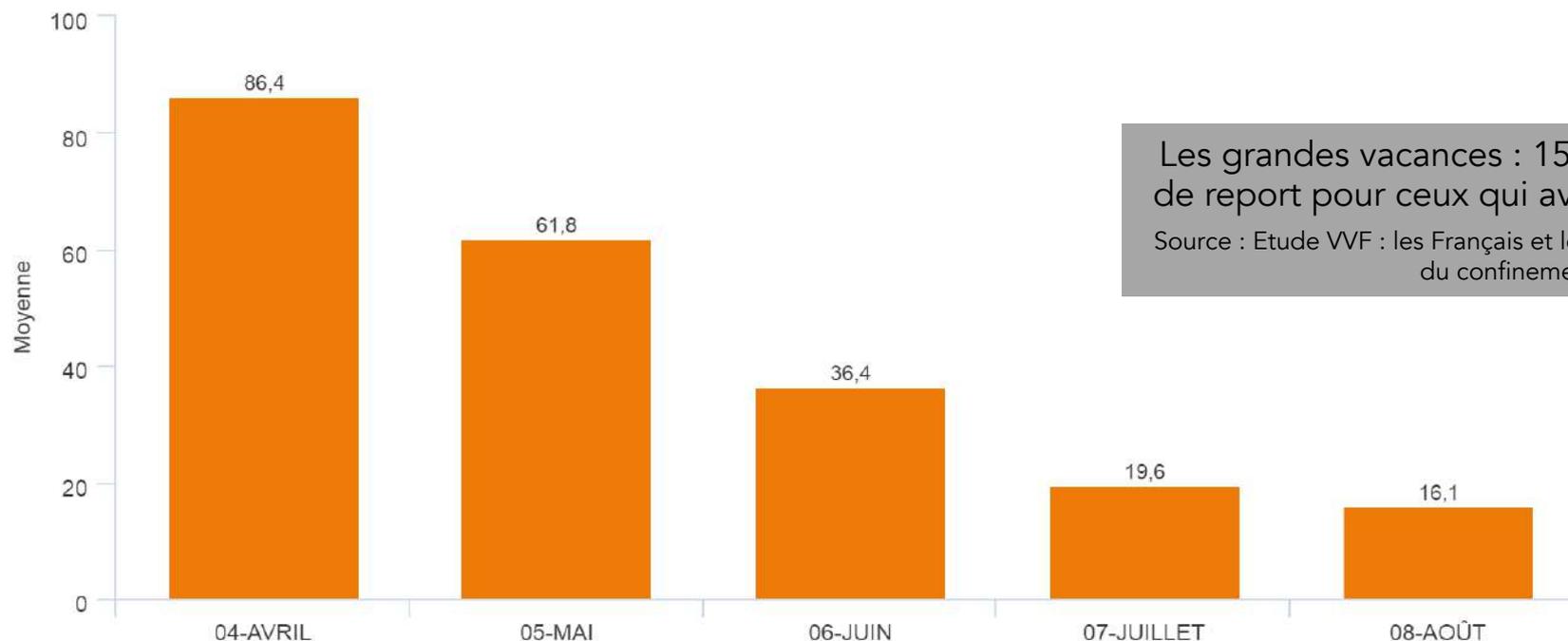
<https://www.lechotouristique.com/article/coronavirus-95-des-entreprises-du-tourisme-ont-recours-au-chomage-partiel>

| PARMI LA LISTE SUIVANTE QUEL EST VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ ? | LA SITUATION IMPACTE-T-ELLE VOS RECRUTEMENTS DE PERSONNELS ? | | NOMBRE DE PERSONNES EN MOINS EN MOYENNE |
|---|--|--------------|---|
| | OUI | NON | |
| Offices du tourisme | 35,9% | 64,1% | 2,1 |
| Hôtels | 64,1% | 35,9% | 4,3 |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | 33,9% | 66,1% | 4,6 |
| Campings | 50,7% | 49,3% | 4,1 |
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | 8,2% | 91,8% | 1,6 |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | 61,1% | 38,9% | 9,6 |
| Chambres d'hôtes | 12,0% | 88,0% | 1,8 |
| Gîtes d'étape / Refuges | 15,5% | 84,5% | 1,5 |
| Centrales de réservation hébergement | 37,8% | 62,2% | 2,7 |
| Tourisme culturel | 36,3% | 63,7% | 3,9 |
| Tourisme sportif et de loisirs | 40,8% | 59,2% | 3,0 |
| Tourisme balnéaire et nautique | 59,4% | 40,6% | 1,9 |
| Thermalisme, bien être | 23,1% | 76,9% | 10,6 |
| Tourisme fluvial | 70,0% | 30,0% | 3,1 |
| Sports d'hiver | 18,8% | 81,3% | 1,7 |
| Tourisme d'affaires | 36,0% | 64,0% | 3,6 |
| Artisanat, savoir-faire | 26,8% | 73,2% | 3,4 |
| Restaurants, bars, cafés | 54,2% | 45,8% | 3,1 |
| Commerces | 40,8% | 59,2% | 2,2 |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 28,6% | 71,4% | 2,5 |

■ *Éléments sous-représentés*■ *Éléments sur-représentés*Population étudiée : **Echantillon total**

Taille de l'échantillon : 4705 réponses

Part de séjours/prestations annulés ou reportés sur les mois à venir (en pourcentage)



Les grandes vacances : 15 % d'annulation et de report pour ceux qui avaient déjà réservé.

Source : Etude VVF : les Français et les vacances : 1ers impacts du confinement

Voir le film de l'évolution de la situation au cours des semaines d'enquête

Population étudiée : *Echantillon total*
Taille de l'échantillon : 4705 réponses

| | POUR AVRIL | POUR MAI | POUR JUIN | POUR JUILLET | POUR AOÛT |
|---|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| Offices du tourisme | 79,1 | 62,7 | 28,6 | 19,7 | 15,6 |
| Hôtels | <u>91,2</u> | 62,9 | 37,5 | 16,7 | <u>12,6</u> |
| Résidences de tourisme / résidences hôtelières | 88,5 | 62,9 | 38,0 | 14,4 | 13,0 |
| Campings | <u>79,0</u> | <u>45,9</u> | <u>21,7</u> | <u>9,8</u> | <u>7,6</u> |
| Gîtes ruraux / Locations de vacances | <u>78,8</u> | 58,7 | 33,3 | 18,2 | 15,3 |
| Villages et centres de vacances, Auberges de jeunesse | 91,7 | 63,2 | 36,0 | 23,6 | 17,6 |
| Chambres d'hôtes | 88,2 | 58,9 | 34,8 | 19,9 | 16,5 |
| Gîtes d'étape / Refuges | 86,5 | <u>47,9</u> | <u>17,7</u> | 13,0 | 7,5 |
| Centrales de réservation hébergement | 85,4 | <u>45,7</u> | 23,4 | 10,4 | 7,8 |
| Tourisme culturel | 89,7 | 66,9 | <u>43,8</u> | 24,4 | 19,8 |
| Tourisme sportif et de loisirs | <u>92,5</u> | <u>67,6</u> | 41,1 | 22,0 | 19,7 |
| Tourisme balnéaire et nautique | <u>96,6</u> | 65,8 | 32,2 | 20,9 | 18,8 |
| Thermalisme, bien être | 89,3 | <u>77,8</u> | <u>54,3</u> | 30,2 | 23,7 |
| Tourisme fluvial | <u>94,6</u> | 59,2 | 40,6 | 20,9 | <u>4,6</u> |
| Sports d'hiver | <u>49,6</u> | <u>22,2</u> | <u>0,0</u> | <u>0,0</u> | <u>0,0</u> |
| Tourisme d'affaires | <u>100,0</u> | <u>97,0</u> | <u>89,4</u> | <u>62,6</u> | <u>55,4</u> |
| Artisanat, savoir-faire | 83,9 | 67,8 | 42,5 | 19,3 | 17,6 |
| Restaurants, bars, cafés | <u>92,2</u> | <u>72,5</u> | <u>48,5</u> | <u>30,8</u> | <u>27,6</u> |
| Commerces | <u>93,6</u> | 75,1 | 46,5 | 36,1 | 20,8 |
| Loueurs de voitures, bureaux d'autoroute | 81,4 | 62,5 | 22,0 | <u>7,0</u> | <u>0,0</u> |
| TOTAL | 86,4 | 61,8 | 36,4 | 19,6 | 16,1 |

■ *Eléments significativement inférieurs à la moyenne* ■ *Eléments significativement supérieurs à la moyenne*

Population étudiée : *Echantillon total*
Taille de l'échantillon : 4705 réponses



→ Que nous disent les professionnels...

The screenshot shows the top navigation bar of the Occitanie Sud de France website. It includes the logo 'occitanie Sud de France' with a map of Occitanie, and navigation links for 'Business/Mice', 'Presse', and 'Grand public'. Below the navigation bar, there are menu items: 'S'INFORMER', 'SE DÉVELOPPER', 'SE FORMER', and 'ACTUALITÉS'. A welcome message reads 'Bienvenue sur le site des professionnels du tourisme en Occitanie'. The main banner features a woman looking at a laptop with the text 'Analyse des verbatims' and 'COVID-19 : LE CRT OCCITANIE À VOS CÔTÉS'. A button labeled 'EN SAVOIR PLUS' is visible. A text box at the bottom of the banner contains the following text: 'En expression libre, 63% des professionnels ont cité au moins un besoin prioritaire en termes d'aides aux entreprises et 50% d'entre eux au moins un besoin en termes d'actions marketing et communication...'

Quels sont vos besoins prioritaires et vos attentes vis à vis de la collectivité régionale ?



En termes d'aides aux entreprises

En termes d'aides aux entreprises



Quels sont vos besoins prioritaires et vos attentes vis à vis de la collectivité régionale ?



En termes d'actions marketing et de communication

Avez-vous d'autres remarques, observations, commentaires à formuler ?



- 37% ont laissé un commentaire en fin de questionnaire
- 60% ont laissé leur email afin d'être recontactés

MERCI DE VOTRE ATTENTION.



Pendant cette période exceptionnelle et inédite,

#OnEstLàPourVous.

Tous les collaborateurs(trices) du CRT Occitanie sont mobilisés pour vous accompagner, répondre à vos questions et poursuivre leurs missions.

Contactez l'équipe du CRT à pro@crtoccitanie.fr