

WEBINAIRE ATOUT FRANCE LES MARCHÉS EUROPÉENS FACE AU COVID-19

Depuis avril, Atout France donne régulièrement rendez-vous aux professionnels du tourisme pour les webinaires totalement gratuits qui leur permettent de mieux appréhender la situation des marchés européens et lointains et les conséquences dues au Covid-19.

Animé par les Directeurs de ses bureaux ainsi que par des acteurs du tourisme impliqués localement, ils nous aident à comprendre comment chaque marché réagit face la crise mais également comment peuvent être créées les conditions d'une reprise du tourisme intra-européen à l'heure des différentes phases de déconfinement y compris un retour de ces clientèles en France le moment venu.

BELGIQUE

Retour sur webinaire du 26/05

Situation actuelle

Clientèles européennes : 68,3 Millions arrivées en France.

La Belgique/Luxembourg est en 3ème position avec 11 278 Millions d'arrivées, après le Royaume Uni et l'Allemagne, idem pour le nombre de nuitées (68 219 Millions). La Belgique est n°1 pour les recettes (25 Millions de Belges excursionnistes par an pour la France- sans nuitée), devant le Royaume Uni et la Suisse.

Impact du COVID 19 sur la situation économique (estimation) : - 7,2% PIB, le chômage passe de 2,5% à 8%.

Rappel : Belgique : 11 Millions d'habitants, la France reste la 1ère destination de vacances pour les Belges, avec 16% du marché (l'Espagne, en 2ème position représente 8% du marché).

L'hébergement à l'hôtel (3 et 4 étoiles) est privilégié, 3 Belges sur 4 partent en vacances en voiture (72%), la réservation se fait soit 4 à 6 mois avant un long séjour pour 20,2% soit en last minute pour 12,1%.

22% des familles avec enfant de 6 à 17 ans et 41% sont néerlandophones.

Les Belges aiment la nature, le bien-manger et bien-boire.

Le chiffre indiqué concernant la mortalité liée au COVID19 est particulièrement important pour la Belgique mais il faut faire attention à la manière de compter différente pour chaque pays (45% décès en maison de retraite en Belgique mais toutes causes confondues).

Le déconfinement progressif est en cours, à partir du 8 juin : ouverture possible des activités touristiques, des cafés et restaurants et terrasses en respectant les barrières sanitaires ; attention, les festivals qui occupent une grosse place en Belgique, sont annulés jusqu'à fin août 2020.

Transports : aéroport de Charleroi rouvrira le 15 juin et la Cie RYANAIR devrait reprendre ses vols début juillet 2020 (13 villes françaises desservies), Brussels Airlines annonce une reprise d'une partie de ses vols à partir du 15 juin 2020.

Concernant le transport ferroviaire : trafic en Train THALYS très limité entre Bruxelles et Paris (8/1) et abandon de certaines lignes (Bruxelles-Bordeaux, CDG) jusqu'à la fin de l'année 2020, Bruxelles Marseille reprend dans quelques semaines.

Ouverture des frontières annoncée à la mi-juin 2020.

Pour les TOs et agences loisirs

Annulation des voyages et des réservations, estimation de la perte : 2 milliards € à la mi-avril 2020, 80% des 6 000 employés (Tos et AGV) sont en chômage partiel ou total.

L'adoption du bon d'échange valable 1 an, pour protéger la trésorerie de l'entreprise touristique.

Pour le MICE, la situation est encore plus délicate (plus d'un milliard de pertes pour les organisateurs) et les associations internationales sont encouragées à reporter les événements de grande envergure à fin 2020 ou 2021.

Au niveau des voyages incentive, des programmes vers des destinations proches, accessibles en voiture ou en train (pas d'avion) commencent pour le 2ème semestre 2020, en privilégiant la nature, les grands espaces et le tourisme durable.

Les intentions de voyage des belges

Rappel : 63% taux de départ en vacances des Belges, 85% partent à l'étranger (particularité de la Belgique, seul pays au monde où la population locale part davantage à l'étranger que dans son propre pays !)

Pour l'été 2020, 25% souhaitent partir en vacances à l'étranger (sondage avril 2020), 30% pour une destination plus proche et 26% (1 sur 4) souhaitent décaler leur période de vacances sur le 2ème semestre 2020.

Perspectives de sortie de crise

La Belgique reprend peu à peu, le redressement économique du pays est envisagé à terme de 2 ou 3 ans, sachant qu'on attend une baisse du PIB de 7 à 11% pour 2020.

Comment réagissent les 3 groupes cibles : familles, seniors et millenials ?

Les pouvoirs publics belges incitent les Belges à rester en Belgique : or les 2 principales régions belges de vacances sont les Ardennes et la côte flamande (mer du Nord) qui n'auront pas la capacité d'accueillir tous les vacanciers belges en 2020.

Une subvention de 200€ par famille est donnée par certaines stations du littoral flamand pour encourager l'occupation des résidences secondaires cet été (plus d'un milliard de recettes d'habitude générées par ces résidences secondaires dans l'économie locale belge !)

Face à ceci, les Belges attendent l'ouverture des frontières pour partir en voiture (sécurité sanitaire), la génération des Millenials partira de toutes façons et les seniors aussi, en particulier dans leur résidence secondaire (400 000 Belges ont des résidences secondaires en France).

La France est-elle une bonne option, l'ensemble du territoire français est-il concerné ?

La France est la destination naturelle des vacances pour les Belges, l'accessibilité en voiture rassure, elle permet de pouvoir rentrer dans la journée facilement s'il y avait besoin (500 à 600 kms), contrairement à l'Espagne où l'on va en avion. Il y a donc bon espoir de revoir des touristes belges cet été, attirés par le bien-manger et boire, ils seront présents sur tout le territoire.

Concernant la saison hiver, la Belgique est une clientèle importante pour les stations de ski des Alpes. Cette clientèle ski arrive principalement en voiture (l'arrivée en train par Thalys sur

Chambéry et Bourg St Maurice est compromise pour la saison 2020/21) ; La question principale qui se pose actuellement est « comment garantir une sécurité sanitaire sur le séjour en station ».

Critères clés pour déclencher un voyage en France

Se recentrer sur des thématiques pointues, sur des lieux moins fréquentés, insister sur la communication des logos et chartes de réassurance sanitaire, le facteur météo aussi est à considérer (lié au changement climatique qui déclenche des températures estivales excessives).

La BFC a sa carte à jouer avec la nature, les grands espaces, sa proximité (facile d'accès en voiture sur la journée) et sa qualité gastronomique conviviale (dégustations, terrasses, villes à taille humaine non saturées).

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Coralie MOISSON GARNIER c.moisson@bfctourisme.com