

WEBINAIRE ATOUT FRANCE LES MARCHÉS LATINO- AMERICAINS FACE AU COVID-19

Le 9 Juin, Atout France a donné rendez-vous aux professionnels du tourisme pour un webinaire totalement gratuit qui leur a permis de mieux appréhender la situation des marchés latino-américains, face à la crise actuelle du Coronavirus et qui, pour certains, ont été fortement impactés.

Animé par les Directrices de ses bureaux au Brésil et au Mexique ainsi que par le directeur du club Med pour la zone Amérique Latine, il a permis de comprendre comment chaque marché réagit face à la crise mais également comment peuvent être créées les conditions d'une reprise du tourisme en s'inspirant de l'expérience chinoise en la matière, et comment peuvent être créées les conditions d'un retour de ces clientèles en France le moment venu.

BRESIL

Dans son introduction, Caroline Leboucher rappelle le poids et l'importance de la zone Amérique pour la destination France :

- 9 millions d'arrivées en 2019
- 69.6 millions de nuitées pour la même période
- 5.4 milliards € de dépenses

C'est une clientèle de CSP+ et même d'ultra riches avec une importance majeure des classes émergentes au Brésil et au Mexique.

Contexte

Le Brésil reste un grand pays émergent, le 1er PIB d'Amérique Latine et le 8ème PIB mondial. C'est un continent qui est tourné vers la France, les Brésiliens sont historiquement francophiles. La pandémie a un décalage de 4 à 6 semaines par rapport à l'Europe.

Le Brésil est le pays le plus touché aujourd'hui avec 45 000 décès officiels mais on soupçonne environ 300 000 morts effectifs pour une population de 210 millions d'habitants.

Depuis le début de l'épidémie sur le territoire, les Brésiliens ont été invités par 24 des 27 gouverneurs des états à s'auto-isoler tout en fermant les écoles et les entreprises et en suspendant toutes les activités sauf les plus essentielles en s'opposant ainsi aux recommandations du Président Jair Bolsonaro qui se positionne toujours contre le confinement des populations. Malgré ses tentatives, le déconfinement ne se afit pas vraiment.

Son économie est bien sûr atteinte mais le pessimisme est à prendre avec prudence car la reprise pourrait être plus rapide. Le taux de change est stabilisé.

Le tourisme, situation

L'aérien au Brésil représente 50% du marché latino-américain.

Aucun aéroport n'a été fermé et Air France a maintenu 4 vols par semaine avec la France. On espère un retour en 2021 aux 28 fréquences par semaine.

La compagnie brésilienne GOL résiste bien à la crise.

Très importante restructuration chez Latam.

Du côté des Tos, on compte un seul TO aujourd'hui sous chapter 11 : Queenberry.

CVC, acteur majeur du tourisme, a bien résisté et ils prévoient une reprise des voyages en octobre.

En revanche, on s'attend à une réduction importante du nombre d'agences de voyages, elles étaient environ 3000 avant la crise.

Perspectives de sortie de crise

Retour sur une enquête menée auprès de 700 voyageurs

Les Brésiliens privilégieraient l'Europe devant les USA. Le vrai concurrent de la France sont les USA, le concurrent de Paris c'est New York ;

Leur 1ère motivation sera la culture et ils apprécient avant tout la gastronomie française.

Ils seront préoccupés par le système sanitaire et le système de santé mais ils apprécieront comme avant la gastronomie française.

Retour sur une enquête auprès de 400 agences

La reprise de l'activité en agence est prévue pour juillet/août avec une reprise des voyages à partir de septembre sur le national.

Une reprise des voyages internationaux est prévue pour novembre.

Les 3 segments de clients : loisir, MICE et VFR devraient repartir simultanément.

Les thématiques seront : bien-être et écotourisme, culture et gastronomie avec un intérêt croissant pour les destinations moins fréquentées, les boutique – hôtels, les plus petites capacités.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Emmanuelle HEZARD HERVIEU e.hezardhervieu@bfctourisme.com