

WEBINAIRE ATOUT FRANCE : LE MARCHÉ AMERICAIN FACE AU COVID-19

Le 15 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 nord-américains, face à la crise actuelle du Coronavirus et qui, a été fortement impactés.

Animé par les Directrices de ses bureaux aux USA et au Canada 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 et comment peuvent être créées les conditions d'un retour de ces clientèles en France le moment venu.

ETATS-UNIS

Contexte

Les Etats-Unis étaient au vert, mais on avait noté (avant la crise liée au COVID) le début d'une récession économique (baisse des dépenses de consommation), liée à la baisse de crédits d'impôts aux USA et aux tensions commerciales avec la Chine.

PIB : +2,3% 2018 – en 2019 : 0,23%

Taux de change : 1US\$ = 1,12 € 2018 – en 2019 = 1,13 €

Chômage : 3,6% 2018 – en 2019 : 13,3%

Indice de confiance du consommateur : 99,8 en 2018 – en 2019 : 72,3

Caractéristique du territoire :

Les Etats-Unis font 17 fois la surface de la France (9 833 517 km²) et comportent 48 états (+2) 329 Millions d'habitants dont 42% détiennent un passeport.

L'environnement politique est bouleversé par l'épidémie et les prochaines élections présidentielles de novembre 2020.

La répartition des richesses : + de 15 Millions de Millionnaires aux USA, 600 Milliardaires, les forts revenus sont le long des côtes Est et Ouest, l'Utah, Colorado, Minnesota (ces états seront à sensibiliser pour la sortie de crise et la reprise économique puisque les ménages aisés auront moins souffert)

Point sur l'évolution de la pandémie de COVID19

Une évolution contrastée : au 17/06/2020 : 116 963 décès aux Etats-Unis, (en 7ème position derrière la France concernant le pourcentage de décès sur 1 Million avec 357,5 morts) et une baisse de -10,9% est enregistrée.

Dans les Etats les plus touchés : New-York, New Jersey, Californie, Illinois, Massachusetts, Texas, Pennsylvanie, la situation s'améliore dans les villes comme NYC et Chicago, le pic de l'épidémie est dépassé, et le déconfinement progressif est mis en place. Cependant la prise de conscience nationale concernant l'épidémie a été très inégale et on note une augmentation de cas de COVID19 dans 20 états.

Une étude faite aux USA entre le 5 et 12 mai 2020 montre que le citoyen américain est d'accord à 88% pour garder les distanciations sociales. Dans les faits, on a remarqué lors des dernières manifestations aux USA que le port du masque n'était pas toujours respecté ainsi que les distanciations sociales.

Le nouveau contexte économique montre que l'Amérique du Nord est moins affectée que l'Europe : impact sur le PIB pour la France estimée en 2020 : -11,4% (-9,1% Zone Euro) alors que pour les USA : -7,3%, il y a une contraction des dépenses des consommateurs, car le climat reste incertain (durée pandémie, intensité de la crise économique, seconde vague).

Conséquences économiques : Estimation d'une perte de 8 Trillions \$ sur les 10 prochaines années, soit 3% du PIB, baisse dépenses des consommateurs, anticipation de fermetures d'entreprises, retail (vente au détail) en baisse déjà avant le COVID19, les boutiques des centres commerciaux avaient des difficultés.

Le taux de chômage est élevé mais il y a un retour des emplois dans cette phase de réouverture (14,7% chômage en avril 2020 et 13,3% en mai 2020 (avant la pandémie, les USA connaissaient le plein emploi avec 3,5% de taux de chômage).

Des plans de relance sont mis en place aux Etats-Unis

Ce sont des mesures générales, il n'y a pas eu de plan tourisme spécifique :

Phase 1 (6 mars 2020) : 8,3Milliards \$ d'aides pour un financement initial et soutien au vaccin.

Phase 2 (18 mars 2020) 105 Milliards \$ d'aides : congés maladie pris en charge, chômage et assistance alimentaire.

Phase 3 (27 mars 2020) : 2,3 Trillions \$ d'aides (estimation) : aides aux particuliers et entreprises, mesures de relance économique. Ce programme (CARES ACT) est le + important de l'histoire des Etats-Unis, dans ce contexte COVID19.

Le tourisme

2018 : 4,5 Millions d'arrivées (+2%/2017)

Nuitées : 34,7 Millions pour les USA (-1,1%/2017)

Durée du séjour pour l'Amérique du Nord : 7,8 nuitées (-2,2%)

Recettes : dont 3,428 Milliards €

Avant la crise, bonne desserte aérienne : +450 liaisons hebdomadaires

Taux d'intermédiation : 55 % à 80% selon les produits : le nombre de jours de congé limité aux USA fait que les clients américains n'aiment pas prendre de risques concernant leur voyage et s'appuient sur les tour-opérateurs, mais ils apprécient aussi les coûts plus avantageux et l'assurance comprise dans le séjour packagé (rapatriement inclus, par ex) du tour-opérateur.

OTA (Online Tourism Agency) : Booking Holdings et Expedia dominant 92% du marché américain.

Environ 11 000 agences, 105 000 agents dont 52 000 Home based (appartiennent à des consortia (groupements d'agences)).

Les TOs américains sont très spécialisés : œnotourisme, tourisme urbain, culture, vacances actives.

Concurrents de la France : Mexique, Royaume-Uni et Italie

Saisonnalité très forte : réservation des billets de mars à mai, départs de juin à septembre, la chute en octobre est attribuée à la diminution des voyages d'affaires, pour reprendre aux fêtes de fin d'année.

Avec la crise du Covid-19

Aérien

Très forte chute en termes de capacité et en taux de remplissage. Le trafic reprend progressivement mais l'IATA (International Air Transport Association) ne pense pas pouvoir combler le déficit cette année et prévoit 50% de baisse au niveau mondial, avec 2,25 milliards de passagers, ce qui représente un retour au niveau de l'année 2006.

La baisse au niveau de l'aérien est de 92%, mais il y a aussi une forte baisse des réservations au niveau de l'hôtellerie (-84%), des croisières (-83%) et même des casinos (9 semaines).

Sur l'industrie du tourisme, un manque à gagner de 9,1 Trillion \$ est enregistré pour l'économie américaine, avec une baisse de dépenses sur le territoire américain de 30%, soit 9 fois supérieur

à l'après 11 septembre. Dans le secteur du tourisme (51% de chômeurs, et des vagues de licenciement (Delta et American Airlines : 30% des employés, Airbnb : 25% des employés, Virtuoso : 1/3 des employés)

Un nouveau paysage de l'intermédiation se dessine avec des disparitions (44% de PME Tourisme, un arrêt d'activités pour RoomKey (JV Choice Hotels, Hilton, Hyatt, IHG, Marriott and Wyndham), des fusions (Altours et Travel Leaders « Corporate » deviennent une seule marque) et redistribution : Booking revient à son cœur de métier (réservation hôtelière) et se désengage de tours et expériences.

La confiance des investisseurs est maintenue dans les startups et plateformes :

Airbnb : levée de fonds de 1Md\$ le 7 avril 2020

Expedia : levée de fonds de 3,2 Millions\$ semaine du 8 mai 2020

Plusieurs startups du secteur de plateformes de locations saisonnières occasionnent des levées de fond additionnelles de 2,5 à 6,5 Millions\$

Impact sur la croisière :

Les Nord-Américains représentent plus de la moitié des croisiéristes dans le monde avec 14 Millions de passagers. La croisière a souffert de la très mauvaise couverture médiatique pendant la crise, elle ne profitera pas du plan de relance : la majorité des compagnies américaines voyagent sous pavillon étranger et leurs effectifs sont constitués de travailleurs étrangers, donc il n'y a pas de possibilité de profiter des aides du gouvernement américain (interdiction de navigation à partir du 14 mars jusqu'au 23 juillet 2020, les actions de Carnival chutent de près de 60%).

-83% de ventes de croisières par rapport à la même date en 2019

Cependant, Royal Caribbean a annoncé la reprise des croisières à l'automne 2020 et a obtenu beaucoup de retours positifs de clients croisiéristes pressés de repartir. Des réservations sont déjà en cours pour le 1er trimestre 2021, pour les gros paquebots comme pour les croisières de luxe.

Connectivité aérienne avec les Etats-Unis

21,6% estimé pour les 3 prochains mois (capacité aérienne du marché américain vers la France)

Air France n'a jamais arrêté ses vols entre les Etats-Unis et la France, New-York, Los Angeles, vols quotidiens à partir du 6 juillet pour New-York et Los Angeles, augmentation des dessertes entre USA et la France, depuis Atlanta avec Delta Airlines.

Sortie de crise

Les Américains sont davantage concernés par leur santé physique (entre 50 et 60%) que financière (28%). Il est très important de les rassurer et de partager avec les acteurs de l'intermédiation (Tos, agences, plateformes...) toutes les mesures prises par les professionnels du tourisme français.

L'état d'esprit des consommateurs américains est plutôt positif :

Ils organisent leur prochain voyage, 76% ont une idée du lieu de de la date du voyage, 18% ont déjà acheté son billet d'avion. Cette envie de repartir est différente selon les classes d'âge : + forte chez les Millenials et moins forte chez les Babyboomers plus inquiets (bien qu'ils aient les moyens financiers de voyager).

Il sera important de proposer des packages adaptés aux Millenials (au pouvoir d'achat moins élevé) sur la période des 6 mois à venir.

Au 30 mai 2020, toutes classes d'âge confondues, 16% d'Américains prévoient de prendre un vol à l'international (chiffre bas, mais pas encore de vision sur la date de levée de restriction aux frontières) dans les 3 prochains mois.

32% pour les 18-34 ans contre 5% pour les plus de 55 ans.

La croisière et les congrès sont les secteurs du tourisme qui reprendront le plus tardivement. A ce jour les visites domestiques, familles, visites des grands parcs concentrent les motivations de voyage.

Toutes les compagnies de croisières (Carnival, Royal Caribbean, Crystal, Tauck, Viking River Cruise) ont annoncé une date de reprise entre le 1er août et novembre 2020, on note même une augmentation des réservations de 200% par rapport à la même période 2019.

Tourisme d'affaires

37% des organisateurs de séminaires indiquent vouloir reporter leur événement au 4ème trimestre 2020, 21% au 1er trimestre 2021 ou plus tard. Les destinations tourisme d'affaires ont progressé depuis le 1er mai pour 3 pays : le Mexique, la Chine et le Royaume Uni – la France n'est pas encore citée, il faudra patienter.

La vision de la France par les Américains

La perception est positive, la réponse à l'épidémie et à la crise semble ordonnée en France (si on la compare à la gestion de crise aux USA), les retours par rapport aux mesures prises par le gouvernement français sont ou neutres, ou positifs. La France est vue comme une nation

tolérante, comme le pays des droits de l'homme (souvenirs de l'accueil à Paris des artistes Jazzmen, de l'engagement des afro-américains dans la seconde guerre mondiale (WW2).

Il y a reprise des vols par Delta Airlines et American Airlines, mais tant qu'il n'y a pas d'information sur les levées de restrictions, il est difficile d'avoir le programme exact des fréquences de vols. American Airlines reprendra sa desserte sur Paris début août 2020, les vols Delta Airlines seront opérationnels pour Paris dès juillet 2020, par contre, pas encore de confirmation pour Nice.

Y aura-t-il une possibilité de l'augmentation du tarif des vols vers la France ? Suite aux impératifs de sécurité sanitaires imposés, les tarifs aériens augmenteront sans doute mais les Américains ne sont pas en ce moment à la recherche de « deals » tarifs promotionnels, mais plutôt à la recherche d'éléments rassurants au niveau sanitaire.

La concurrence du tourisme domestique :

Il n'y a pas de grande campagne nationale du tourisme aux Etats-Unis, mais les Etats mènent leur propre campagne : la Californie, la Floride, les organisations comme les Parc Nationaux tentent d'attirer ces visiteurs américains. Un nouveau phénomène a apparu au cours de cette crise : beaucoup d'Américains aisés qui vivent dans de grandes métropoles (New-York, Chicago, Los Angeles) les quittent pour se mettre au vert, certains Newyorkais ont loué des maisons en Floride pendant la pandémie (même si l'état sanitaire en Floride n'était pas bon).

Concernant le MICE, les réunions virtuelles prendront le pas sur les réunions réelles, il y aura diminution des voyages corporate individuels, par contre le CES (Consumer Economic Show) aura bien lieu à Las Vegas en janvier 2021 et les réservations d'espaces sont déjà fortes.

Pour plus d'informations, veuillez contacter Cécile AMBACHER : c.ambacher@bfctourisme.com