

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.

MEXIQUE

Contexte économique

Le Mexique est le 2ème pays le plus riche d'Amérique latine, derrière le Brésil. C'est un pays de contraste et le 2ème pays comptant le plus de millionnaires en Amérique latine toujours, derrière le Brésil.

Le Mexique vit actuellement sa pire crise depuis 1932.

Contexte sanitaire

Amérique latine : décalage de 4 à 6 semaines par rapport à la zone Europe.

Le confinement au Mexique n'a jamais été obligatoire mais volontaire de la part de la population.

Peu de cas ont été dénombrés mais peu de tests ont été effectués... Le pic de contamination a été atteint mi-mai et se poursuit, affaiblissant les hôpitaux et soignants.

Depuis le 1er juin, reprise de certaines activités essentielles malgré l'épidémie encore bien présente.

Cancun : reprise du tourisme depuis le 8 juin.

Mexico, le principal bassin émetteur de touristes vers la France est le foyer le plus actif de l'épidémie. Le déconfinement devrait commencer aux alentours du 15 juin.

Contexte touristique

Les Mexicains voyagent en général en couple et petits groupes. Ils manifestent un intérêt particulier pour le tourisme urbain, le shopping, la gastronomie et le patrimoine. Shopping pour soi mais aussi pour les autres ! C'est le 3ème poste de dépenses pour les Mexicains.

Conseils d'Atout France sur les voyageurs à cibler : les clientèles haut de gamme/luxe, étudiants, millenials.

Principaux bassins émetteurs : Mexico et Guadalajara

a. Le transport aérien

L'espace aérien est resté ouvert tout le temps.

La compagnie KLM n'a jamais cessé de connecter la France et le Mexique pendant la pandémie. On prévoit un retour aux connexions normales à partir du 5 juillet.

En revanche, le vol Paris-Cancun a été suspendu et ne reprendra pas avant le mois d'octobre.

b. Prévisions pour les voyageurs mexicains :

80% pensent voyager dans les 12 prochains mois et 60% d'ici à la fin de l'année. Comme dans de nombreux pays, le tourisme domestique prédomine.

Les prévisions de séjours à l'étranger représentent 13% des intentions de voyages.

79% pensent utiliser l'avion et 57% souhaitent partir en famille.

On note un très faible taux d'annulations et de nombreux reports pour 2021.

Atout France est sollicité chaque jour par des agences dont les clientèles attendent de savoir si les frontières vont réouvrir pour pouvoir effectuer leur voyage.

Cela s'explique par le fait que les Mexicains sont les plus optimistes et positifs de la zone Amérique latine. C'est une population « résiliente » qui n'a jamais cessé de voyager en France, même après les attentats, les grèves et les gilets jaunes.

c. Prévisions pour les opérateurs mexicains :

Malgré le fait qu'aucune aide spécifique n'a été accordée par l'Etat au tourisme, on note :

- Une seule fermeture d'un tour opérateur qui va renaître sous un nouveau nom avec un nouveau nom (donc pas vraiment une faillite)
- Baisse de la masse salariale dans 80% des cas
- Aucune faillite de compagnie aérienne

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Coralie Moisson Garnier c.moisson@bfctourisme.com