



Scénarios de sortie de crise pour le tourisme

Synthèse de l'étude Horwath HTL pour Bpifrance

29/04/2020

bpifrance

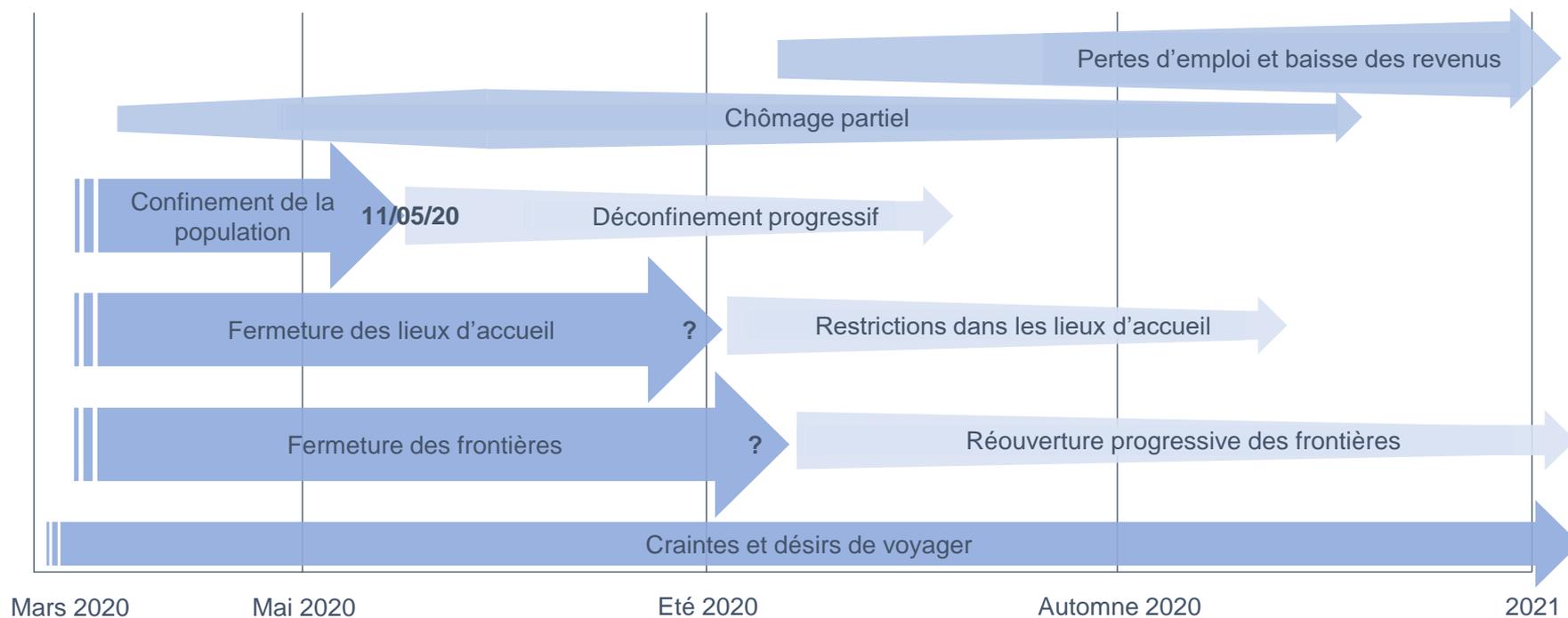
 **Horwath HTL**

Hôtel, Tourisme et Loisirs

- Face à la crise sanitaire et économique liée au coronavirus, le gouvernement a adopté un plan massif de soutien visant à protéger les emplois et les entreprises jusqu'au déconfinement progressif. Bpifrance, qui intervient de façon significative dans le financement des entreprises du tourisme, notamment par le Fonds France Investissement Tourisme, a également adopté des mesures d'urgence au travers d'une gamme dédiée en levier des PGE : report d'échéances automatiques, lancement des Prêts Atout, généralisation des prêts Rebond, mise en place des prêts Tourisme Covid...
- En dépit de ces mesures indispensables, l'impact de la crise sur les entreprises du tourisme sera massif, brutal et sans doute durable, d'autant que la même situation prévaut à l'échelle mondiale, avec des impacts macroéconomiques forts dans les années à venir. Dans ce contexte, les acteurs économiques et financiers ont conscience de la nécessité d'engager dès à présent une réflexion sur les stratégies financières à mettre en œuvre.
- Pour éclairer les choix à opérer pour soutenir les entreprises du tourisme, **Bpifrance a demandé à Horwath HTL de réaliser une étude sur les perspectives de sortie de crise pour les secteurs du tourisme appartenant à son champ d'investissement.**
- Cette étude a été réalisée entre le 30 mars et le 23 avril 2020 et prend en compte les dernières mesures annoncées par le Premier Ministre le 28 avril 2020. Le présent document en constitue une synthèse.

- 2 **Un contexte inédit**
- 3 **Les Français : principale source de demande touristique en sortie de crise**
- 4 **Les touristes internationaux : 2020, une année désastreuse**
- 5 **L'hébergement : de fortes disparités selon les typologies et les gammes**
- 6 **Les équipements de loisirs : des conséquences lourdes à court terme mais un modèle résilient**
- 7 **Le tourisme de santé et de bien-être : un potentiel de rebond progressif**
- 8 **Les activités MICE et les déplacements professionnels : de profondes mutations à venir**
- 9 **Les voyagistes et agences de voyages : un avenir incertain**
- 10 **La restauration : une forte dépendance vis-à-vis des futures mesures sanitaires**
- 11 **Synthèse**

- La crise sanitaire du coronavirus qui secoue le monde depuis le début de l'année 2020 a un **impact violent sur l'ensemble des activités économiques**, et plus particulièrement sur celles liées au tourisme, pratiquement toutes à l'arrêt depuis la mi-mars 2020 ;
- La reprise de l'activité touristique est conditionnée dans un premier temps par la levée du confinement de la population, qui devrait intervenir à partir du 11 mai 2020. **Le caractère partiel et progressif de la levée des restrictions** (notamment la réouverture des lieux d'accueil du public) **continuera de peser sur les décisions de départ des Français** ; le même type de scénario se retrouvera dans la plupart des pays ;
- La mise en suspens de larges pans de l'économie a des conséquences fortes et inédites, avec 6 points de PIB déjà perdus sur le premier trimestre. La consommation des ménages ayant été réduite à 65% de son niveau habituel, et les revenus des ménages n'ayant encore été que partiellement touchés, **les Français disposent d'une réserve de consommation ; cependant, il est probable que dans ce climat d'incertitude, ils privilégieront toujours l'épargne**. L'impact sur l'emploi se fera sentir à partir du troisième trimestre et sur les comportements de dépenses en 2021 ;
- **Les Français oscillent entre crainte et désir de voyager** : pendant la période de confinement, la priorité est à la santé et à la crainte d'une perte de revenus et/ou d'emploi. Dans la perspective d'une sortie de confinement, **les vacances apparaissent encore comme un sujet secondaire, loin derrière les retrouvailles avec la famille et les amis**.



Impact du confinement

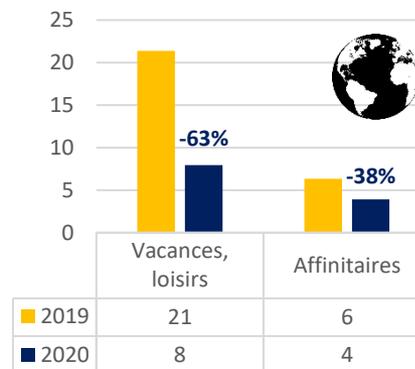
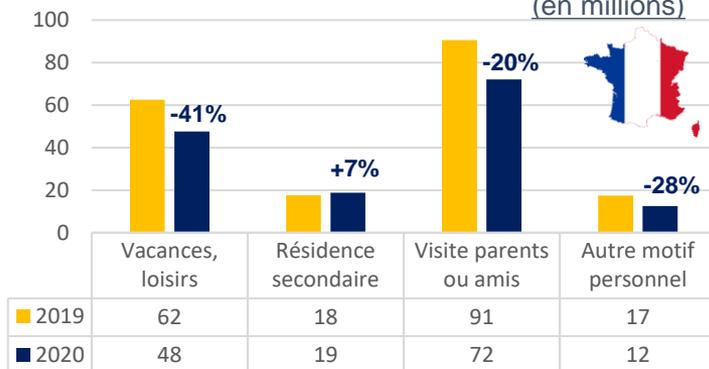
- Pour rappel, 70% de Français effectuent habituellement au moins un voyage personnel dans l'année, soit 220 millions de séjours. Ceux pris entre **mi-mars et fin juin** représentent habituellement **16% du total**, soit 34 millions de départs, dont **89% en France** ;
- Les **voyages prévus** pour le week-end de Pâques, les vacances de printemps et les premiers longs weekends de mai **ont dû être annulés**, et ce sera également le cas pour les weekends de l'Ascension et de Pentecôte, les déplacements étant au mieux autorisés dans un périmètre de 100 km autour du domicile et pour motif impérieux.

Comportements post-confinement

- Lorsqu'ils pourront à nouveau se déplacer, les Français auront une priorité forte : **retrouver leur famille et amis**, surtout s'ils habitent à proximité ; ce sera aussi l'occasion de profiter d'une résidence secondaire. **L'hébergement non marchand**, qui représente habituellement 2/3 des voyages personnels des Français en Métropole, sera ainsi **le premier à rebondir** ;
- **Pour l'été, les Français privilégieront les destinations connues et rassurantes et resteront donc essentiellement en France** (sachant que 87% des séjours personnels des Français en été sont habituellement effectués en France), avec en plus un **report sur la France** de la plupart des 5,5 millions de séjours estivaux qui auraient été effectués à l'étranger dans d'autres circonstances ;
- Une forte demande pour le **littoral français** devrait émerger. Ce dernier sera soumis aux arrêtés municipaux ayant pour but de réduire au maximum les risques sanitaires ;
- La probable réduction de **l'offre de transports collectifs** devrait avoir **un impact relativement limité** sur la mobilité des Français puisque la voiture personnelle reste le 1^{er} mode de transport pour leurs vacances (80% des voyages) ;
- **Les réservations se feront au dernier moment**, compte tenu de l'incertitude sur la possibilité de voyager et de la crainte de ne pas être remboursé en cas d'annulation : l'offre devrait donc être toujours disponible cet été ;
- Que les conditions de circulation soient rétablies ou non, **l'inertie sera encore effective sur toute l'année 2020**, et les voyages qui nécessitent d'être programmés plusieurs mois à l'avance n'auront pas pu l'être, ce qui, encore une fois, favorisera les voyages en France voire en moyen-courrier et réduira les perspectives pour le long-courrier.

Perspectives de sortie de crise

Estimation du nombre de voyages personnels des Français en 2020 en France et à l'étranger (en millions)

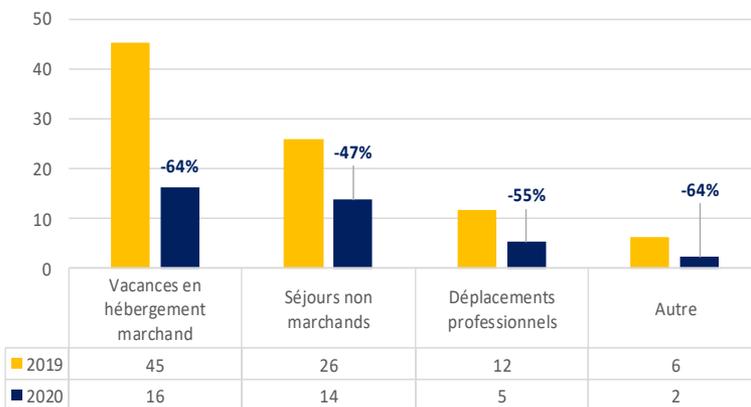


- Sur 2020, on peut s'attendre à une **baisse de l'ordre de 25% pour l'ensemble des séjours personnels des Français**, dont -12% pour les séjours en France et -53% pour les séjours à l'étranger. Sur le seul segment des vacances marchandes, la baisse attendue est de -41% en France et de -63% à l'étranger.

- Tous les pays européens qui constituent des destinations touristiques mondiales sont touchés par la crise sanitaire avec un ampleur comparable et mettent en œuvre des mesures de restrictions similaires à celles de la France. Si l'on raisonne en termes d'impact sur l'image, **la destination France ne devrait sortir de cette crise ni avantagée ni pénalisée** par rapport à ses principaux concurrents ;
- **2020 doit être considérée comme une année quasiment blanche** pour le tourisme international, en France comme dans les autres pays. On attend une **chute drastique** des arrivées internationales en France en 2020 estimée, selon l'approche par segment, à **- 58%** par rapport à 2019, soit une perte de **52 millions d'arrivées** ;
- **Le nombre record de touristes internationaux de 2019 en France pourrait être atteint à nouveau en 2022**, mais avec un niveau de dépenses probablement moindre.

- Les **clientèles européennes** (Espace Schengen) devraient être les premières à revenir en France, au mieux dans le courant de **l'été pour les habitués frontaliers et les affinitaires**, et **à partir de l'automne pour les autres**, permettant d'amorcer le rebond des destinations et établissements ayant particulièrement souffert pendant l'été : les destinations les plus internationales comme Paris et la Côte d'Azur, et les établissements haut de gamme, plus dépendants des clientèles internationales ;
- La clientèle des marchés lointains (Amériques et Asie) n'est **pas attendue avant 2021** ;
- A moyen terme, la clientèle étrangère sera d'autant plus exigeante sur la **qualité des infrastructures** et sur **l'hygiène** au sein des restaurants, hôtels, lieux de loisirs, etc., alors que la France n'est pas encore reconnue sur ces critères par les touristes notamment américains et asiatiques.

Estimation du nombre de voyages des étrangers en France en 2020 (en millions)



Estimation du PIB France et des arrivées de touristes internationaux de 2008 à 2019 - Estimations 2020 à 2023 - Indice base 100 en 2008



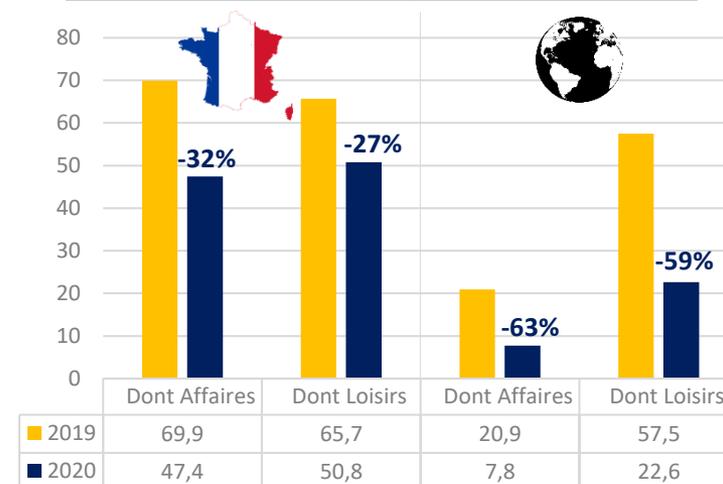
Impact du confinement

- En période de confinement, la faible occupation des hébergements est le fait d'étrangers n'ayant pu être rapatriés, de résidents, de soignants et de sans-abris (réquisition de plusieurs milliers de chambres d'hôtels par l'Etat) ;
- On estime que le secteur **hôtelier** a subi une perte cumulée de l'ordre de **-15% de RevPAR au T1 2020 par rapport au T1 2019** ;
- Les **campings** et autres **hébergements familiaux** connaissent une baisse des réservations de **20 à 30%** ces dernières semaines.

Perspectives de sortie de crise

- **Les hébergements touristiques marchands** auront perdu sur l'ensemble de l'année 2020 environ **150 millions de nuitées** (- 30%) correspondant à une **baisse de 36% de chiffre d'affaires** ;
- Dans **l'hôtellerie**, nous prévoyons une baisse d'environ **- 40% de nuitées**, avec - 30% pour la clientèle française et - 60% pour la clientèle étrangère, et un maintien du prix moyen. On doit ainsi s'attendre à une baisse de l'activité de **- 40% du RevPAR** en 2020 avec un **rebond en 3 ans** (2023, année préolympique), par une amélioration du taux d'occupation en 2021-2022 puis du revenu par chambre en 2023. On peut s'attendre à **une meilleure résilience dans les catégories 2 et 3***, qui s'adressent davantage à marché domestique robuste, tant affaires que loisirs, que dans les catégories 4 et 5*, plus dépendantes des marchés internationaux, long courrier notamment. L'hôtellerie peut espérer entamer son rebond à l'automne 2020 avec la reprise partielle des déplacements professionnels ;
- Pour **les hébergements familiaux**, la **baisse d'activité** devrait être de l'ordre de **25%**, avec une perte de 19% pour la clientèle française et 47% pour la clientèle internationale. Leur saison sera écourtée malgré un mois d'août probablement satisfaisant du fait du report de séjours vers la France, au profit surtout des locations de vacances. Ces établissements devraient retrouver leur niveau de fréquentation dès la **saison 2021**.

Estimation de l'évolution de la fréquentation hôtelière en France selon la clientèle, en millions de nuitées



Ces établissements devraient retrouver leur niveau de fréquentation dès la **saison 2021**.

Enjeux du secteur

- A court terme, pour **stimuler les réservations** de séjours dès l'été 2020, les établissements auront intérêt à permettre la **flexibilité des annulations et acomptes**, ou à défaut **baissier drastiquement les prix** ;
- **Les incertitudes d'exploitation** sur 2020 sont fortes, en particulier concernant les mesures barrières et sanitaires à appliquer ;
- **La politique sanitaire** devra être renforcée, et se posera la question de l'internalisation de la sous-traitance (entretien...) ;
- Une **fragilisation majeure des hôteliers indépendants** est à envisager ainsi qu'une **possible concentration du marché** ;
- La crise révèle **l'emprise des OTA dans la chaîne de valeur** hôtel-OTA-client, avec la perte de lien avec le client pour l'hôtel ;
- On assistera à une **dégradation des valeurs des actifs** au moins temporairement (tant murs que fonds de commerce), à une **raréfaction des fonds propres** (donc plus de sélectivité dans les projets), et à une **hausse du coût des capitaux propres** ;

Impact de la fermeture des établissements

- Les mesures de fermeture et de confinement interviennent pour la plupart des parcs de loisirs **en amont de la saison touristique** voire de l'ouverture annuelle pour les équipements saisonniers, prévue le plus souvent au cours de la première quinzaine d'avril ;
- Cependant, la non ouverture des sites va entraîner **une perte sèche pour les opérateurs de l'ordre d'un tiers du chiffre d'affaires** de mars à juin ;
- 80% des salariés sont mis en chômage partiel et les campagnes marketing sont réorganisées, différées ou annulées, mais il apparaît **difficile de réduire au-delà de 15 à 20% maximum les charges de fonctionnement** des sites en exploitation ;
- Au regard de la trésorerie, les mesures de restrictions interviennent au pire moment : l'année 2019 ayant été bonne, les parcs ont beaucoup investi, et **les CAPEX ont été engagés en quasi totalité sans aucune recette en face** ;
- Les exploitants, notamment culturels, entretiennent le lien avec leurs clientèles malgré la fermeture via les réseaux sociaux, et en attirent de nouvelles en proposant du contenu gratuit en ligne. D'autres parcs réalisent des actions caritatives et le font savoir.

Conditions de réouverture incertaines

- Une visite dans un équipement de loisirs se décide dans un **délai de décision très court**, aussi les exploitants pourraient rebondir et s'adapter dès l'autorisation d'ouverture ;
- Pour autant, les équipements de loisirs et culturels, qui concentrent une forte population dans un espace limité, risquent de toujours faire l'objet de restrictions d'accès même une fois autorisés à rouvrir, avec **de possibles mesures de contingentement de la capacité d'accueil instantanée**. Si celle-ci s'avère être **en deçà du seuil de rentabilité** se posera la **question de la fermeture de certaines attractions et spectacles, voire de l'établissement dans son ensemble** ;
- De la même façon, la profession s'accorde à dire qu'elle doit d'office **mettre en place des mesures barrières** malgré le risque que le port d'un masque dans l'espace public soit perçu comme **trop peu convivial pour justifier une sortie familiale récréative**.

Perspectives de sortie de crise

- **L'été sera plutôt favorable aux équipements de loisirs français** (hors Disneyland Paris) dont la part des visiteurs étrangers est largement minoritaire (inférieure à 10%). De la même façon, les établissements culturels et patrimoniaux pourront bénéficier du report des séjours des Français qui comptaient partir à l'étranger cet été. En revanche, **les grands établissements culturels métropolitains**, notamment à Paris, pâtiront fortement, comme Disneyland, de **l'absence des touristes étrangers** ;
- Au global, la profession table sur une **baisse de - 30 à - 50% du chiffre d'affaires sur la saison 2020** ;
- **L'hypothèse très dégradée d'une saison blanche avec fermeture totale est également étudiée**. Elle induit la question de la solidité de l'actionnariat ;
- Tous les opérateurs ont sollicité un **emprunt** dans le cadre du PGE. Cependant, cet emprunt, destiné à faire **face à des besoins de trésorerie**, va freiner leur développement en dégradant **leur ratio de solvabilité et sa capacité d'endettement** ;
- Nombre de sites indépendants prisonniers de l'effet de ciseau entre CAPEX engagés et absence de recettes nécessiteront d'être recapitalisés. **Des cessions et des concentrations sont à prévoir, en France comme à l'étranger**.

Fermeture en haute saison

- Les établissements thermaux, de thalassothérapie et les spas ont fermé leurs portes au 17 mars 2020. Pour certains établissements thermaux, la saison ne devait démarrer que début avril ;
- **La période courant de mars à juin correspond au début de la saison pour les établissements** et représente :
 - 35% de l'activité annuelle pour les établissements thermaux (200 000 curistes) ;
 - 48% du volume de soins pour les centres de thalassothérapie ;
 - 45% de l'activité pour les spas.

Perspectives de sortie de crise

Les établissements thermaux :

- Les **curistes thermaux** sont des **personnes âgées** atteintes de maladies chroniques, qui seront incitées **rester chez elles** après le déconfinement, et seront réticentes à la perspective d'un séjour de 3 semaines hors de leur domicile ;
- Les établissements thermaux seront soumis, plus encore qu'aujourd'hui, à des **contraintes règlementaires très fortes sur le plan sanitaire**, qui amèneront à condamner les soins collectifs en les remplaçant par des soins individuels, plus coûteux à administrer. **Une contamination se traduirait par un risque de fermeture administrative ;**
- La profession envisage **une ouverture possible au 15 juillet ou en septembre** (les mois de septembre à novembre représentant 33% de l'activité annuelle). Mais il est **probable que certains établissements n'ouvriront pas en 2020**. In fine, la saison thermale devrait se traduire par une **perte d'activité d'au moins 70%**.

Les centres de thalassothérapie :

- Ils ne devraient pas ouvrir avant **début juillet minimum ;**
- Leur activité est traditionnellement moins forte en juillet et en août que sur les mois de septembre à novembre, d'où une opportunité de **fin de saison correcte** en bénéficiant à la fois de la clientèle de proximité et de la clientèle touristique d'arrière-saison.

Les centres de balnéothérapie et les spas :

- Malgré les fortes contraintes à respecter en matière d'hygiène, la promiscuité et le contact pourront éloigner certains clients encore quelques temps ;
- Les opérateurs étudient un scénario de reprise de l'activité progressive avec un **niveau d'activité de 50% en juillet et un retour à des niveaux d'activité « normaux » après septembre**.

Enjeux du secteur

- Suite à la crise sanitaire, les offres de bien-être et wellness seront de plus en plus importantes dans le paysage du tourisme. Les habitants du monde entier, qui sont aujourd'hui confinés pour les 2/3, réaliseront qu'ils ont besoin de **s'accorder du temps pour eux-mêmes et pour leur bien-être ;**
- Les établissements à vocation préventive et thérapeutique auront intérêt, comme ils ont commencé à le faire depuis plusieurs années, à poursuivre leur **diversification médicale**, favorisée par la crainte sanitaire généralisée.

Reports et annulations en masse

- Au 1^{er} avril, les adhérents de l'UNIMEV ont d'ores et déjà déclaré **le report de 180 événements initialement prévus entre avril et décembre 2020** (et la liste ne fait que s'allonger). **De nombreux reports sont encore planifiés avant l'été** (105 sur 180), ce qui pose la question du « retour à la normale » de l'activité et de la nature du déconfinement qui sera décidé ;
- Pour les **salons** reportés, on s'attend à la **défection de certains exposants** liée aux **arbitrages budgétaires** de ceux-ci ;
- On assiste aussi à **la transformation virtuelle d'événements** prévus au printemps : plusieurs gros événements, congrès et salons comme le MIPIM, le MIDEM, le Forum Series Mania... (11 déclarés à l'UNIMEV au 1^{er} avril) ;
- Quant aux **événements corporate et voyages professionnels**, les entreprises sont tributaires des mesures de confinement et il est difficile pour elles de se projeter, leur priorité étant d'absorber les effets économiques de la crise.

Perspectives de sortie de crise

Les déplacements professionnels ne devraient repartir que très timidement à l'issue du confinement pour voir et rassurer clients, fournisseurs, filiales, collaborateurs... et **repartir progressivement à la rentrée de septembre**, mais sans effet de compensation ;

- Le volume des déplacements dépendra, outre les restrictions officielles, de la **santé économique des entreprises**, qui seront nombreuses à devoir licencier ou cesser leur activité ; les budgets voyage seront resserrés suite aux pertes dues à la crise ;
- Le nombre de voyages professionnels des Français en 2020 devrait baisser de **- 34% pour les voyages en France et - 62% pour les voyages à l'étranger**, avec une réticence patente des entreprises à envoyer leurs collaborateurs à l'étranger ; de la même façon, les voyages professionnels des **étrangers en France diminueront de - 55%**.

Concernant l'événementiel d'affaires, l'impact est jusqu'à présent plus limité pour les événements prévus au second semestre 2020 mais la liste des annulations peut se poursuivre avec les évolutions de la crise sanitaire ;

- La prévision de **baisse de chiffre d'affaires du secteur congrès/salons** sur 2020 est estimée à **- 50% soit près de 2,2 Md€**, avec une période de mars à juillet en inactivité totale et une **reprise lente et partielle à partir de septembre** ;
- De nombreuses **disparitions de TPE** intervenant dans la **sous-traitance** sont à craindre, pouvant nuire à la souplesse de reprise ;
- On prévoit une séquence de **3 ans pour retrouver le rythme de croisière** antérieur, avec l'année 2021 comme vecteur de relance et 2022-2023 de consolidation.

Enjeux du secteur

- A moyen terme, les **pratiques de travail et de communication à distance** adoptées pendant la période de confinement pourraient **se généraliser au détriment des déplacements professionnels** (ex. : déplacements courts, intra-entreprise) ;
- La contrainte sanitaire amène les entreprises à **réfléchir aux fondements de leur politique voyages**, non plus seulement dans une optique de réduction à la marge des budgets mais plus globalement sur le **rapport efficacité/coût** des déplacements ;
- La transformation de plusieurs manifestations prévues en 2020 en **événements virtuels** pourrait constituer un précédent et entraîner une **mutation à long terme de certaines manifestations**. De cette façon, la conception notamment des salons pourra être amenée à évoluer sur **le nombre d'exposants (et de visiteurs physiques), la périodicité, les contenus et les supports** ;
- La capacité d'investissement et la confiance des collectivités et des opérateurs pourraient être mises à mal et **freiner les investissements prévus** en rénovation/ extension/ création d'équipements événementiels.

Impact de la crise

- Dès le début du mois de mars, les voyagistes et agences ont enregistré **une baisse des réservations** pour les voyages du printemps et de l'été à l'étranger (entre - **40% et - 50%** selon le baromètre Orchestra), et ont dû faire face à des **demandes d'annulation** de la part de clients inquiets de l'évolution de la situation sanitaire dans le monde ;
- Sur le **premier trimestre 2020**, les ventes cumulées de TO et compagnies de croisières **reculent de 19%**, en comparaison avec 2019. Sur la seule **période du 16 au 31 mars**, les ventes de prestations de voyages **ont plongé de 97%** en glissement annuel, signe d'une activité au point mort ;
- **Les OTA** telles que Booking.com et Expedia ont également enregistré **une chute drastique de leur activité** (-85% pour Booking.com à l'échelle mondiale) ;
- Comme l'ensemble des acteurs, les **TO et agences de voyage sont dans l'attente d'une reprise de la demande de voyages et de séjours, en particulier vers l'international.**

Perspectives de sortie de crise

- Les **voyages à l'international**, qui représentent généralement 78% du nombre de forfaits et 83% du chiffre d'affaires des voyagistes, seront **pratiquement nuls jusqu'à la fin de l'été, soit une perte cumulée de 85% en nombre de forfaits** entre le début de l'année et la fin de l'été 2020 ;
- De même, les agences réceptives qui travaillent principalement avec la clientèle des marchés lointains n'auront **plus de touristes étrangers à accueillir jusqu'à la fin de l'automne 2020** ;
- Les agences et TO chercheront à orienter leur clientèle vers le **marché français**, notamment via des prestations formatées (séjour familial en résidence de tourisme ou en village de vacances) ou thématiques (randonnée, bien-être, vélo...). Mais ces produits peuvent aussi bien être achetés en direct auprès des prestataires (61% des voyages que les Français réservent en France le sont directement auprès de l'établissement, contre 7,7% auprès des agences de voyages et TO). Cette activité **ne compensera donc que très partiellement** la perte de volume d'affaires sur l'international ;
- Les **réservations** devraient redémarrer à partir de **septembre pour des voyages prévus sur l'automne/hiver 2020/2021** ;
- L'activité des agences spécialisées dans la **billetterie d'affaires** est quant à elle tributaire de la reprise des déplacements professionnels, qui n'est pas attendue avant **septembre 2020.**

Enjeux du secteur

- L'avenir des TO et agences de voyages est questionné depuis une vingtaine d'années, avec d'une part l'**autonomisation** des voyageurs dans la préparation et l'achat de voyages et séjours, et d'autre part la place dominante des grands **acteurs du numérique** dans le marché de la réservation en ligne. La question est de **savoir si les acteurs traditionnels** de la production et de la distribution **seront à l'avenir mieux ou moins bien placés pour répondre à la demande post-crise**, voire pour l'anticiper ;
- Les voyagistes et agences disposent **d'arguments qui pourraient rassurer une clientèle désireuse de voyager** : leur expertise, supposée et à démontrer, des destinations ; leur responsabilité dans l'exécution de la prestation ; la proximité (notamment géographique) avec le client et la connaissance de ses attentes ;
- Cependant, les TO et agents de voyages risquent de **ne pas être prêts** pour jouer un rôle dans la **bataille du marketing en ligne** que vont se livrer les grands acteurs de la distribution à partir du **printemps 2021 pour reconquérir leur clientèle.**

Impact du confinement

- Depuis le **15 mars 2020**, les restaurants et débits de boissons ne peuvent plus accueillir du public ;
- On estime que **27 millions de repas ont été perdus du 18 mars au 1^{er} avril 2020** (cabinet Gira Conseil) ;
- La profession s'est organisée pendant le confinement pour poursuivre ou reprendre les activités de **livraison de repas** à domicile, et de drive pour les plus gros, mais **sans que cela permette de compenser** les pertes dues à la fermeture.

Perspectives de sortie de crise

- A date, on ne dispose d'aucune information sur les conditions de réouverture des restaurants et bars (date, horaires d'ouverture, mesures de distanciation, contraintes sur l'organisation du travail) ;
- **Du côté de l'offre**, comme les équipements de loisirs, les restaurants et bars feront l'objet de **restrictions en matière de capacité d'accueil instantanée** qui, si elle ne permet pas d'atteindre le **seuil de rentabilité**, posera la **question de la réouverture de certains établissements en 2020** ;
- De la même façon, ces mesures devraient obliger les restaurateurs à **investir pour adapter leur établissement** aux nouvelles normes, or tous n'en auront pas la capacité.
- Il existe un risque réel que **de nombreux restaurants et bars ne se relèvent pas de la crise** ; les plus petites entreprises seront très dépendantes de la mise en application pratique des mesures de soutien des pouvoirs publics ;
- **Du côté de la demande**, on attend une reprise rapide, **dès que la levée des restrictions le permettra**. En effet, 20% des Français veulent sortir boire un verre ou dîner au restaurant dès la fin du confinement (2^{ème} réponse la plus donnée dans le sondage Kantar Profiles du 2 avril, une seule réponse possible), et 65% seraient prêts à retourner au restaurant dès la mi-juin (étude Api & You) ;
- Pourtant, **tout se jouera sur la confiance** et la capacité des exploitants à mettre en place des **mesures barrières rassurantes**. Le moindre accroc pourrait entraîner une défiance irrémédiable et durable pour ces établissements ;
- **La perte de chiffre d'affaires sur l'année devrait ainsi être de l'ordre de 38%, avec un possible retour au niveau d'avant la crise à partir de l'automne mais sans effet de rattrapage.**

La perte globale sur l'année 2020 sera de l'ordre 500 millions de nuitées touristiques en France (-32%) correspondant à un déficit de consommation touristique d'environ 60 milliards d'euros*. L'impact sur les activités touristiques prises en compte dans le cadre de l'étude est présenté dans le tableau ci-dessous.

Estimation de l'évolution du chiffre d'affaires des principaux secteurs d'activité du tourisme (en M€ HT)

| | CA 2019 en M€ | CA 2020 en M€ | Evolution 2020/2019 | Perspectives de rebond 2021-2023 |
|---|------------------|------------------|------------------------|---|
| Hôtellerie | 18 400 | 11 000 | - 40% | Attentisme des clientèles étrangères et professionnelles ; Reprise plus rapide pour les catégories économiques (à partir de l'automne 2020 ou du printemps 2021) ; Reprise plus lente pour les catégories haut de gamme, avec dans un premier temps un effet volume puis un effet prix. |
| Hébergements familiaux (campings, villages, résidences, locations) | 13 300 | 9 600 | - 30% | Reprise rapide grâce à la clientèle française (été 2021) ; Reprise plus lente dans les campings ayant une importante clientèle internationale. |
| Equipements culturels et de loisirs | 3 000 | 1 800 | - 40% | Reprise rapide (à partir du printemps-été 2021) pour les équipements de loisirs dont la clientèle est majoritairement domestique. |
| Tourisme de santé et bien-être | 920 | 420 | - 54% | Reprise rapide (à partir du printemps-été 2021), mais avec des difficultés financières pour certains établissements thermaux. |
| MICE (centres de congrès et parcs des expositions) | 4 600 | 2 300 | - 50% | Reprise rapide (à partir du printemps 2021), mais freinée par l'atonie de la demande internationale et la disparition probable de nombreux sous-traitants. |
| Restaurants et bars | 64 500 | 40 200 | - 38% | Reprise rapide possible, mais aléatoire ; Fermeture probable de nombreux établissements. |
| Tour-opérateurs (voyages à forfait) | 4 700 | 1 300 | - 72% | Reprise freinée par le lent redémarrage des voyages à l'étranger. |

* Hors dépenses de transport et dépenses des Français lors de leurs séjours à l'étranger.

Le constat de la situation actuelle et les perspectives ébauchées pour l'ensemble de l'année 2020 laissent peu de doute sur l'extrême violence du choc que vivent les entreprises et les destinations touristiques, en France, mais aussi dans le monde entier.

Tout en étant conscients de l'incertitude sur le timing de la reprise, Bpifrance et Horwath HTL tiennent à partager leur convictions sur **la solidité des fondamentaux et la résilience du tourisme** :

- **Le « droit » au tourisme et aux loisirs n'a pas été remis en cause** par la crise sanitaire et les mesures de confinement, même si la prise de conscience en faveur d'un tourisme plus durable a été – et c'est heureux – renforcée.
- **La France peut s'appuyer sur un épais « matelas » de touristes domestiques** qui devrait retrouver son étiage habituel (près de 220 millions de voyages) en 2021. Il est probable que le report vers la France des voyages habituellement effectués à l'étranger continuera de jouer, mais de façon atténuée, en fonction de l'ouverture progressive des destinations étrangères. Le volume des séjours des Français en France devrait donc se situer à un niveau élevé en 2021. En revanche, on doit s'attendre à une baisse du panier de dépenses par rapport aux années précédentes.
- **A l'international, la France reste une destination désirable** : son image n'a pas été atteinte et ses atouts structurels demeurent. En plaçant l'impératif sanitaire au premier rang des critères de choix (ou plutôt de non choix) d'une destination, la crise conduit les autorités et les entreprises à travailler ensemble sur une mise à niveau salutaire.
- La **mobilisation exceptionnelle** de l'Etat, des collectivités locales, des banques, des organisations professionnelles et des entreprises, aussi bien sur les actions d'urgence que sur la préparation de l'après, laisse augurer d'une possible **nouvelle gouvernance du tourisme**.
- Considérées au niveau des secteurs d'activité, les perspectives de retour à un niveau normal d'activité peuvent apparaître comme moroses et incertaines. Mais au niveau microéconomique, cette situation devrait être **génératrice d'opportunités** pour les opérateurs qui auront su mettre à profit cette inactivité forcée **pour imaginer, concevoir, voire mettre en œuvre de nouveaux services ou de nouveaux process** qui leur permettront d'amortir l'impact de la crise à court terme (sur l'été) et de rebondir plus vite à partir de 2021.





Bpifrance finance les entreprises – à chaque étape de leur développement – en crédit, en garantie et en fonds propres. Bpifrance les accompagne dans leurs projets d'innovation et à l'international. Bpifrance assure aussi leur activité export à travers une large gamme de produits. Conseil, université, mise en réseau et programme d'accélération à destination des startups, des PME et des ETI font également partie de l'offre proposée aux entrepreneurs. Grâce à Bpifrance et ses 49 implantations régionales, les entrepreneurs bénéficient d'un interlocuteur proche, unique et efficace pour les accompagner à faire face à leurs défis.

Une présence forte dans le secteur du Tourisme

Depuis 2013, à travers l'ensemble de ses métiers, Bpifrance a déployé près de 12 Mds€ de financements en faveur de 80 000 entreprises du secteur du tourisme. Le pôle Tourisme & Loisirs de Bpifrance Investissement accompagne ainsi plus de 74 entreprises en fonds propres. Un premier accélérateur dédié au secteur a notamment été lancé en décembre 2019.

Aujourd'hui, les entreprises du secteur Tourisme & Loisirs sont au cœur du dispositif de gestion de la crise mis en place par l'Etat et Bpifrance (PGE, prêt atout, prêt rebond, renforcement du prêt Tourisme). Ainsi, ce sont plus de 4,7 Mds€ qui ont été pré-accordés via le PGE aux entreprises du secteur au 29/04/20.

Pour plus d'informations à propos de Bpifrance, la banque des professionnels du tourisme : tourisme.bpifrance.fr



Hôtel, Tourisme et Loisirs

Un réseau offrant une véritable pratique internationale

Avec un réseau international de 47 bureaux et 250 consultants répartis dans 36 pays, Horwath HTL s'affirme comme le leader du conseil spécialisé sur les secteurs Hôtellerie, Tourisme et Loisirs en France et dans le monde.

Un engagement fort et personnalisé

Notre projet d'entreprise et notre organisation sont au service d'un engagement éthique, qualitatif et performant. Nous nous attachons à promouvoir l'intelligence collective. Nous œuvrons à ce que les bons projets se concrétisent, qu'ils respectent nos patrimoines, nos valeurs et notre environnement. Nous cherchons ainsi à vous apporter des solutions innovantes et ambitieuses, en trouvant les bons montages sur le plan financier et opérationnel.

Gestion de crise dans l'hôtellerie, le tourisme et les loisirs

La crise sanitaire a impacté fortement l'industrie hôtelière et du tourisme, et des mesures de soutien au secteur ont été adoptées pour en atténuer l'effet sur les entreprises.

Cependant, des décisions difficiles doivent être prises rapidement pour protéger les actifs et leur valeur, tout en s'assurant que l'entreprise est en bonne santé afin de profiter de la reprise attendue.

Horwath HTL France et le cabinet LE 16 LAW vous proposent d'associer leurs expertises pour vous aider à traverser cette période troublée, en limitant l'effet d'impact sur vos activités.

Pour plus d'informations à propos de Horwath HTL : horwathhtl.fr