



LE TOURISME EN MORBIHAN

Bilan à mi-saison
et

Impact de la crise sanitaire COVID 19

Les grands chiffres

5ème département
touristique français
(clientèles françaises – Source
TNS Sofres)

13 000 emplois
(21 000 en haute-saison)

5 millions de
touristes

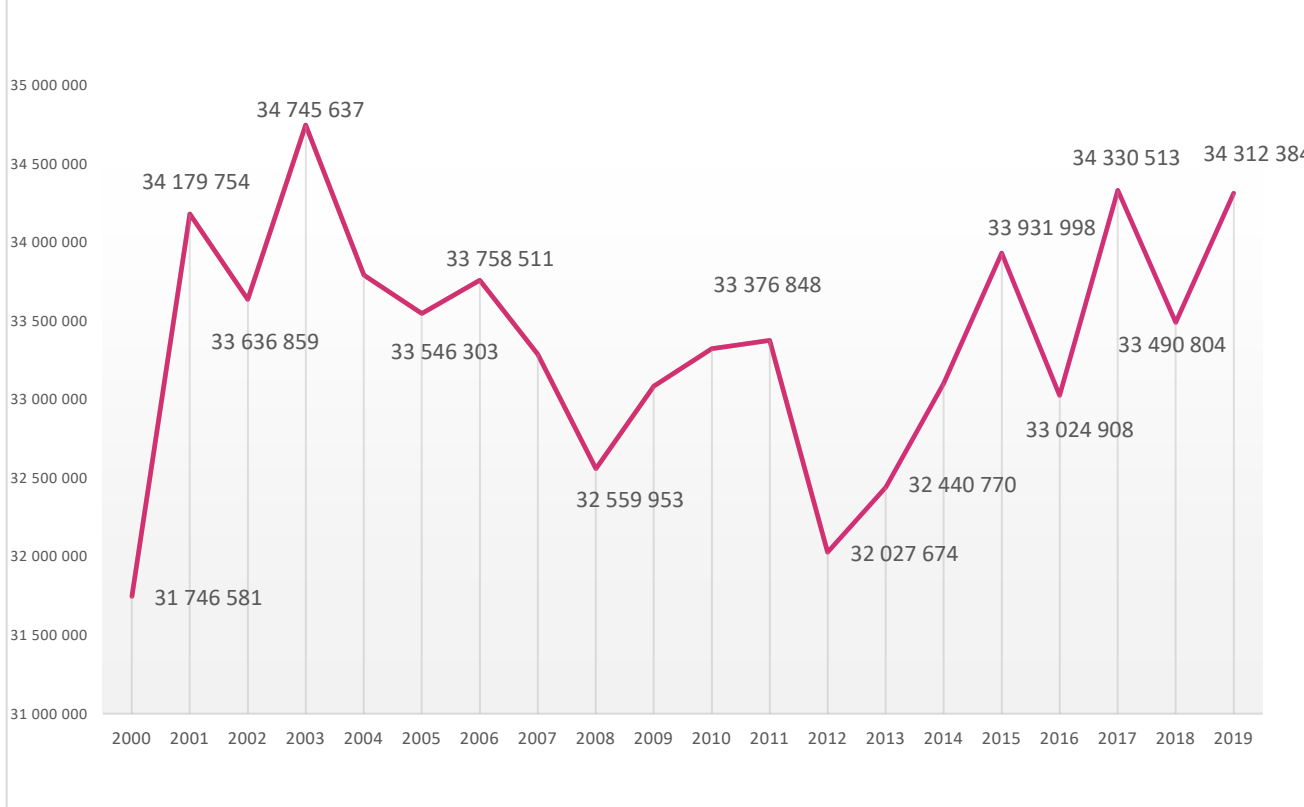
34 millions de
nuitées touristiques

1,6 milliards de
retombées
économiques
(consommation touristique)

555 000 lits
touristiques
(dont 147 000 lits marchands)

Fréquentation départementale (hébergements marchands et non-marchands) : un trend positif depuis 2012 tous secteurs confondus avec une hausse de la fréquentation départementale en 2019

Evolution annuelle des nuitées en Morbihan entre 2000 et 2019



Source : BET François Marchand

- **34,3 millions** de nuitées touristiques en 2019
- **+2,5%** de fréquentation, soit environ **820 000 nuitées en plus** par rapport à 2018 (+2,2% en Bretagne)
- +2,5% en camping / -1% en hôtellerie
- C'est le **3ème meilleur niveau de fréquentation** depuis 2000 (année de la mise en œuvre de l'outil), derrière 2003 et 2017

IMPACT DE LA CRISE COVID-19

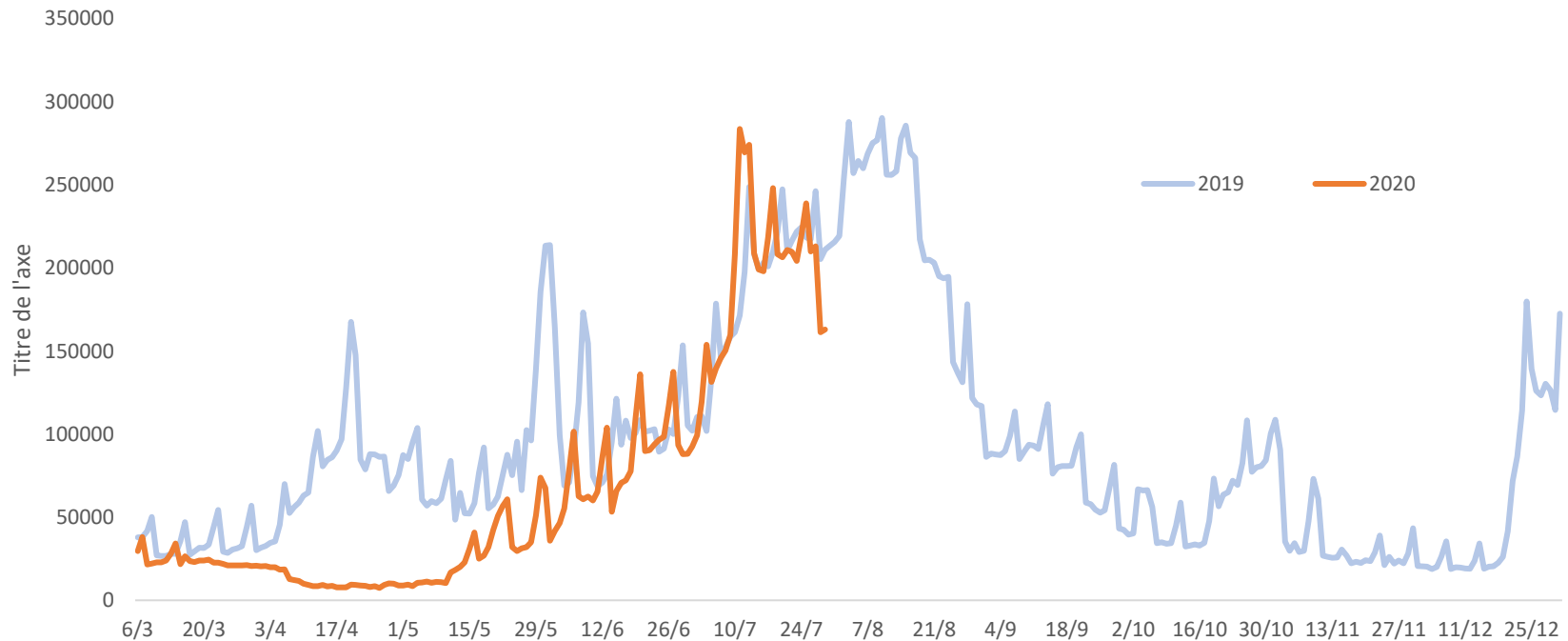
IMPACT SUR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Source : Orange Flux Vision Tourisme – ADT56

- 1- Décrochage net (entre 2019 et 2020) de la fréquentation touristique (en nuitées) pendant la crise du COVID-19 et des mesures de confinement sanitaire.
- 2- Puis reprise fin juin et début juillet.
- 3- Nouveau décrochage à partir du 22 juillet, suite au cluster de Quiberon (baisse moyenne de 8% des nuitées en Morbihan entre le 22 et le 29 juillet, baisse de 20% sur AQTA)

Du 6 mars (début période d'observation), jusqu'au 29 juillet, la baisse de fréquentation est de 32% par rapport à l'année dernière

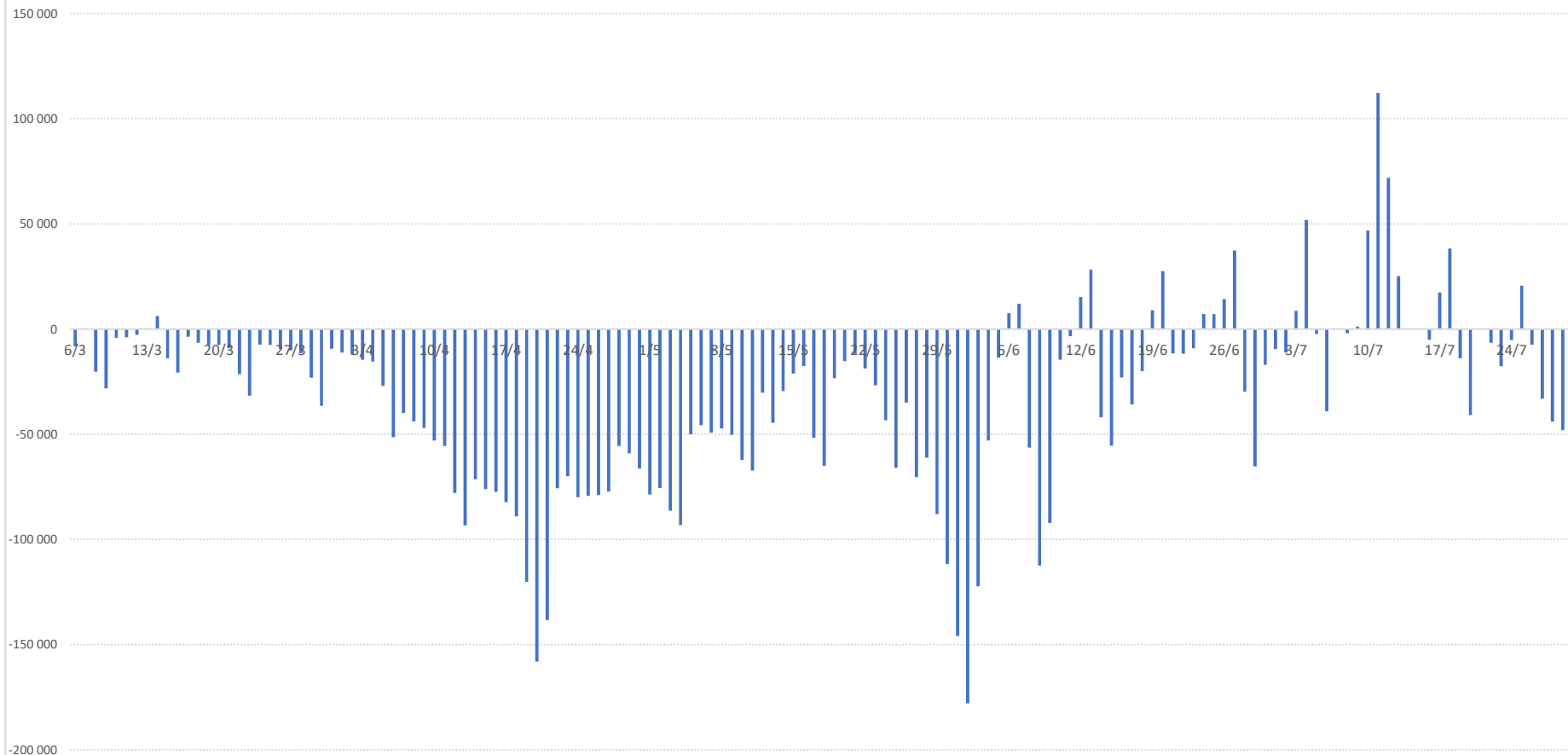
Nuitées des touristes du 6 mars au 31 décembre 2019 comparée à la même période 2020
(données 2020 du 6 mars au 24 juillet)



Sur 146 jours d'observation, 122 jours sont en baisse par rapport à 2019 et 24 en hausse (en juin et juillet essentiellement)

On observe une forte augmentation autour du 10 juillet, qui tend à se tasser ensuite. Enfin, à partir du 22 juillet jusqu'au 29, les résultats sont en baisse (à l'exception du 25)

Evolution des nuitées (différences journalières) entre 2019 et 2020



Volume de fréquentation (en nuitées) et évolution par rapport à 2019, selon périodes d'observation

Hausse de +2% des nuitées en juillet (du 1^{er} au 29) par rapport à la même période en 2019 (+5% entre le 1^{er} et le 24 juillet)

	2019	2020		Evolution en nuitées
Période de confinement : du 17 mars au 11 mai	3 693 836	788 983	-79%	- 2 904 853
Période déconfinement avec restriction (du 11 mai au 2 juin)	2 217 589	873 379	-61%	- 1 344 210
Depuis le 2 juin, jusqu'au 29 juillet	8 459 581	7 945 576	-6%	+ 514 005

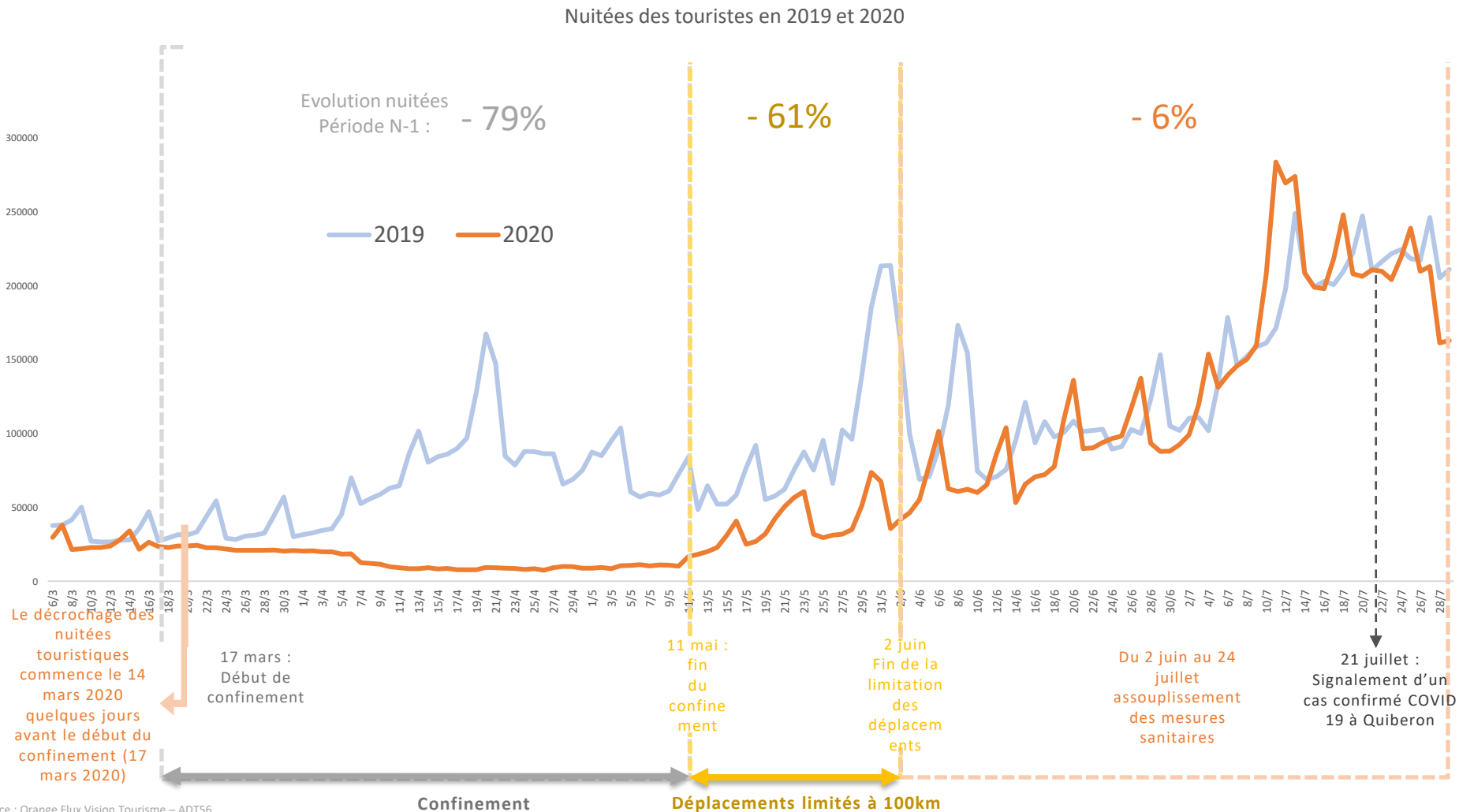
Avril	2 334 842	338 238	-86%
Mai	2 580 094	897 736	-65%
Juin	3 238 826	2 438 083	-25%
Juillet (du 1er au 29)	5 434 432	5 543 228	+2%

Sur la période de confinement (17 mars au 11 mai) la fréquentation touristique (en nuitées) a baissé de 79%, passant de 3,7 millions de nuitées à environ 790 000 nuitées.

Sur la période du 11 mai au 2 juin (déplacements limités à 100km), la fréquentation touristique baisse de 61% par rapport à la même période en 2019

Depuis le 2 juin, la fréquentation touristique reprend un bon niveau, après un démarrage timide en juin. Seuls 30% des professionnels sont satisfaits de la fréquentation en juin.

Nouveau décrochage de la fréquentation à partir du 22 juillet

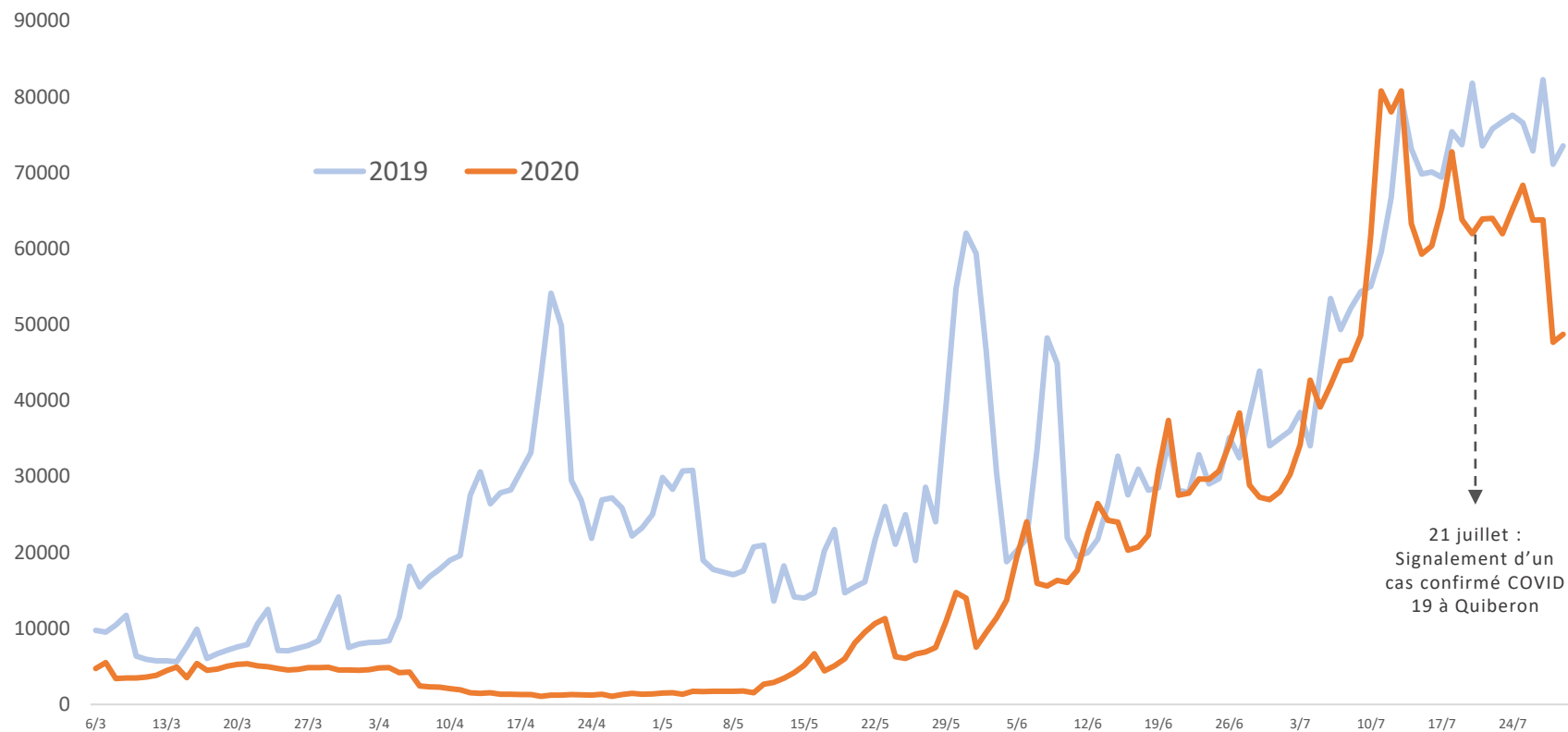


Zoom sur le territoire d'Auray Quiberon Terre Atlantique

Un décrochage plus important qu'à l'échelle départementale

Une baisse de 20% des nuitées (contre 8% en Morbihan) entre le 22 et 29 juillet

ZOOM sur AQTA
Nuitées des touristes en 2019 et 2020
Zoom du 6 mars au 29 juillet 2020



IMPACT SUR L'EXCURSIONNISME

**(PERSONNES RÉALISANT UNE VISITE À LA
JOURNÉE ET NE DORMANT PAS SUR LE LIEU
DE VISITE)**

Source : Orange Flux Vision Tourisme – ADT56

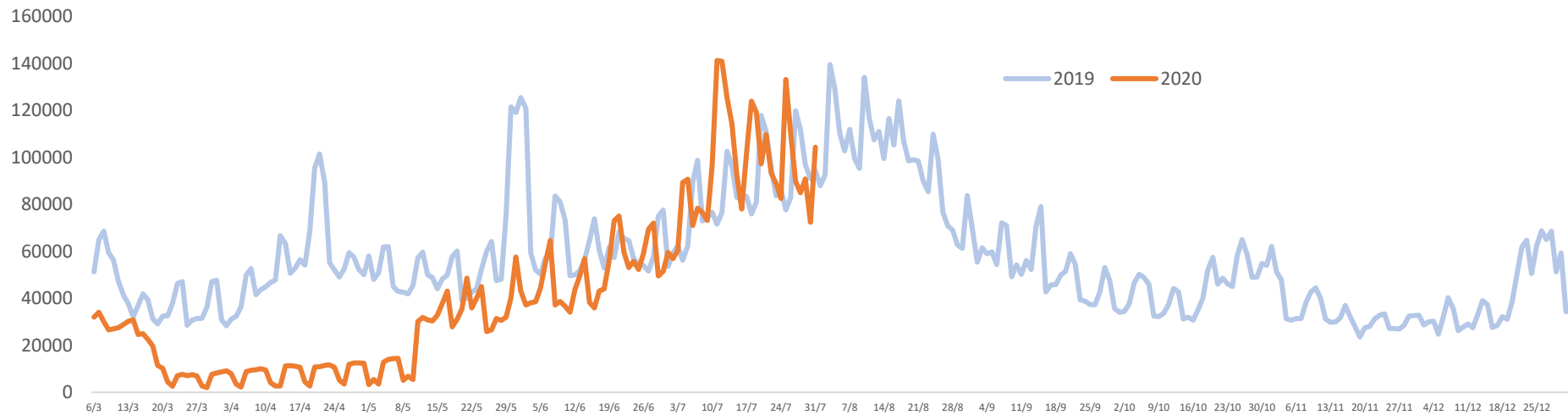
Même constat concernant l'excursionnisme : fort décrochage !

Les données concernent l'excursionnisme extra-départemental soit des personnes venant d'en dehors du département (le temps d'une sortie à la journée)

Puis reprise fin juin et juillet.


Entre le 6 mars et le 31 juillet, la baisse de l'excursionnisme est de 34%

Nombre d'excursions du 6 mars au 31 décembre 2019, comparé à la même période en 2020
(données 2020 du 6 mars au 31 juillet)



Volume d'excursions et évolution par rapport à 2019, selon périodes d'observation

Hausse de +12% des excursions en juillet par rapport à la même période en 2019



	2019	2020	
Période de confinement : du 17 mars au 11 mai	2 718 613	494 615	-82%
Période déconfinement avec restriction (du 11 mai au 2 juin)	1 477 273	825 430	-44%
Depuis le 2 juin, jusqu'au 31 juillet	4 472 083	4 410 440	-1,4%

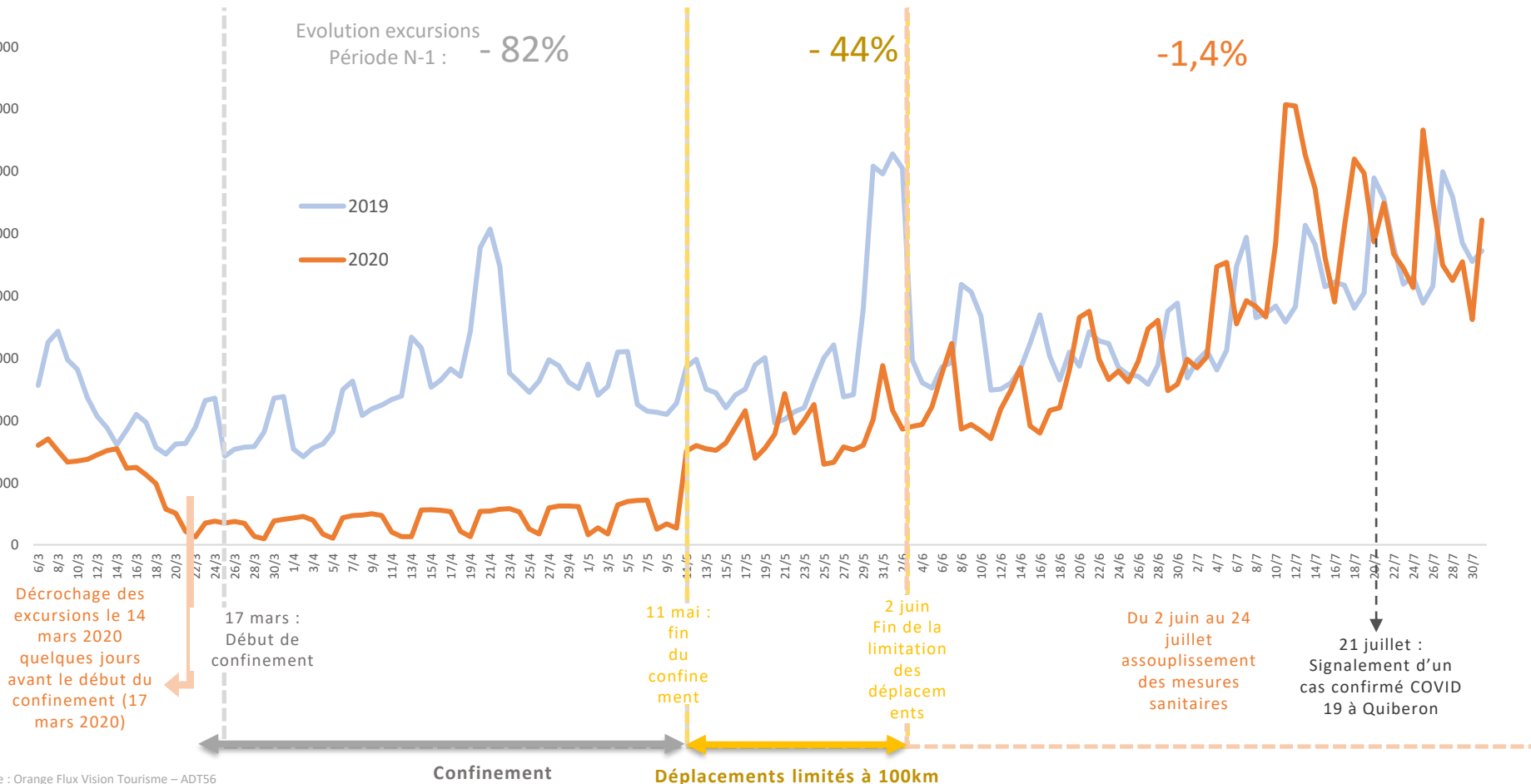
Avril	1 613 390	252 214	-84%
Mai	1 729 810	830 066	-52%
Juin	1 967 738	1 332 476	-32%
Juillet	2 629 839	2 948 047	+12%

Sur la période de confinement (17 mars au 11 mai), baisse de **82%** de l'excursionnisme (extra-départemental) passant de 2,7 millions d'excursionnistes à moins de 500 000

Sur la période du 11 mai au 2 juin (déplacements limités à 100km), l'excursionnisme baisse de 44%

Depuis le 2 juin, reprise de l'excursionnisme, en légère baisse sur la période (2/06 – 31/07) par rapport à 2019

Nombre d'excursionnistes en Morbihan du 6 mars au 31 juillet





ANALYSE ET PERSPECTIVES

Cette crise est inédite dans la mesure où pour la première fois dans l'histoire contemporaine la vie humaine a primé sur l'activité économique. Les conséquences de cette crise, si elles ne sont pas sanitaires, seront sûrement économiques et sociales. Malheureusement, le secteur du tourisme devrait être parmi les plus touchés.

En tourisme, ce qui est perdu en termes de chiffre d'affaires ne se rattrape. jamais ; le manque à gagner accumulé en début de saison ne sera pas comblé. Si les professionnels espèrent désormais un bon niveau de fréquentation en juillet et août, car cette période pèse lourd dans la saison (55% des nuitées en moyenne), la haute saison pourra seulement amortir l'impact de la crise

Il y a toutefois quelques facteurs permettant de limiter l'impact :

- Une forte saisonnalité des nuitées, 55% en moyenne sur juillet et août (et jusqu'à 70% des nuitées en camping) qui permettra d'amortir l'impact en cas de bel été (météo favorable et bonne fréquentation)
- La réouverture des plages dans des conditions normales est un point très positif : la baignade et le bronzage sont parmi les premières activités pratiquées par les touristes morbihannais
- Point très positif : l'ouverture des piscines, sous condition de respect des gestes barrières et normes sanitaires exceptionnelles
- Tendance des Français à rester en France
- Les atouts intrinsèques du Morbihan :
 - Le Morbihan destination de proximité (Ile-de-France, grand-ouest et Bretagne)
 - Image familiale du Morbihan: correspond bien à l'envie de se retrouver en famille cet été
 - Territoire nature/aéré : correspond à l'envie d'évasion et de grand air après deux mois et demi de confinement
 - La présence de résidences secondaires qui profitent à l'économie locale (restauration et loisirs)

Quelles sont les incertitudes sur l'intention de départ des français cette été ?

Pour rappel, 12 millions de salariés ont été mis en chômage partiel avec une perte de pouvoir d'achat de 16 %. Nombre de salariés pour compenser ces pertes financières ont avec leurs entreprises, opté pour une réduction des RTT et des congés ce qui viendra inéluctablement réduire leurs jours de congés et donc de vacances.

Autre élément et non des moindres : en période de crise, les risques sociaux et économiques (sans occulter une éventuelle seconde vague sanitaire à l'automne ?) peuvent impacter l'état d'esprit des vacanciers potentiels et les faire arbitrer vers un risque réduit en sacrifiant exceptionnellement les vacances cette année.

Enfin, il peut apparaitre difficile de concilier les vacances, moment de détente, de partage et de plaisir par excellence et l'application de précautions sanitaires. Cela peut refroidir les volontés de départ.

L'après crise : le Morbihan est et demeurera un des eldorados du tourisme français.

L'ADN particulier de son territoire, permet au Morbihan de proposer une autre idée du "luxe", composé par ses espaces naturels exceptionnels et bien préservés, une empreinte culturelle atypique, tout cela conjugué avec les loisirs modernes et actifs et une offre d'hébergements de qualité. Grâce à la douceur de son climat et la dimension de ces espaces naturels, en particulier côtier, le Morbihan a le vent en poupe. Les très bons niveaux de fréquentation observés ces dernières années ont confirmé que le Morbihan a la cote auprès des Français et des Européens.

Notre action, notre utilité sociale, notre organisation avec humilité, lucidité et agilité.

Deux campagnes de communication cet été : 1ère quinzaine de juillet et arrière-saison fin août à début octobre.

Ces prises de parole stratégique, en soutien à nos professionnels, à nos filières et à nos destinations, sera une prise de parole tactique et sera complémentaire à celle prise par les offices du tourisme et le CRT...

Le choix de la stratégie des canaux de communication, des marchés ciblés et des périodes retenues, ont été l'objet d'une concertation très forte avec les syndicats professionnels UMIH, HPA, Gîtes de France et des clubs loisirs, affaires et green au côté de l'ADT et en concertation avec le Conseil départemental (pour mémoire décalage de la campagne de communication TV nationale 2020 en 2021).

Deux outils permettant de suivre l'évolution de la saison et l'impact de la crise actuelle.

1/ Flux Vision Tourisme : développé par Orange, cet outil nous permet de suivre presque en temps réel (J+4) l'évolution de la fréquentation touristique départementale et locale (5 territoires).

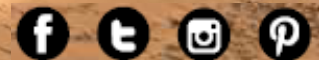
2/ Le baromètre de suivi de la fréquentation : comme chaque année entre avril et septembre, nous interrogeons chaque mois en partenariat avec le CRT Bretagne et les CDT bretons, près de 150 professionnels du tourisme. Cela nous permet de mesurer le taux de satisfaction des professionnels et de suivre l'évolution de la saison au cours des 6 vagues d'interrogation. La publication du baromètre de juillet sera disponible début août.



LE MORBIHAN CONNECTE

morbihan.com

#miamorbihan



www.morbihan-pro.com

Contact :

cantin-p@morbihan.com

02 97 54 58 13

MORBIHAN 
L'ESPRIT SUD DE LA BRETAGNE