

A hand in a blue suit sleeve points towards the viewer. The background is a collage of business-related diagrams, charts, and icons, including a pie chart, a bar chart, a flowchart, and a network diagram. The text 'LE TOURISME EN MORBIHAN' is overlaid in large white letters.

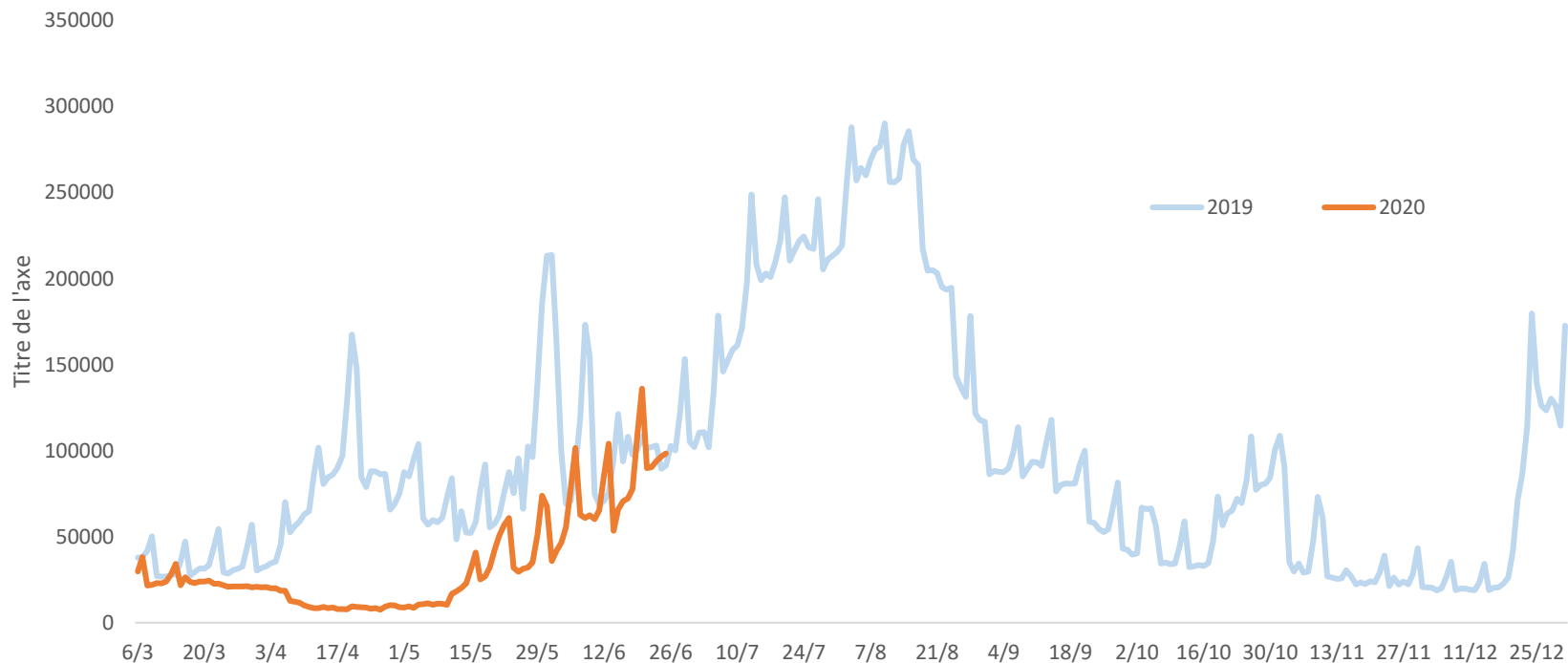
LE TOURISME EN MORBIHAN

Impact de la crise sanitaire COVID 19

IMPACT SUR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Décrochage net (entre 2019 et 2020) de la fréquentation touristique (en nuitées) pendant la crise du COVID-19 et des mesures de confinement sanitaire (*données 2020 du 6 mars au 25 juin*)

Nuitées des touristes du 6 mars au 31 décembre 2019 comparée à la même période 2020
(*données 2020 du 6 mars au 25 juin*)



Source : Orange Flux Vision Tourisme – ADT56

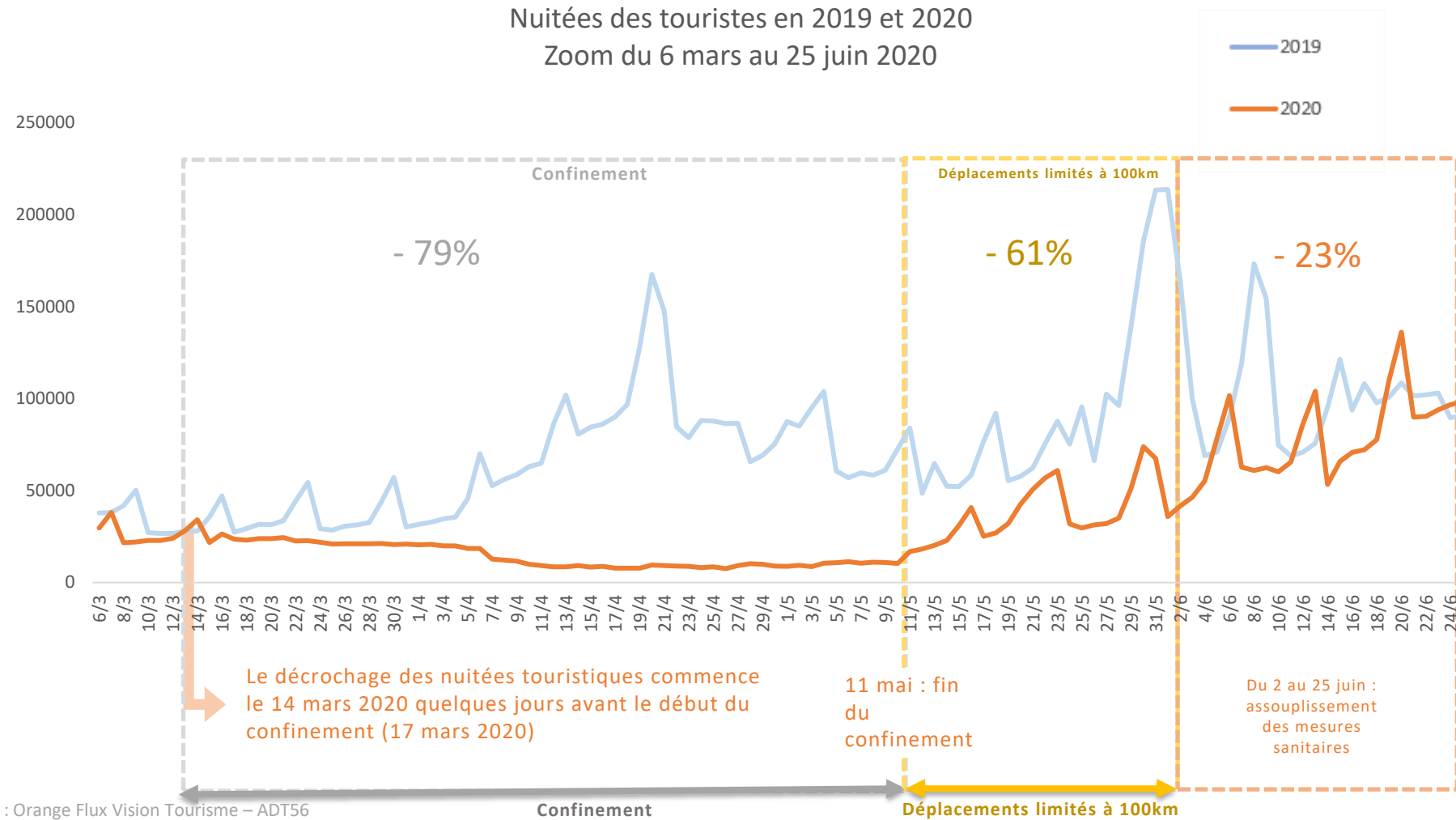
Volume de fréquentation (en nuitées) et évolution par rapport à 2019, selon périodes d'observation

	2019	2020	
Période de confinement : du 17 mars au 11 mai	3 693 836	788 983	-79%
Période déconfinement avec restriction (du 11 mai au 2 juin)	2 217 589	873 379	-61%
Depuis le 2 juin	2 440 889	1 878 513	-23%
Avril	2 334 842	338 238	-86%
Mai	2 580 094	897 736	-65%
Juin (du 1er au 25 juin)	2 654 566	1 914 248	-28%
Du 6 mars au 25 juin	8 491 080	3 773 816	-56%

Zoom sur la période du 6 mars au 25 juin (pas de données avant le 6 mars en 2019) :
-56% de fréquentation sur la période entre 2019 et 2020

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.

Depuis le déconfinement, la courbe repart à la hausse, sans toutefois retrouver son niveau d'avant la crise, à l'exception de 3 jours en juin (début de reprise ?)



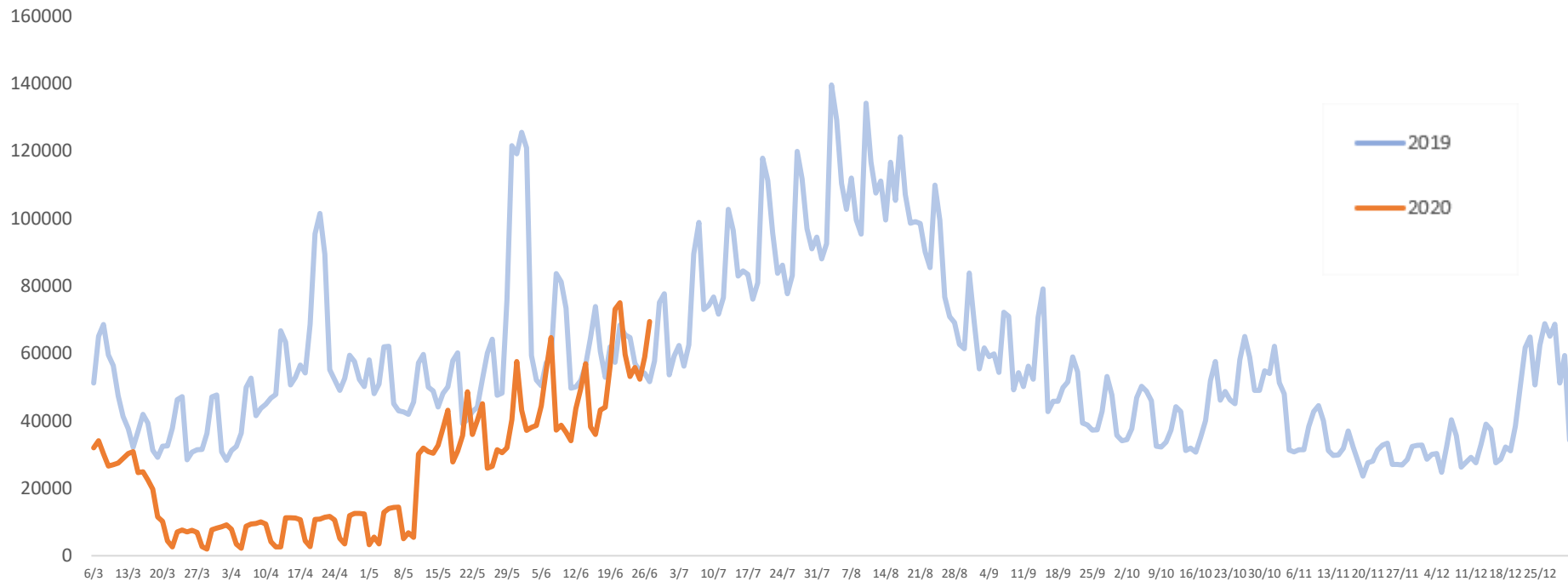
IMPACT SUR L'EXCURSIONNISME

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

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)

Nombre d'excursions du 6 mars au 31 décembre 2019, comparé à la même période en 2020
(données 2020 du 6 mars au 27 juin)



Source : Orange Flux Vision Tourisme – ADT56

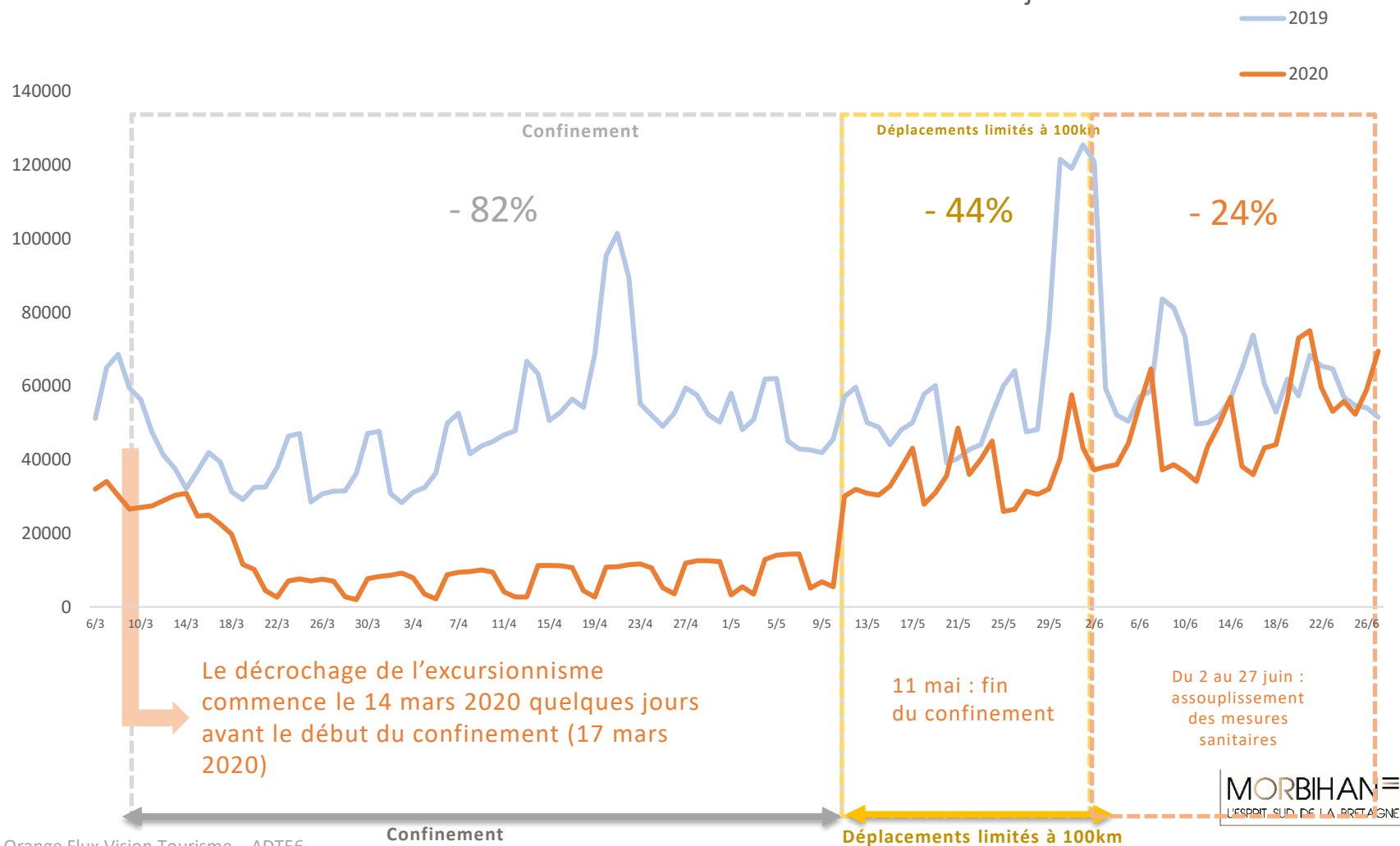
Volume d'excursions et évolution par rapport à 2019, selon périodes d'observation

	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	1 526 163	1 160 923	-24%
Avril	1 613 390	252 214	-84%
Mai	1 729 810	830 066	-52%
Juin (du 1er au 25 juin)	1 651 657	1 204 080	-27%
Du 6 mars au 25 juin	6 081 793	2 730 474	-55%

Baisse de 55% des excursionnistes du 6 mars au 27 juin 2020 (par rapport à la même période en 2019)

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

Nombre d'excursionnistes en Morbihan du 6 mars au 27 juin

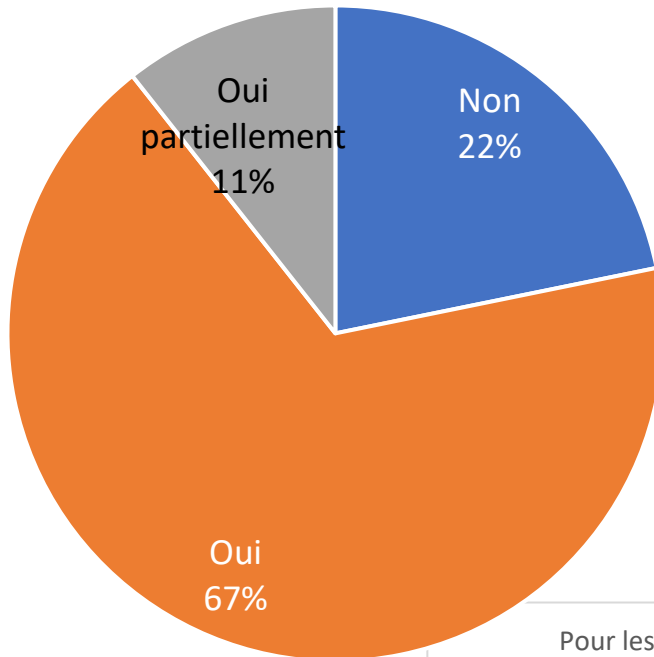


POINT DE SITUATION DES PROFESSIONNELS AU 15 JUIN 2020 (HÉBERGEMENTS ET LOISIRS)

Enquête réalisée en partenariat avec les acteurs institutionnels et les réseaux du tourisme de Bretagne.
Enquête administrée par le CRT Bretagne
Analyse et présentation des données ADT56

Au 15 juin 2020, 78% des structures interrogées ont réouvert, dont 11% partiellement

Votre structure est-elle actuellement ouverte ?

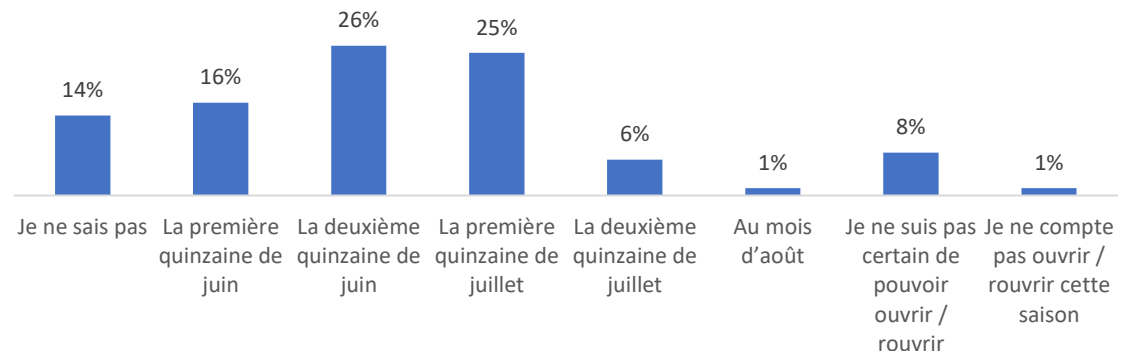


Pour les structures encore fermées, près des deux tiers envisagent une réouverture d'ici la fin juillet.

Près de 8% des structures interrogées pensent ne pas pouvoir rouvrir.

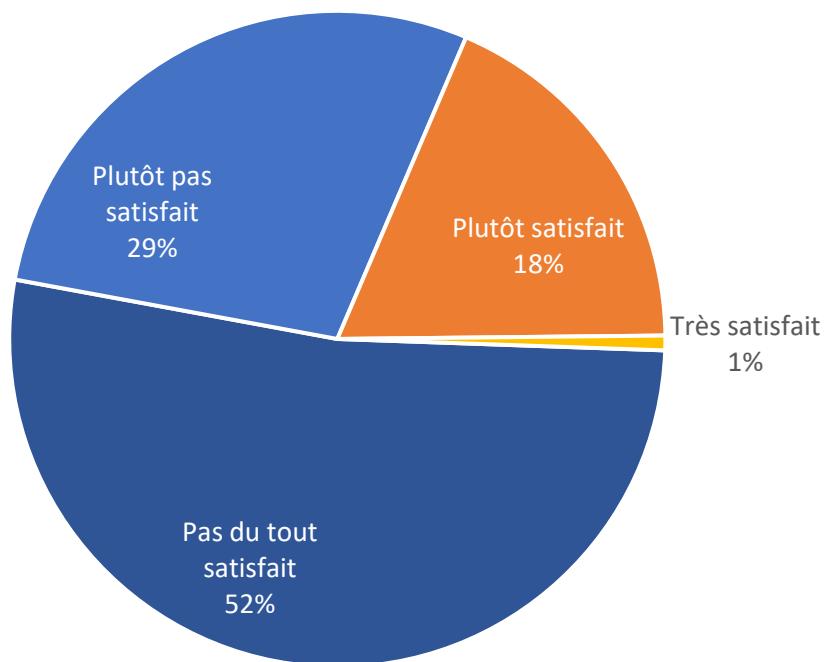


Pour les structures actuellement fermées, à quelle date envisagez-vous une réouverture de votre structure ?



Plus de 80% des professionnels sont déçus par les résultats enregistrés depuis la fin du confinement et la reprise d'activité (résultats en date du 2020)

Depuis la fin du confinement, quel est votre niveau de satisfaction concernant la fréquentation de votre structure ?



Entre mars et juin, la perte de chiffre d'affaires (C.A.) est importante pour l'ensemble des structures.

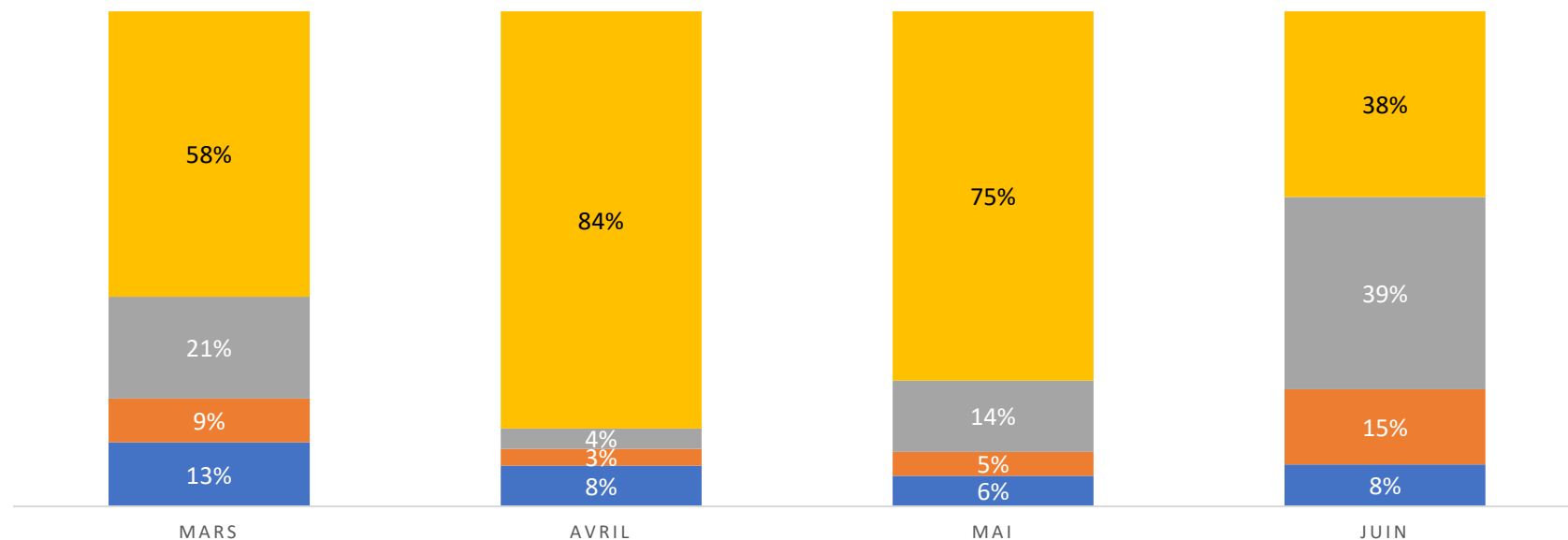
En avril, 84% des structures subissent une baisse de 75 et 100% de leur C.A. habituel sur cette période.

En mai, 75% des structures enregistrent une baisse de 75 et 100% de leur C.A.

En juin, 38% des structures enregistrent entre 75 et 100% de baisse de leur C.A. et 39% des structures ont perdu entre 50 et 75% de leur C.A.

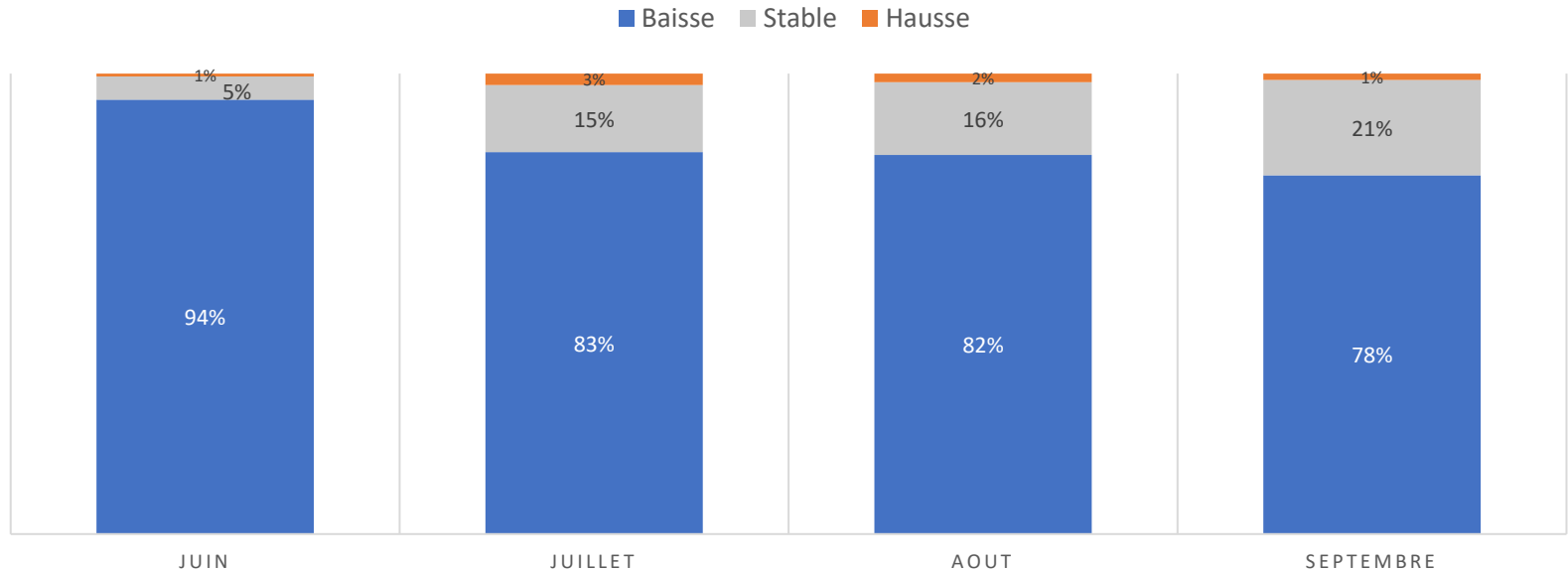
POUVEZ-VOUS ESTIMER LA PERTE DE CHIFFRE D'AFFAIRES POUR LES MOIS SUIVANTS (ET DEPUIS LE DÉBUT DE L'ÉPIDÉMIE EN FRANCE)

■ 0 à -25% ■ -25 à -50% ■ -50 à -75% ■ -75 à -100%



Baisse systématique des réservations pour les mois à venir chez les hébergeurs : en juillet et août, plus de 80% des professionnels enregistrent une baisse de réservations!

A CE JOUR, QUEL EST L'ÉTAT DES RÉSERVATIONS POUR LES SÉJOURS PAR RAPPORT À L'AN PASSÉ À LA MÊME PÉRIODE ? (HÉBERGEMENTS)





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 d'espérer une reprise :

- 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
- La réouverture des campings depuis le 2 juin : mode d'hébergement plébiscité par les touristes !
- 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...

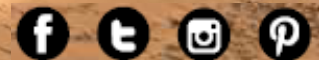
Le choix de la stratégie des canaux de communication, des marchés ciblés et des périodes retenues, ont été l'objet d'une concertation très forte avec les syndicats professionnels UMIH, HPA, Gîtes de France et des clubs loisirs, affaires et green au côté de l'ADT et en concertation avec le Conseil départemental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



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