

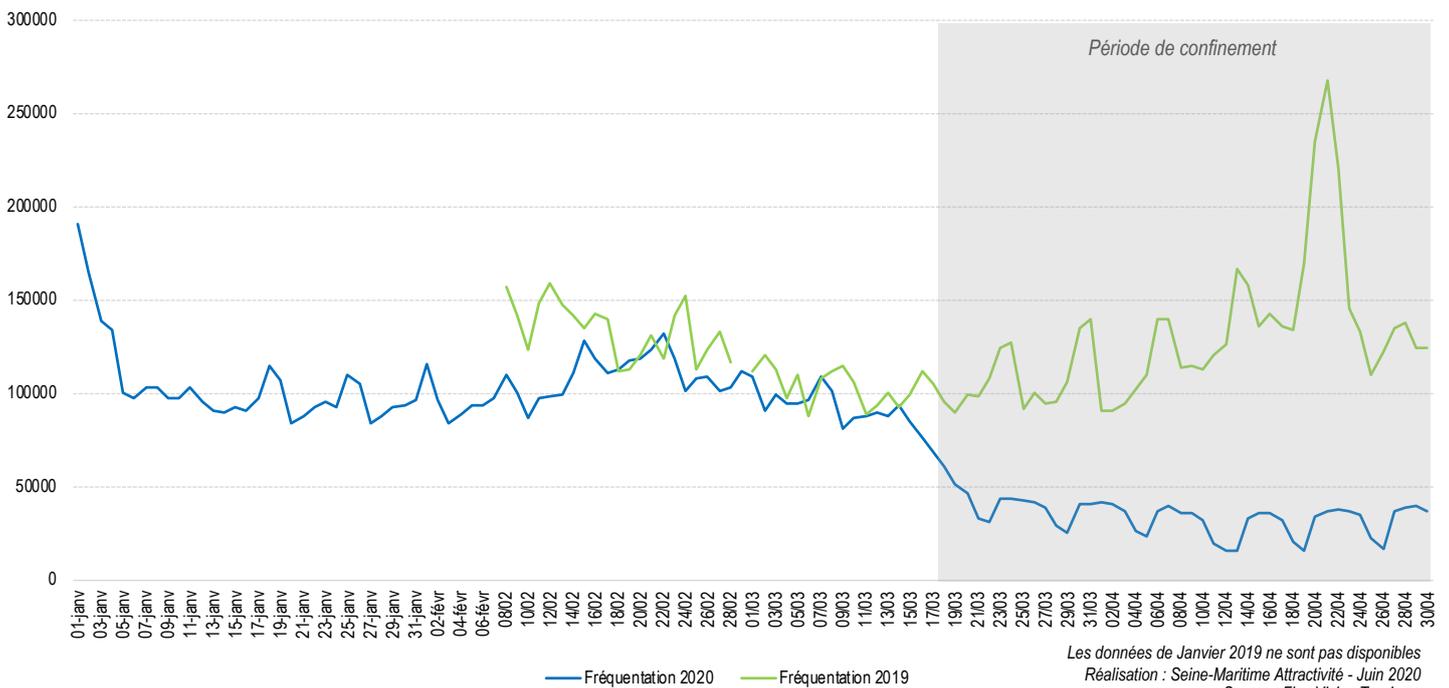
## Les impacts du Covid-19 et du confinement sur l'activité touristique de la Seine-Maritime

Avec l'outil Flux Vision Tourisme, et à partir des résultats de l'enquête réalisée auprès des prestataires touristiques visant à mesurer l'impact de la crise, voici un premier bilan des conséquences du Covid-19 et du confinement sur l'activité touristique de Seine-Maritime.

Quelle est l'ampleur de la baisse de la fréquentation ? Quelles conséquences pour les prestataires touristiques ? Quelles sont leurs attentes et comment envisagent-ils la reprise ?

### Après un début d'année 2020 relativement semblable à 2019, un effondrement logique de fréquentation touristique après la mise en place du confinement

Fréquentation touristique extra-départementale en Seine-Maritime entre Janvier - Avril 2019 et 2020



Sur la période février-avril 2020, le nombre de résidents a augmenté par rapport à 2019 (+9,9 pts), s'expliquant par la venue de personnes ayant choisi la Seine-Maritime pour leur confinement (retour de personnes à leur domicile, retour d'étudiants, venue de résidents secondaires...).

Si la fréquentation touristique en début d'année 2020 rejoignait celle de l'année passée, elle s'est logiquement effondrée à partir du week-end

du 14 mars, précédant la mise en place du confinement le 17. Le nombre de touristes est passé sous le seuil des 90 000 visiteurs dès le 13 mars, puis sous le seuil des 50 000 visiteurs le 20 mars.

Le niveau le plus bas est atteint le 13 avril lors du week-end de Pâques avec environ 15 000 visiteurs. Habituelle destination de courts séjours et de week-ends, la Seine-Maritime avait accueilli plus de 267 000 visiteurs lors

du week-end de Pâques 2019, soit une baisse de 94 %, alors même que le Printemps 2020 s'annonçait sous les meilleurs augures, avec un calendrier favorable (vacances de Pâques, jours fériés) et une météo agréable.

« Flux Vision Tourisme » est une **solution innovante** développée par Orange, co-construite avec le réseau national des CDT/ADT, l'ADN Tourisme (anciennement Tourisme & Territoires).

Cette solution permet de convertir **des millions d'informations techniques du réseau** mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations.

**Une segmentation** (qualification d'un mobile en «touriste», «résident», etc.) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation et des durées et fréquences de séjours.

**Un redressement** est effectué pour passer de x mobiles à y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement en mobile et la part de marché d'Orange.

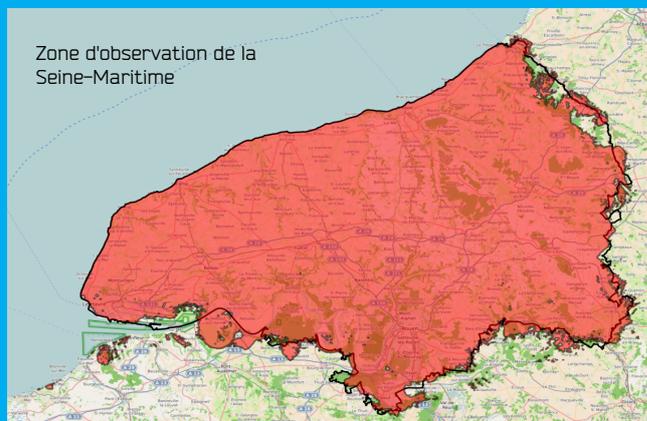
Plusieurs catégories de visiteurs sont observées :

**Touriste** : Personne séjournant sur la zone au moins une nuitée pour tout motif (personnel, professionnel, etc.) et dans toute forme d'hébergement (marchand, résidence secondaire, famille, etc.) qui n'est ni résident, ni habituellement présent.

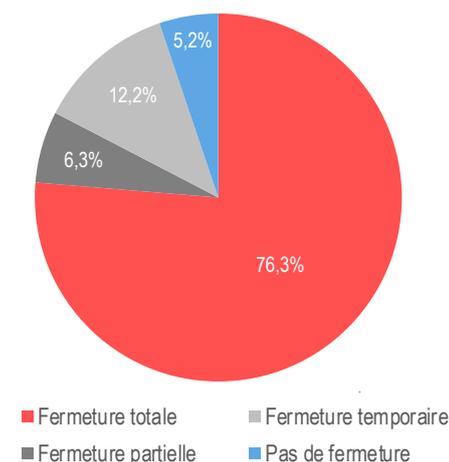
**Excursionniste** : Personne présente plus de 2H sur la zone d'observation, ne réalisant pas de nuitée la veille et le soir du jour étudié et présente moins de 5 fois en journée (5 journées distinctes) sur les 15 derniers jours.

**Résident** : Personne dont la zone de présence majoritaire est dans la zone d'observation et qui a réalisé au moins 22 nuits (pas forcément consécutives) dans sa zone de présence majoritaire (au sein de la zone d'observation).

Les données analysées dans ce document traitent de la zone de la Seine-Maritime et sont issues des études de 2019 (entre le 8 Février et le 30 Avril) et de 2020 (entre le 1er Janvier et le 30 Avril).



Plus de 3/4 des établissements ont dû fermer



## Un tourisme mis à l'arrêt et des professionnels inquiets

Parmi les répondants à l'enquête, 76,3% ont dû fermer totalement suite à la mise en place du confinement, 18,5% partiellement ou temporairement. Il s'agit surtout de propriétaires de meublés, gîtes et locations saisonnières, de chambres d'hôtes ou encore d'hôteliers.

De nombreux professionnels ont eu recours à des solutions afin de soutenir leurs salariés ou leur activité pour limiter l'impact du COVID-19. Si près de la moitié des enquêtés n'ont pas de salarié dans leur établissement, 35,5% ont dû mettre en place le chômage partiel, 15% le télétravail tandis que d'autres ont favorisé les arrêts de travail afin de permettre à leurs salariés de garder leurs enfants (5,6%).

Pour accompagner et soutenir les acteurs du tourisme, le gouvernement a mis en place des dispositifs de soutien. 45,9% des répondants ont assuré avoir lancé les procédures pour en bénéficier tandis que 20,5% d'entre eux estiment que ces aides ne correspondent pas à leur situation. Les solutions les plus mobilisées sont des fonds de solidarité pour les TPE, indépendants et micro-entrepreneurs, des délais de paiement d'échéances sociales et/ou fiscales, des recours à l'activité partielle.

Jusqu'au mois d'Octobre, 60% des répondants ou plus affirment constater une baisse des réservations dans leur établissement. Toutefois, les réservations pour les mois de Septembre et Octobre semblent rester stable pour 21,5% des enquêtés.

Afin de pallier la forte baisse des réservations dans les mois à venir, plus de 70% des professionnels du tourisme interrogés envisagent de se réorienter vers des clientèles de proximité (Normandie et régions limitrophes) ou plus largement vers le marché français.

Près des 2/3 des répondants estiment que leur établissement est mis en péril à long terme à cause de la crise sanitaire actuelle, il s'agit principalement des hôteliers, des restaurateurs, des gestionnaires de campings et d'hébergements collectifs ou encore des activités de loisirs et loisirs sportifs. Au contraire, 20,8% affirment que leur activité n'a pas été mise en péril (surtout les Offices de Tourisme, les sites et lieux de visite et les meublés, les gîtes et les locations saisonnières).

### Méthodologie

Cette enquête a été réalisée par le Comité Régional de Tourisme de Normandie, en partenariat avec la Région Normandie, l'Agence de Développement de la Normandie, Calvados Attractivité, l'Agence de Développement touristique de l'Eure, Latitude Manche, Orne Tourisme, Seine-Maritime Attractivité et les réseaux professionnels du secteur (UMIH, UNAT, FRHPA). 272 professionnels du tourisme de la Seine-Maritime ont participé à cette enquête.



Retrouvez toutes nos publications sur [www.seine-maritime-attractivite.com](http://www.seine-maritime-attractivite.com)

#### > Contacts

Charline FANON  
Chargée d'études, Pôle Développement  
charline.fanon@sma76.fr | 06 47 03 58 66

Fabien LE RUYET  
Chef de Projet Etudes, Pôle Développement  
fabien.leruyet@sma76.fr | 06 86 42 03 40

Seine-Maritime Attractivité  
28 rue Raymond Aron - BP 52  
76824 Mont-Saint-Aignan