

AGENCES

DE VOYAGES

ET GUIDES

ACCOMPAGNATEURS



ÉTUDE DIAGNOSTIC

SORTIE DE CRISE SANITAIRE

ÉDITION 2022


MINISTÈRE
DU TRAVAIL,
DE L'EMPLOI
ET DE L'INSERTION
*Liberté
Égalité
Fraternité*

 OPCO
Mobilités

Compétences en mouvement



SOMMAIRE

1

MÉTHODOLOGIE

2

PRÉSENTATION DE LA BRANCHE

3

**IMPACTS DE LA CRISE SANITAIRE ET
PERSPECTIVES SOCIO-ÉCONOMIQUES**

4

**IDENTIFICATION DES STRATÉGIES
MISES EN ŒUVRE FACE À LA CRISE**

5

**IMPACTS SUR LES MÉTIERS, LES COMPÉTENCES, LES
AIRES DE MOBILITÉ**

PARTIE 1

MÉTHODOLOGIE

- ▶ Démarche détaillée et moyens engagés
- ▶ Note méthodologique



01

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Les entreprises et salariés de la branche des agences de voyages et guides accompagnateurs sont ceux couverts par les conventions collectives nationales IDCC 1710 (agences de voyages) et 412 (guides accompagnateurs). Celles-ci regroupent les activités suivantes :

- Activités des agences de voyages (*code NAF 7911Z*)
- Activités des voyagistes (*code NAF 7912Z*)
- Autres services de réservation et activités connexes, dont guides accompagnateurs (*code NAF: 7990Z*)

A noter cependant, depuis l'arrêté du 23 janvier 2019 portant fusion et élargissement de champs conventionnels (Journal officiel de la République française du 31 janvier 2019), l'IDCC 412 est rattaché à l'IDCC 1710.

CONTEXTE DE L'ÉTUDE ET MOYENS MOBILISÉS

Cette étude présente les résultats du diagnostic de situation pour la branche des agences de voyage, réalisé entre septembre 2021 et février 2022, dans le cadre de l'appel à projets « soutien aux démarches prospectives métiers » du plan d'investissement dans les compétences (PIC) pour la période 2019/2022. Elle vise à évaluer l'impact de la crise sanitaire sur les entreprises du secteur et à formuler des préconisations pour les accompagner ainsi que les salariés sur leurs besoins en emplois et en compétences.

L'étude s'est attachée à :

- Mesurer et analyser les conséquences de la crise sanitaire sur les entreprises de la branche, et leurs salariés (notamment les jeunes, les seniors et les salariés fragilisés) : incidence sur les emplois et les compétences des salariés, impacts économiques, financiers, sociaux, organisationnels...
- Déterminer les stratégies mises en place par les entreprises et les dispositifs utilisés pour faire face au contexte de crise (activité partielle, instauration des protocoles sanitaires, réorganisation interne, apprentissage...).
- Identifier les besoins de formation à court terme afin d'identifier l'impact sur l'emploi et les compétences lors de la reprise de l'activité.
- Identifier les aires de mobilité intrabranche mais aussi les possibilités de passerelles inter branches.

LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- Établir des données objectives quantitatives et qualitatives permettant d'évaluer l'impact de la crise sanitaire sur l'activité, les emplois et les compétences en repérant particulièrement les publics les plus fragilisés et évaluant les évolutions induites en termes de condition de travail et de socio démographie.
- Cerner les stratégies de sortie de crise et de relance et repérer les freins à la reprise pour mettre en évidence les priorités d'accompagnement à envisager.
- Anticiper les besoins en emplois et compétences en lien avec la reprise et la relance pour cadrer les priorités d'action
- Proposer des actions et mesures d'accompagnement RH : formation reconversion, mobilités, ...

LES MOYENS MOBILISÉS

- Analyse documentaire large (*études, baromètres*)
- Recensement et l'analyse des données statistiques existantes (*INSEE, DARES, ACOSS, Panorama de la branche*)
- 5 entretiens téléphoniques réalisés du 30/11/2021 au 10/01/2022 auprès d'entreprises de la branche
- Une enquête en ligne réalisée du 14/12/2021 au 11/01/2022 auprès de 124 entreprises (taux de réponse : 8%)
- 2 ateliers avec des professionnels de la branche pour élaborer les recommandations

Ce travail a été cofinancé à 50% par le ministère chargé de l'emploi (DGEFP) et à 50% par OPCO Mobilités.

PARTIE 2

PRÉSENTATION DE LA BRANCHE

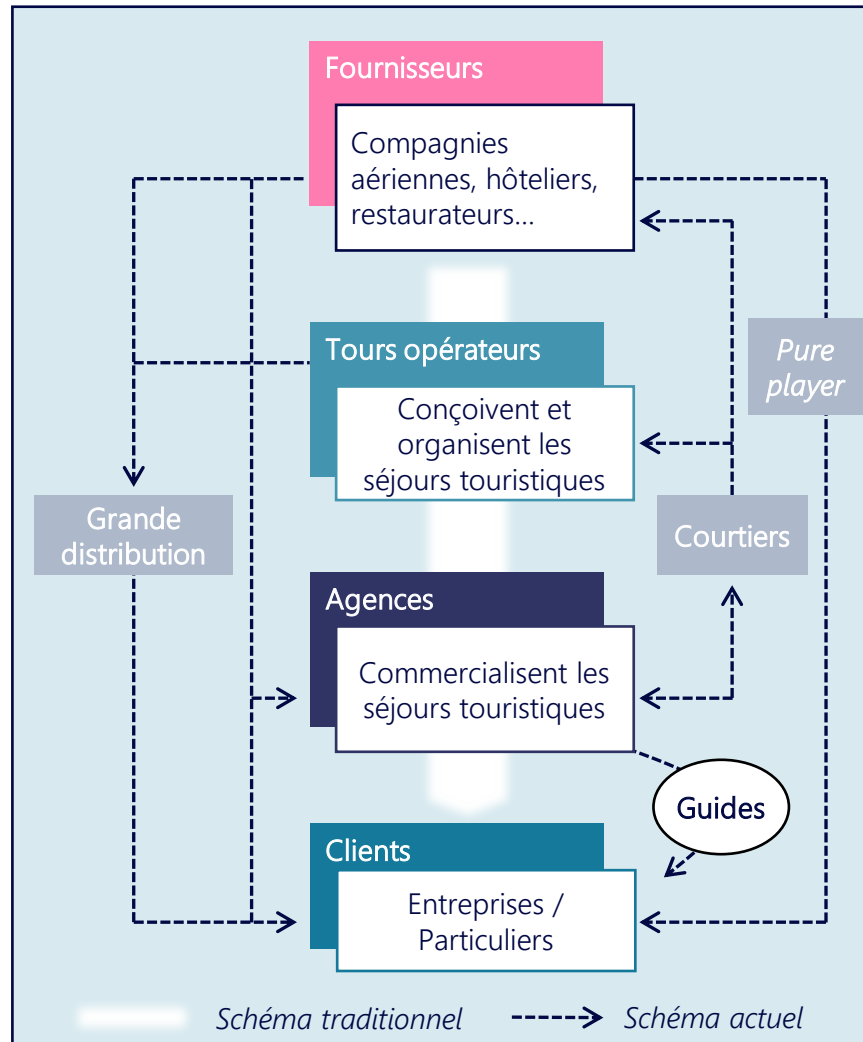
- ▶ Présentation générale du secteur des agences de voyages
- ▶ Portrait statistique de la branche



02

SITUATION DE LA BRANCHE AVANT LA CRISE SANITAIRE

Présentation générale du secteur des agences de voyages



Une activité structurée par le tour-operating et les agences de voyages

Le secteur a longtemps été structuré autour de l'activité des **tours opérateurs** (qui concevaient des séjours touristiques en mobilisant des fournisseurs extérieurs) et des **agences de voyages** (qui distribuaient ces séjours en conseillant les clients). Les guides-accompagnateurs sont quant à eux responsables de la prise en charge des touristes pour le compte des agences.

Toutefois l'arrivée de nouveaux acteurs (courtiers, grande distribution...) et la désintermédiation de la vente par le biais d'outils numériques ont **complexifié la structure du secteur** et rendu **plus poreuse la frontière entre conception et distribution de voyages**. Ainsi, alors que les tours opérateurs peuvent directement commercialiser leurs offres, les agences de voyages peuvent également être amenées à concevoir des séjours et voyages.

Trois pôles principaux structurent le secteur :

- le **tourisme de loisir**, qui s'adresse d'abord aux particuliers ;
- le **tourisme dit d'affaires**, qui regroupe notamment les activités de séminaires ou les voyages liés à la tenue de congrès ou de salons professionnels ;
- les **activités évènementielles** qui ne représentent toutefois qu'une part minime du chiffre d'affaires des entreprises de la branche.

Une activité directement liée au tourisme et à la conjoncture économique, sur laquelle les phénomènes conjoncturels peuvent avoir un impact majeur

Les voyages à destination des particuliers sont directement dépendants de l'activité touristique nationale, fortement liée au pouvoir d'achat et au moral des ménages, eux-mêmes dépendants de la conjoncture économique. Les **voyages professionnels** dépendent, quant à eux de la **santé économique des entreprises** et du niveau global d'activité économique.

Outre l'activité économique, le secteur est très dépendant d'événements externes pouvant impacter le niveau de sécurité des touristes, ainsi que par les événements conjoncturels comme les phénomènes climatiques exceptionnels, les événements géopolitiques défavorables ou les épidémies.

SITUATION DE LA BRANCHE AVANT LA CRISE SANITAIRE

Une branche d'environ 33 000 salariés, en pleine mutation

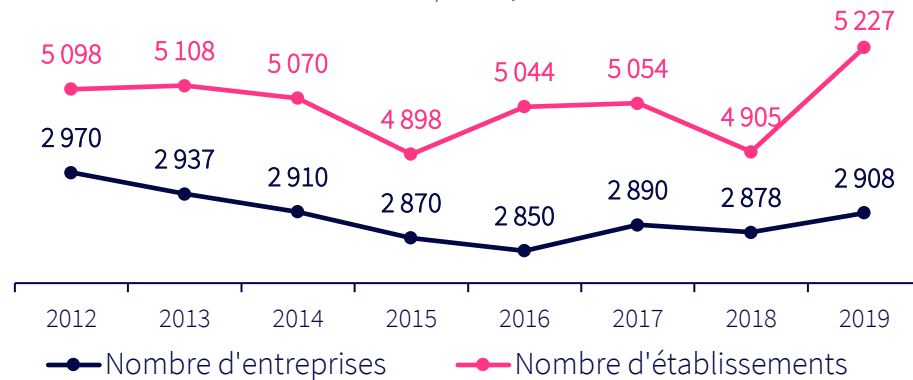
33 000 Salariés
(Source : Panorama de branche 2022)

3 000 Entreprises avec salariés
4 100 entreprises immatriculées
(Source : panorama de branche 2022)

28 Milliards d'euros de volume d'affaires
(Source : panorama de branche 2022)

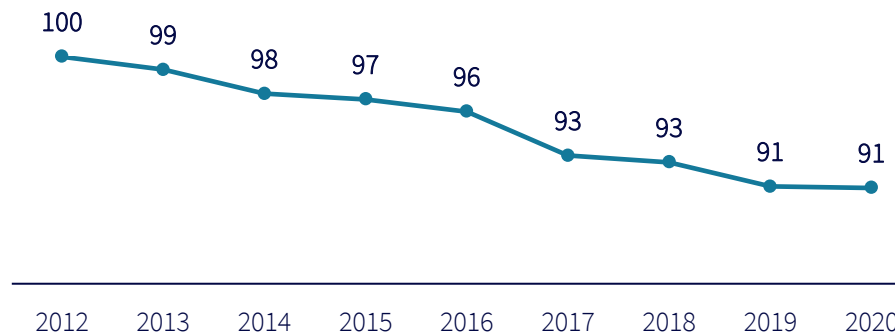
Évolution du nombre d'entreprises avec salariés dans la branche

Source : INSEE/SIREN, Traitement KYU



Évolution du nombre de salariés dans la branche

Source : AcoSS, Traitement KYU - Base 100 en 2012



Le secteur des agences de voyages a connu une décennie de restructuration

Longtemps caractérisée par une grande diversité d'acteurs au regard de son poids économique, la branche a connu une diminution continue de son nombre d'entreprises entre 2012 et 2016. Sur cette période, cet indicateur est en recul de plus de 4%.

Si le nombre total d'entreprises est légèrement reparti à la hausse depuis 2016, cette nouvelle trajectoire ne suffit pas à retrouver le niveau historique du secteur. En 2019, le nombre d'entreprises de la branche était toujours de 3% inférieur à son niveau de 2012.

Dans le même temps, le nombre d'établissements de ces entreprises connaissait une dynamique légèrement différente : après une baisse importante entre 2012 et 2015, le nombre d'établissements du secteur des agences de voyages a connu une croissance de 7% entre 2015 et 2019, et ce malgré un recul ponctuel en 2018.

Cette double dynamique illustre la restructuration progressive du secteur, où désormais, le nombre total d'acteurs est moindre – mais où les entreprises comptent en moyenne plus d'établissements.

Une baisse structurelle du nombre de salariés employés

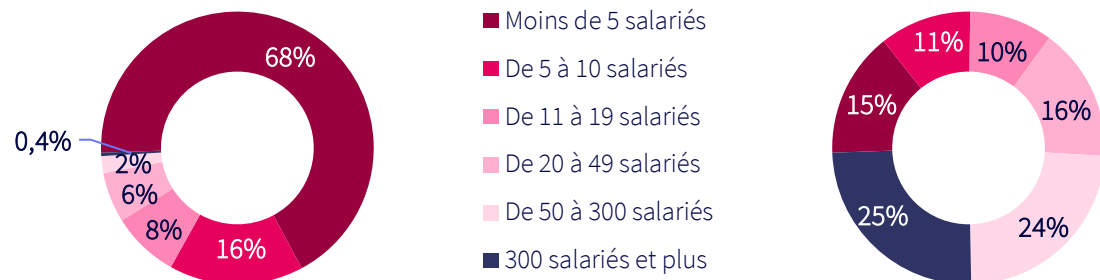
Le nombre total de salariés du secteur est en recul de 9% entre 2012 et 2020, pour un total de 33 000 salariés cette dernière année. En moyenne, cela représente une baisse annuelle d'environ 1% sur la période.

Cette baisse structurelle est l'illustration de l'effort de rationalisation des effectifs engagé par les entreprises du secteur depuis la crise économique et financière de 2009.

SITUATION DE LA BRANCHE AVANT LA CRISE SANITAIRE

Structure statistique de la branche (*Panorama de branche 2022*)

Répartition des entreprises par effectifs salariés Répartition des effectifs salariés par taille d'entreprise



Les TPE ultra-majoritaires, mais des effectifs dispersés dans des entreprises de toutes tailles

Les entreprises de moins de 11 salariés représentent toujours 84% des entreprises du secteur.

Les effectifs de la branche se répartissent plutôt équitablement entre les entreprises de moins et de plus de 50 salariés. Si les TPE représentent plus de 80% des entreprises du secteur, elles n'emploient qu'un quart des effectifs (contre 40% en moyenne pour l'ensemble du secteur hôtellerie, restauration, tourisme). À l'inverse, les 9 entreprises de plus de 500 salariés emploient environ 19% des effectifs de la branche.

Une branche jeune, féminine et majoritairement composée d'employés

Les moins de 30 ans représentent 23% des salariés de la branche et 50% des effectifs ont moins de 35 ans (*source : Les entreprises du Voyage*). À l'inverse, les salariés seniors sont moins nombreux dans la branche que dans les autres branches du transport : les plus de 50 ans ne représentent que 21% des effectifs.

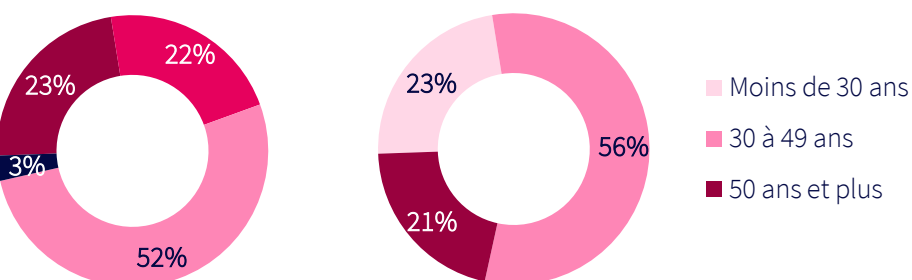
La branche des agences de voyages et guides accompagnateurs est très largement plus féminine que la moyenne d'ensemble des branches professionnelles : 74% des salariés sont des femmes.

Enfin, 52% effectifs salariés sont composés d'employés. L'autre partie des effectifs se répartit équitablement entre les cadres (23%) et les professions intermédiaires (21%).

Répartition des salariés par catégorie professionnelle



Répartition des effectifs salariés par âge



SITUATION DE LA BRANCHE AVANT LA CRISE SANITAIRE

Une croissance de l'activité dopée par l'explosion des flux touristiques et la hausse des dépenses (1/2)

Les dépenses de voyage des français connaissent une croissance importante avant la crise sanitaire

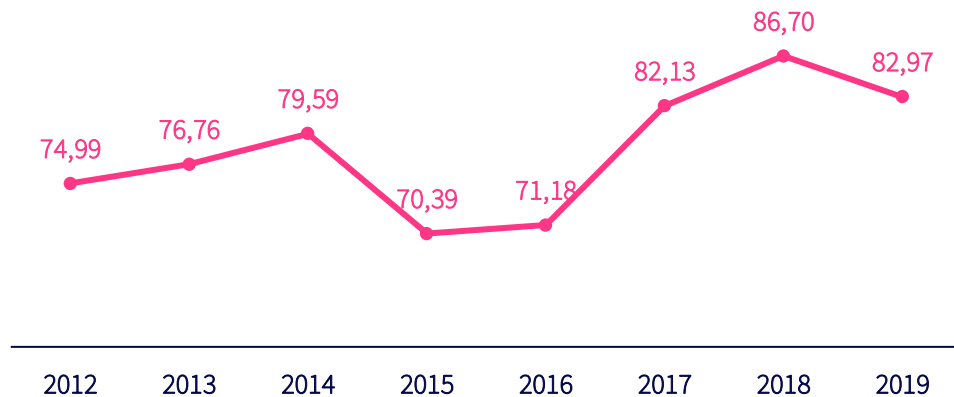
Les dépenses moyennes des français par voyage ont connu une hausse continue entre 2012 et 2018, avant un léger recul en 2019. Sur la période, elles ont augmenté de 15%, soit une hausse annuelle moyenne d'un peu plus de 2%.

Cette croissance importante, supérieure à la croissance annuelle du PIB (+1,7% en moyenne sur la période) a permis d'alimenter la croissance économique du secteur des agences de voyages et guides accompagnateurs, comme de l'industrie touristique dans son ensemble.

Ces dépenses étaient néanmoins en baisse entre 2018 et 2019 (-2,8%).

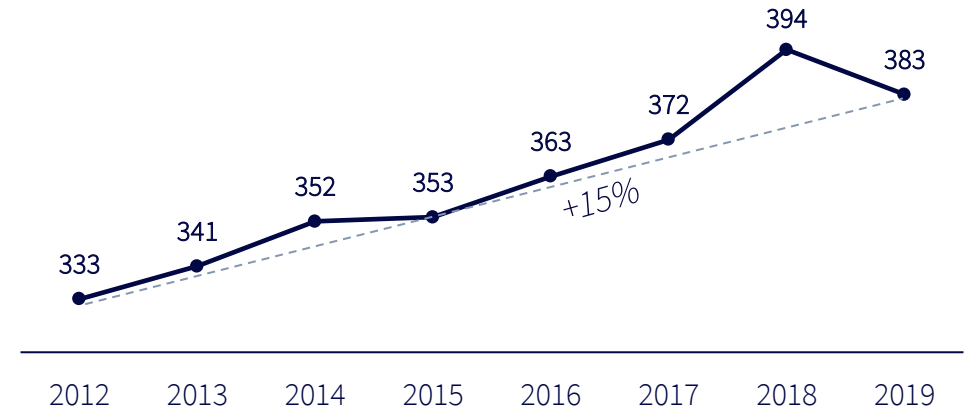
Évolution des dépenses pour séjours de tourisme des français, en milliards d'euros

Source : Eurostat, 2021



Évolution des dépenses moyennes des français par voyage, en euros constants

Source : Eurostat, Traitement KYU (2020)



Une trajectoire globale de croissance depuis 2012

Sur l'ensemble de la période 2012-2019, les dépenses pour séjours de touristes des français ont crû de 10,6%. Cette croissance a cependant connu plusieurs phases.

Après une première période de croissance entre 2012 et 2014 sur fond de rebond après la crise de 2009, les dépenses totales pour séjours de tourisme des français ont atteint 79,6 milliards d'euros (+6,13% en deux ans).

Les années 2015 et 2016 sont marquées par un recul important mais conjoncturel, expliquée notamment par l'impact de la baisse des prix du pétrole sur les dépenses de transports (Source : DGE), et par une moindre consommation touristique (notamment en IDF) du fait des attentats terroristes de ces deux années.

Les dépenses sont ensuite reparties à la hausse, notamment entre 2016 et 2018 (+21,8% en deux ans). Le recul enregistré en 2019 s'explique surtout par les grandes grèves du secteur des transports (SNCF notamment) de décembre.

SITUATION DE LA BRANCHE AVANT LA CRISE SANITAIRE

Une croissance de l'activité dopée par l'explosion des flux touristiques et la hausse des dépenses (2/2)

La croissance générale du secteur tourisme avant la crise sanitaire se traduit dans l'activité de la branche

Entre 2012 et 2018, la consommation de services des voyagistes et agences de voyages a progressé de 17,8%, pour atteindre 8,6 milliards d'euros.

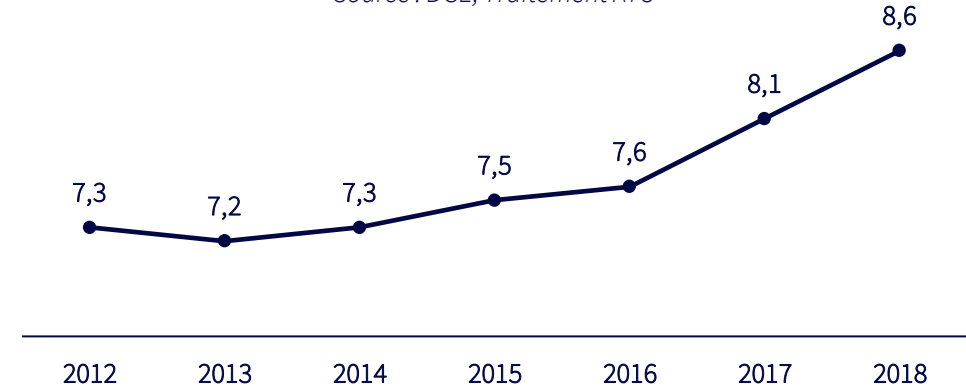
Cette croissance s'est caractérisée par deux phases distinctes :

- Une relative stagnation entre 2012 et 2016 (+4,1% sur quatre ans),
- Une forte accélération en 2017 et 2018, deux années record pour le tourisme français (+13,1% en deux ans).

Cette évolution montre la forte corrélation existante entre les dépenses de tourisme et l'activité des agences de voyages, qui ont toutefois réussi à éviter un impact négatif trop important des attentats terroristes en 2015 et 2016.

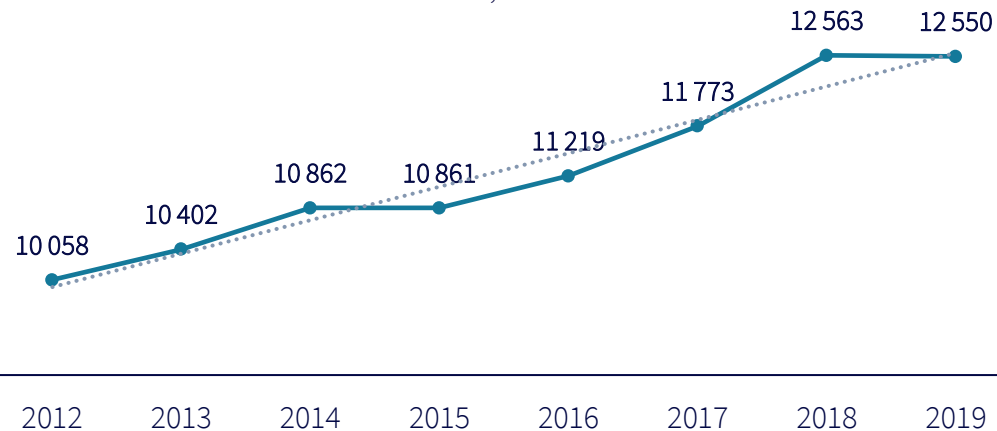
Évolution de la consommation touristique pour les services des voyagistes et agences de voyages, en milliards d'euros

Source : DGE, Traitement KYU



Évolution du chiffre d'affaires pré-crise sanitaire, en millions d'euros

Source : INSEE, Traitement KYU



Porté par la bonne santé du tourisme, le chiffre d'affaires de la branche connaît une trajectoire ascendante avant 2020

Sur sept ans, entre 2012 et 2019, le chiffre d'affaires de la branche est en hausse d'environ 25%. Le taux de croissance annuel moyen de la branche a atteint 3,2% sur la période, soit près de deux fois plus que l'augmentation annuelle du PIB sur la période.

La croissance du secteur connaît de plus une accélération importante entre 2016 et 2018 (+5% par an en moyenne), avec une pointe à +6,7% entre 2017 et 2018. Cette accélération correspond à la période post-attentats identifiée précédemment.

Cette trajectoire positive est cependant stoppée en 2019 (-0,1%).

Note : Si la dynamique de croissance de la branche est portée par les flux touristiques dans leur ensemble, le chiffre d'affaires de cette dernière ne représente qu'environ 5% de la consommation touristique intérieure (Source : Direction générale des entreprises).

PARTIE 3
**IMPACTS DE LA CRISE
SANITAIRE ET PERSPECTIVES
SOCIO-ÉCONOMIQUES**

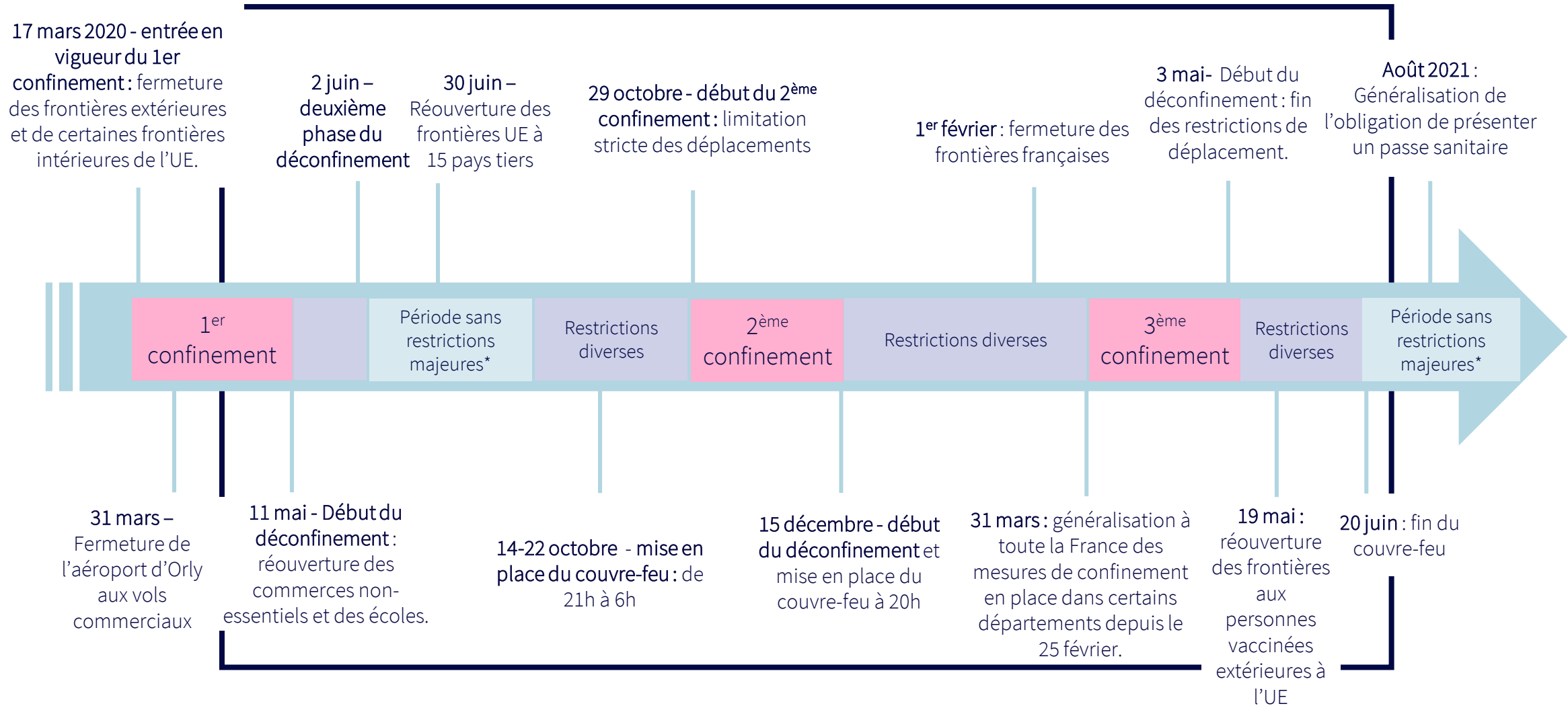
- ▶ Situation de la branche
- ▶ Situation par sous-catégories d'activité

03



RAPPEL RESTRICTIONS GOUVERNEMENTALES 2020-2021

L'ensemble des restrictions mise en place depuis mars 2020 ont pesé sur l'activité économique générale.
Leur nature et leur temporalité ont eu des impacts particulièrement forts sur la branche des agences de voyages et guides accompagnateurs.



Au total, les périodes sans restrictions majeures n'ont concerné qu'environ 30 % des jours depuis mars 2020.

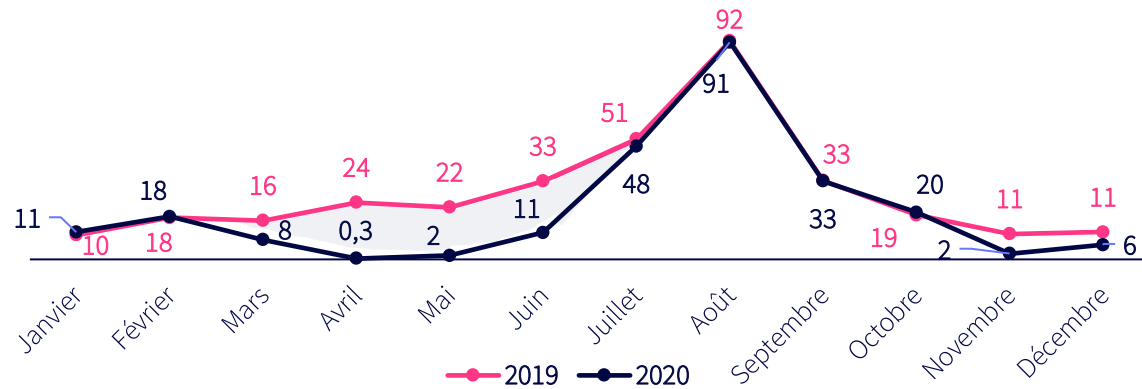
*hors DROM-COM

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

Un recul historique de l'activité touristique (1/2) : moins de départs, moins loin

Évolution du nombre de nuitées marchandes passées par les résidents en 2019 et 2020, en millions (champ: France métropolitaine)

Source : INSEE, 2021



Indicateur clé pour l'activité des agences de voyages, le taux de départ des résidents s'est effondré en 2020

Après un début d'année encourageant, le taux de départ des résidents a logiquement pâti des restrictions de déplacements du confinement et des phases ultérieures (règle des 100km...). Il n'a jamais complètement retrouvé son niveau d'avant-crise, y compris pendant les mois d'été.

Ainsi, au mois de mars, seuls 12% des résidents ont voyagé (hors motif professionnel), contre 20% en temps normal. Ils étaient à peine 1% en avril (-96% par rapport à 2019), un mois habituellement très prisé des touristes. L'amélioration perceptible sur les mois d'été n'est, là encore, pas suffisante pour égaler la situation de 2019 (38% de départs en août contre 43% en temps normal, par exemple).

Outre ces taux de départs très bas, le repositionnement d'une grande partie de la demande vers l'offre intérieure a également pénalisé l'activité des voyagistes et des agences de voyage.

61

milliards d'euros

de recettes manquantes pour le secteur du tourisme en France en 2020 (Source : médiateur du tourisme et du voyage 2021). Il s'agit d'une perte de recettes près de dix fois supérieure à ce qui a été observé en 2009.

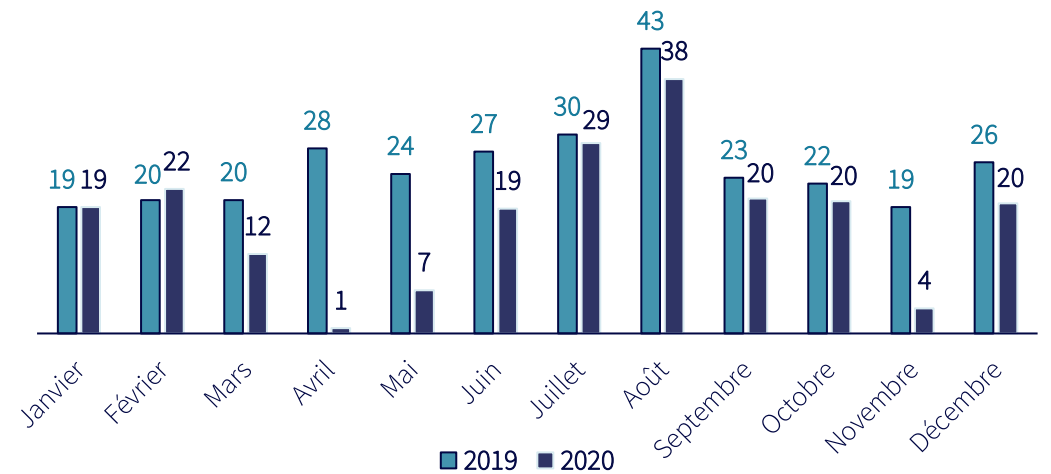
Un recul fort et durable de la fréquentation à partir du premier confinement

Le nombre de nuitées marchandes passées par les résidents français sur le territoire connaît une baisse très importante dès le mois de mars (-50% par rapport à 2019), et jusqu'au mois de juillet 2020.

Les voyages des français ayant partiellement repris à partir du mois de juin, le nombre de nuitées marchandes passées par les résidents se maintient durant l'été 2020 à un niveau quasi-semblable à celui de 2019. Pour autant, ce n'est pas suffisant pour rattraper les pertes accumulées en mars et juin, qui sont encore alourdies en fin d'année au moment du deuxième confinement : au total, sur l'ensemble de l'année, le nombre de nuitées marchandes est en recul de plus de 89 millions.

Taux de départ mensuel des résidents voyageant pour motif personnel

Source : INSEE, 2021 – données exprimées en pourcentage

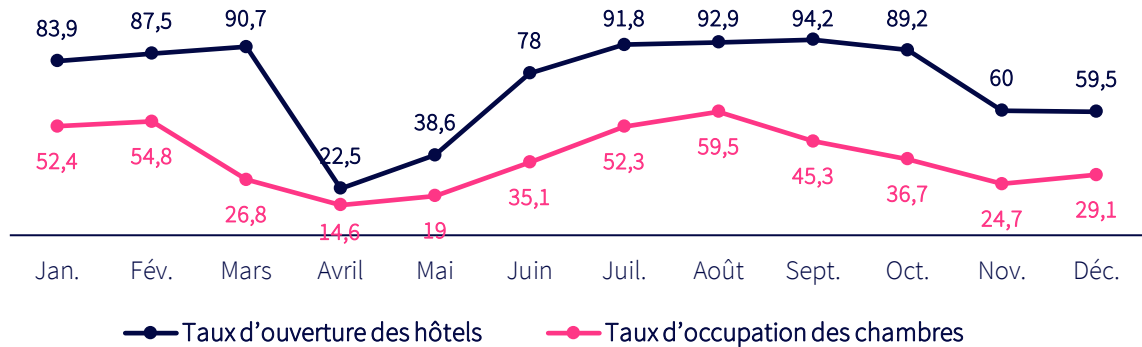


IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

Un recul historique de l'activité touristique (2/2) : l'effondrement de la fréquentation hôtelière

Évolution des taux d'ouverture et d'occupation des hôtels en France en 2020, en pourcentage

Source : INSEE, 2021



Malgré une amélioration partielle à l'été 2020, la fréquentation des hôtels n'a jamais retrouvé son niveau d'avant-crise

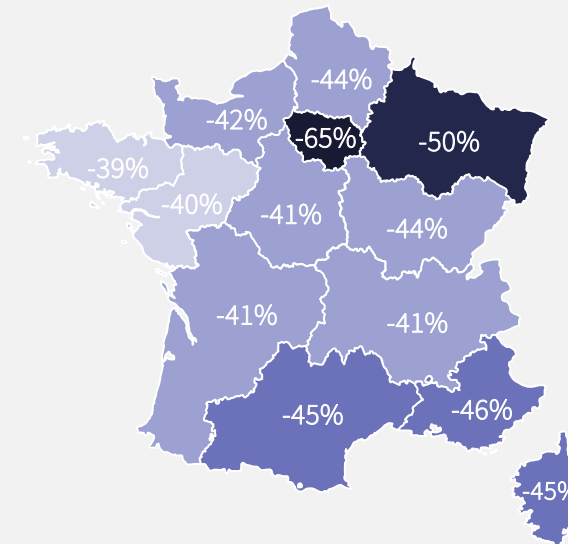
A compter du mois de mars puis sur l'ensemble de l'année 2020, baisse de l'offre et effondrement de la demande ont conduit à un très fort recul des taux d'ouverture des hôtels et d'occupation des chambres.

Côté offre, le premier confinement a conduit à la fermeture de la grande majorité des hôtels. En avril, le taux d'ouverture des établissements français s'est retrécté à un plus bas historique (22,5%), avant de rebondir progressivement en mai (38,6%), juin (78%) et juillet (91,8%). De nouvelles fermetures sont intervenues à l'automne (deuxième confinement...).

Cette chute de l'offre est davantage une conséquence qu'une explication de l'effondrement historique de la fréquentation cette année-là. Ainsi, le taux d'occupation des chambres est resté particulièrement faible sur toute la période, avec une baisse initiale de 51,1% entre février et mars, puis à nouveau de 45,5% entre mars et avril. Il s'est ensuite partiellement redressé à l'été 2020, avant de connaître une baisse concomitante à la reprise épidémique au deuxième semestre de cette même année.

Évolution des nuitées hôtelières par région, 2020/2019

Source : INSEE, 2021



L'industrie du tourisme davantage pénalisée en Île-de-France qu'ailleurs

La région Île-de-France a été largement plus impactée que les autres par la chute historique du tourisme. Deux caractéristiques du tourisme francilien l'expliquent :

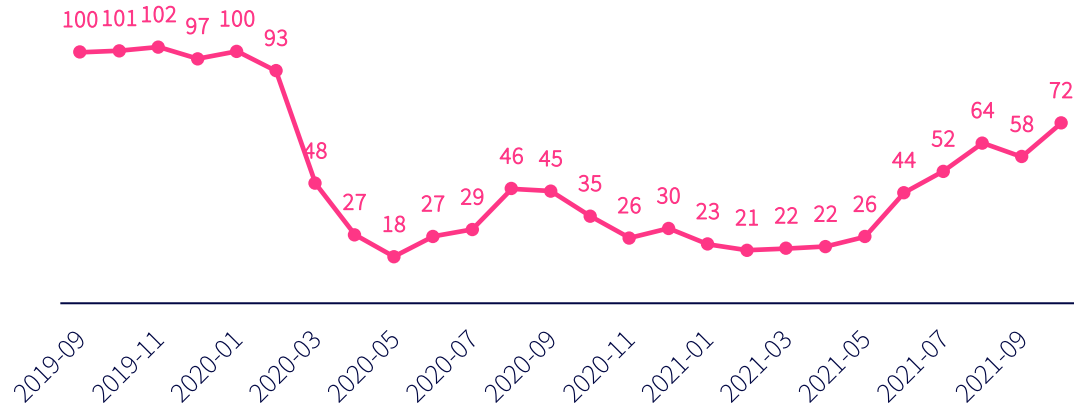
- La part très importante occupée par la clientèle internationale, (50% des nuitées effectuées par les touristes étrangers en France le sont en IDF), d'abord, dans la mesure où les arrivées internationales ont connu un recul plus important et plus durable que les autres types de clientèles,
- Le rôle joué par le tourisme d'affaires (et notamment les salons et congrès) dans la région parisienne : là encore, la crise sanitaire a eu un impact plus fort sur ce type de tourisme que sur le reste de l'activité.

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Une baisse brutale et durable du chiffre d'affaires (1/3) : à l'échelle de la branche

Évolution du chiffre d'affaires mensuel de la branche – Base 100 septembre 2019

Source : INSEE, Traitement KYU 2021



Note : la faillite du géant **Thomas Cook** en septembre 2020 a pu fragiliser encore davantage la branche déjà fortement impactée par la crise sanitaire ainsi que son organisme de solidarité (Association de solidarité professionnelle du tourisme).

Les agences de voyages ont particulièrement souffert du succès de la « destination France » pour les touristes français en 2020 et 2021

Si les touristes résidents ont permis de sauver une partie de l'activité dans le secteur touristique français de manière générale, le fait qu'une part importante des français partant d'habitude à l'étranger soient restés en France a constitué une difficulté supplémentaire pour la branche. Les français font en effet davantage appel aux agences et aux voyagistes lorsqu'ils partent à l'étranger que lorsqu'ils restent sur le territoire national – en 2016, près de 80% des clients des agences françaises effectuaient un voyage à l'étranger (Source : *Panorama de branche 2016, Les Entreprises du Voyages*).

Le chiffre d'affaires n'a toujours pas retrouvé son niveau d'avant-crise

Le chiffre d'affaires mensuel de la branche s'est effondré à la fin du premier trimestre 2020, ne connaissant par la suite que des améliorations partielles durant les étés 2020 et 2021.

Le recul de l'activité dans la branche s'est amorcé dès le mois de février 2020 (-7,8% sur un mois, un recul déjà historique), une conséquence d'un premier ralentissement de l'économie mondiale du fait du confinement chinois mais aussi de l'impact négatif de l'incertitude sur les réservations de voyages face à l'évolution d'une situation sanitaire de plus en plus médiatisée.

Le confinement et les autres restrictions (notamment la fermeture des frontières de l'Union Européenne) mises en place à la mi-mars ont ensuite conduit à une division par deux du chiffre d'affaires de la branche, qui a continué son recul en avril pour atteindre un point « plancher » en mai 2020, où il n'a représenté que 18,4% de son niveau du mois de janvier.

Si le déconfinement a permis le retour progressif d'une part de l'activité (qui a été multipliée par 2,4 entre mai et août 2020), le chiffre d'affaires de la branche s'est maintenu à un niveau inférieur à la moitié du niveau d'avant-crise jusqu'en juillet 2021.

Le caractère très limité du rebond estival s'explique, outre la persistance de certaines restrictions sur le territoire national, par la fermeture de bon nombre de frontières internationales, notamment en Asie, en Océanie et dans les Amériques. Ces destinations long-courriers sont en effet bien souvent le cœur de métier des agences de voyages et voyagistes, qui ont donc été privés d'une part conséquente de leur marché habituel.

L'incertitude entourant la situation sanitaire pénalise l'activité

L'incertitude généralisée a quant à elle dissuadé les consommateurs français d'organiser ou de réserver à l'avance d'éventuels voyages, privant ainsi le secteur de sources anticipées de revenus. Ainsi, en août 2021, le chiffre d'affaires de la branche est toujours inférieur de plus d'un tiers à son niveau d'avant-crise. Sur la période septembre-novembre 2021, la baisse par rapport à 2019 est toujours de l'ordre de 25% (Source : *Le Monde / EdV*).

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Une baisse brutale et durable du chiffre d'affaires (2/3) : à l'échelle des sous-secteurs

L'ensemble des sous-secteurs constitutifs de la branche sont aussi durement impactés

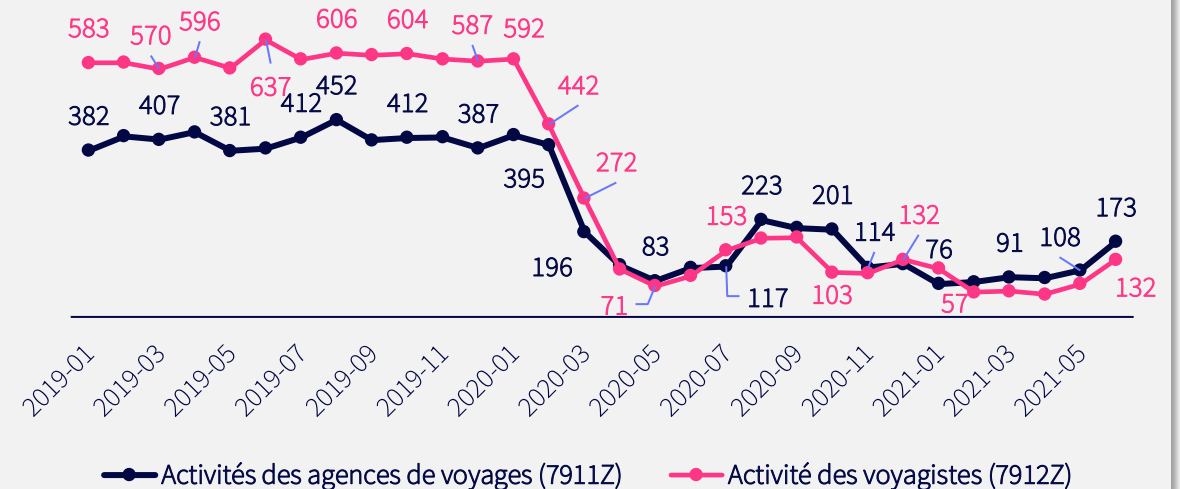
Tous les sous-secteurs d'activité de la branche ont été grandement affectés par la crise sanitaire. Les activités de tour-operating (activités des voyagistes) ont connu une baisse encore plus sensible que les autres (moindre capacité à proposer de nouvelles offres notamment en France), et représentent désormais un chiffre d'affaires plus faible que celui des agences de voyages.

Le chiffre d'affaires des activités des agences de voyages a connu une chute de 79% entre février et mai 2020. La remontée partielle de l'activité lors du déconfinement de l'été n'a pas du tout permis de retrouver un niveau d'avant-crise : en juillet 2020, le chiffre d'affaires ne représentait qu'à peine 28,4% de son niveau de juillet 2019. Au plus fort du rebond, en août, ce ratio n'excédait pas 49,3%.

Le redressement à l'été 2020 a été encore plus modéré en ce qui concerne l'activité des voyagistes. Après une baisse du chiffre d'affaires mensuel de 81,4% entre janvier et mai, la production économique du secteur n'a connu qu'un timide rebond entre juin et septembre 2020 (ce mois-là, le chiffre d'affaires n'a représenté que 30,1% de son niveau de 2019). Le chiffre d'affaires est désormais inférieur à celui des agences de voyages.

Évolution du chiffre d'affaires des agences de voyages et voyagistes, en millions d'euros,

Source : INSEE, Traitement KYU 2021



IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Une baisse brutale et durable du chiffre d'affaires (3/3) : résultats clés de l'enquête en ligne

Évolution du chiffre d'affaires, par rapport à 2019

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



Le recul de l'activité observé au début de la crise s'est poursuivi en 2021

- La proportion d'entreprises n'ayant pas connu de baisse de leur chiffre d'affaires par rapport à 2019 ne progresse que de cinq points en 2021, à 7%.
 - Les principales évolutions concernent l'importance du recul du chiffre d'affaires : si 55% des entreprises interrogées ont connu une baisse de plus de 80% en 2020, elles ne sont plus que 37% dans cette situation en 2021.
- La proportion d'entreprises ayant connu une baisse de chiffre d'affaires de moins de 40% est elle passée de 18% en 2020 à 30% en 2021.

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Le cas spécifique des guides accompagnateurs

Très touchés par la crise, les guides accompagnateurs ont été inégalement aidés

Particulièrement affecté par la **fermeture des lieux culturels et la désertion des touristes internationaux**, le sous-secteur des guides accompagnateurs est caractérisé par une **grande diversité des situations**.

Les guides salariés ont été davantage impactés que les autres, et n'ont bien souvent pas pu bénéficier du dispositif d'activité partielle. Ils sont ainsi près de la moitié à n'avoir reçu aucune aide (*Source : DARES*), et à peine 20% à avoir pu bénéficier du dispositif du chômage partiel (*Source : Les Échos*).

En cause, le fait qu'une grande partie d'entre eux soient employés par des agences de voyages sous le régime du CDD d'usage : nombreux sont les employeurs de guides qui n'ont pas engagé les démarches pour demander l'activité partielle de ces derniers – souvent pour s'éviter de nouvelles contraintes administratives (*source : Les Échos*).

S'ils ont connu le même arrêt brutal de leur activité, **les guides indépendants ont été, dans l'ensemble, davantage aidés**. Nombreux sont ceux qui ont pu avoir recours au fonds de solidarité par exemple. De même, 27% ont pu faire appel à l'aide exceptionnelle de la Caisse interprofessionnelle de prévoyance et d'assurance vieillesse des professions libérales (une aide forfaitaire de 1 392€).

24
Millions d'euros

De **perte globale de chiffre d'affaires** pour les guides-conférenciers pendant le premier confinement (*Source : FNGIC*)

45%

Des guides songeraient à **changer de métier** après la crise sanitaire (*Source : FNGIC*)

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Focus sur le tourisme d'affaires

Les voyages d'affaires connaissent une baisse plus conséquente et plus durable que le tourisme de loisirs

En 2020, le tourisme d'affaires a connu une chute historique de son chiffre d'affaires (-70%). Si la levée progressive des restrictions stimule ce segment d'activité, la reprise devrait être beaucoup plus longue que dans les autres segments de l'activité des agences de voyages.

Le chiffre d'affaires des voyages d'affaires est ainsi passé de 29,9 à 8,9 milliards d'euros entre 2019 et 2020, une conséquence directe de la fermeture des frontières et de l'interdiction des rassemblements pendant une grande partie de l'année (restriction ayant conduit à l'annulation de nombreux séminaires et salons professionnels, notamment).

Selon les estimations des professionnels du secteur, le chiffre d'affaires ne devrait pas retrouver son niveau d'avant-crise avant de nombreuses années ; en 2022, il pourrait au mieux représenter 58% de son niveau de 2019.

-80% | de chiffre d'affaires pour le MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) en 2020 (Source : EPSA/IFTM – L'écho touristique)

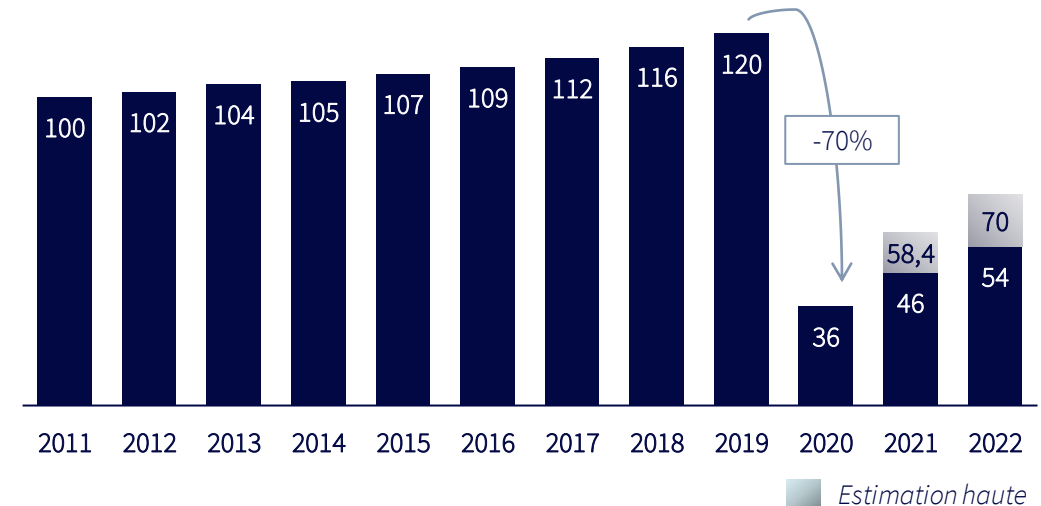
Une reprise très progressive encore éloignée des niveaux d'activité d'avant-crise

La reprise observée en 2021 se limite à une activité entre 40 et 50% de son niveau de 2019 – un niveau certes meilleur que 2020, mais loin d'être suffisant pour envisager une sortie de crise durable du secteur (Source : baromètre EPSA/IFTM).

En 2022, entreprises et acteurs du secteurs anticipent un volume d'affaires à 60% de son niveau d'avant-crise, confirmant le redémarrage très partiel des voyages d'affaires en France. Sur le long terme, on estime en 2021 que de 20 à 30% du marché d'avant-crise pourrait avoir disparu durablement, notamment du fait des nouveaux outils digitaux et des considérations RSE (responsabilité sociétale des entreprises) des entreprises clientes.

Évolution du chiffre d'affaires du voyage d'affaires en France

Source : Les Échos / IFTM-EPSA, Traitement Kyu – Base 100 en 2011



Contrairement au tourisme de loisir, les perspectives de croissance à moyen-terme du tourisme d'affaires restent très impactées

La maîtrise de l'impact carbone est devenue une préoccupation importante voire prioritaire pour de nombreuses entreprises, qui semblent par exemple plus réticentes à faire prendre l'avion à leurs salariés.

Entreprises et salariés sont également plus nombreux qu'avant à déclarer favoriser les déplacements uniquement quand ces derniers sont « absolument décisifs ».

La proportion de salariés jugeant « inutile » une partie des déplacements professionnel est également en hausse (Source : baromètre EPSA/IFTM).

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Créations et radiations d'entreprises

Évolution du solde des créations et radiations d'entreprises, périmètre IDCC 1710

Source : Infogreffe, Traitement KYU



Les créations d'établissements ont été fortement impactées par la crise sanitaire. Les créations d'entreprises au sein de la branche ont chuté en 2020.

En parallèle, le nombre de radiations d'entreprises a fortement augmenté; ce qui a eu pour conséquence de maintenir négatif le solde net des créations d'entreprises dans la branche.

Ce dernier n'a pas retrouvé de valeur positive depuis le début de la crise sanitaire, et ce, malgré un redressement partiel entre la fin 2020 et le deuxième trimestre 2021.

Si une dynamique de baisse du nombre d'entreprises dans la branche était déjà perceptible avant la crise sanitaire, le premier confinement a vu cet indicateur s'effondrer (-37 entreprises au troisième trimestre 2020, contre seulement -13 au premier trimestre). Sur l'ensemble de l'année 2020, et malgré un rebond au quatrième trimestre, l'impact de la crise est clair : le nombre d'entreprises dans la branche a baissé de 104.

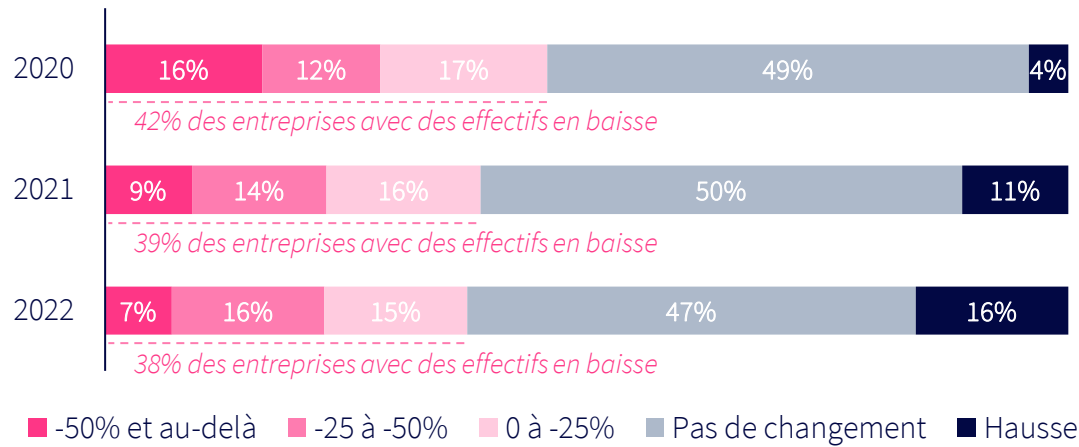
L'effet de la crise est similaire en 2021 : sur un an le nombre d'entreprises de la branche est en recul de 95. Ces données semblent confirmer le caractère très progressif de la reprise économique de la branche.

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Effets sur l'emploi (1/3) : une baisse importante des effectifs et des recrutements

Impact de la crise sanitaire sur les effectifs salariés, en pourcentage des entreprises (par rapport à l'effectif 2019)

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



Forte baisse puis reprise progressive des recrutements

La crise de la COVID19 a précipité une chute importante des recrutements des agences de voyages. Dès le premier confinement, le nombre d'offres d'emplois publiées dans le secteur connaît une baisse de 57,6% (T2 2020/T1 2020). Le nombre d'offres publiées reste ensuite très inférieur à son niveau d'avant-crise pendant toute la fin d'année 2020, ainsi qu'au T1 2021.

Si une amélioration sensible est perceptible dès le T2 2021 (les entreprises du secteur ayant anticipé une reprise progressive de l'activité à l'été), elle ne dure pas : le nombre d'offres publiées recule à nouveau au T3 2021.

Cette baisse du nombre d'offres d'emplois publiées est d'autant plus notable que la baisse du nombre d'embauches réelles est vraisemblablement encore plus importante : fragilisés par le manque d'attractivité de certains postes, les recrutements ont pu être de plus en plus difficiles – rallongeant mécaniquement le temps de publication de certaines offres.

De nombreuses entreprises de la branche ont connu des baisses significatives d'effectifs

L'impact de la crise sanitaire sur l'emploi est important et durable. Face à l'effondrement de l'activité et à la généralisation des fermetures de frontières, plus de 42% des entreprises ont connu des baisses d'effectifs sur la première année de la pandémie.

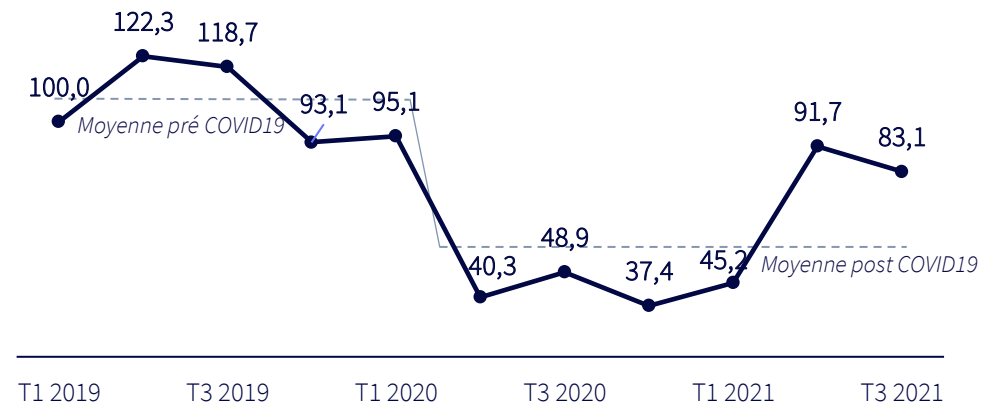
Malgré l'avancement des campagnes de vaccinations, l'année 2021 n'a pas permis aux effectifs de ces entreprises de rebondir : pour 39% d'entre elles, le nombre de salariés en décembre 2021 était toujours inférieur voire nettement inférieur à son niveau de 2019 – un niveau qui ne devrait guère changer en 2022 (38%).

Des disparités existent entre les entreprises : les plus grandes ont connu davantage de baisses d'effectifs que les plus modestes – et anticipent un retour plus lent à la situation d'avant-crise.

Ces baisses d'effectifs ne doivent néanmoins pas occulter la part majoritaire d'entreprises qui n'ont pas connu un tel recul: ces dernières ont notamment pu stabiliser leurs effectifs en ayant massivement recours à l'activité partielle et l'APLD (cf. infra).

Évolution du nombre d'offre d'emplois publiées, périmètre IDCC 1710

Source : Textkernel, Traitement KYU – Base 100 T1 2019



IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

Effets sur l'emploi (2/3) : suppressions de postes et départs volontaires expliquent ces baisses

De nombreuses entreprises ont procédé à des suppressions de postes

35% des entreprises interrogées rapportent des suppressions de postes depuis début 2020. Souvent, ces suppressions de postes ont pris la forme de plans sociaux associant départs volontaires (reconversions, retraites anticipées, projets personnels) et licenciements.

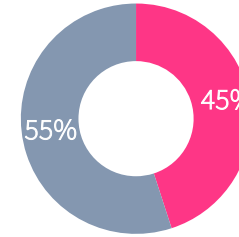
Pour les 65% des entreprises qui n'ont procédé à aucun licenciements, deux profils se dégagent :

- o Les très petites entreprises, qui n'ont soit aucun soit très peu de salariés et pour qui chaque poste est essentiel au fonctionnement de l'activité
- o Les autres, pour qui les **aides économiques** (notamment l'activité partielle puis l'activité partielle longue durée) ont permis jusqu'à présent de **préserver l'emploi**

Les baisses d'effectifs sont également dues à la multiplication des initiatives de départs volontaires

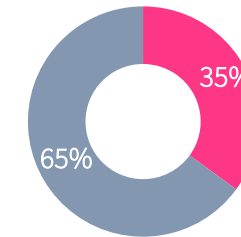
Au-delà des suppressions de postes, les baisses d'effectifs sont également le résultat d'une démultiplication des initiatives de départs volontaires : **45% des entreprises en ont connu davantage qu'en temps normal depuis le début de la crise.**

Plusieurs facteurs l'expliquent : **les reconversions professionnelles sont beaucoup plus nombreuses qu'avant** (citées par 71% des entreprises concernées par les départs volontaires), et l'irruption d'un important doute sur la viabilité à long terme du secteur (71%) a largement contribué à la démobilisation des salariés (baisse de motivation citée par 57% des entreprises concernées).



45% des entreprises interrogées ont connu davantage de départs volontaires depuis le début de crise sanitaire

Source: Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



35% des entreprises interrogées rapportent des suppressions de postes depuis début le début de la crise

Principaux facteurs explicatifs des départs volontaires cités par les entreprises concernées

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022

- 1 Reconversions professionnelles (71%)
- 2 Doutes sur la viabilité à long terme du secteur (71%)
- 3 Baisse de motivation (57%)
- 4 Salaires jugés trop faibles (26%)
- 5 Raisons médicales (9%)
- 6 Débauchage par une autre entreprise du secteur (6%)

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR LA BRANCHE

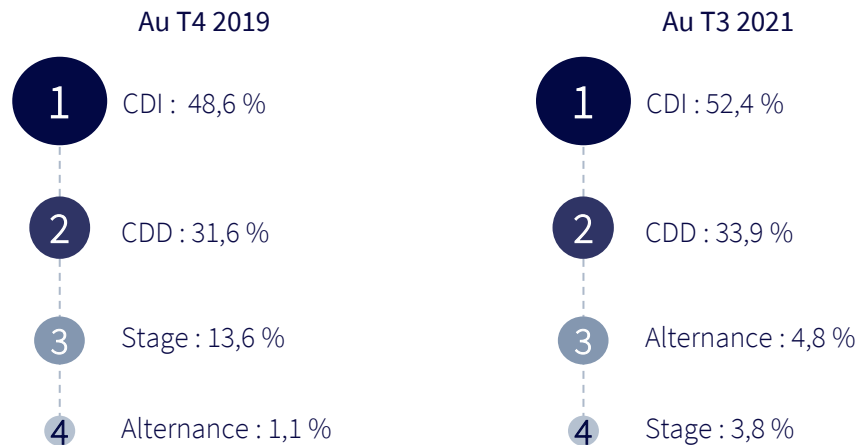
Effet sur l'emploi (3/3) : un retour à la normale très progressif

La reprise des embauches dans le secteur s'annonce très progressive

- L'immense majorité des entreprises ne devrait pas retrouver son rythme habituel de recrutement avant fin 2022 ou 2023. 59% disent manquer de la visibilité suffisante pour se prononcer, une proportion amenée à se renforcer avec l'irruption de la cinquième vague épidémique.
- Seules 8% des entreprises interrogées déclarent avoir retrouvé des niveaux normaux de recrutement dès 2021. Les entreprises les plus grandes semblent par ailleurs être celles qui reprendront les recrutements le plus tard.
- Les embauches concernent principalement des profils de conseiller voyage tourisme (pour 62% des entreprises qui recrutent), de producteur de voyages TO ou évènementiel (29%) ainsi que des postes en marketing et communication (25%), en numérique (10%) et de responsable d'agence (10%).

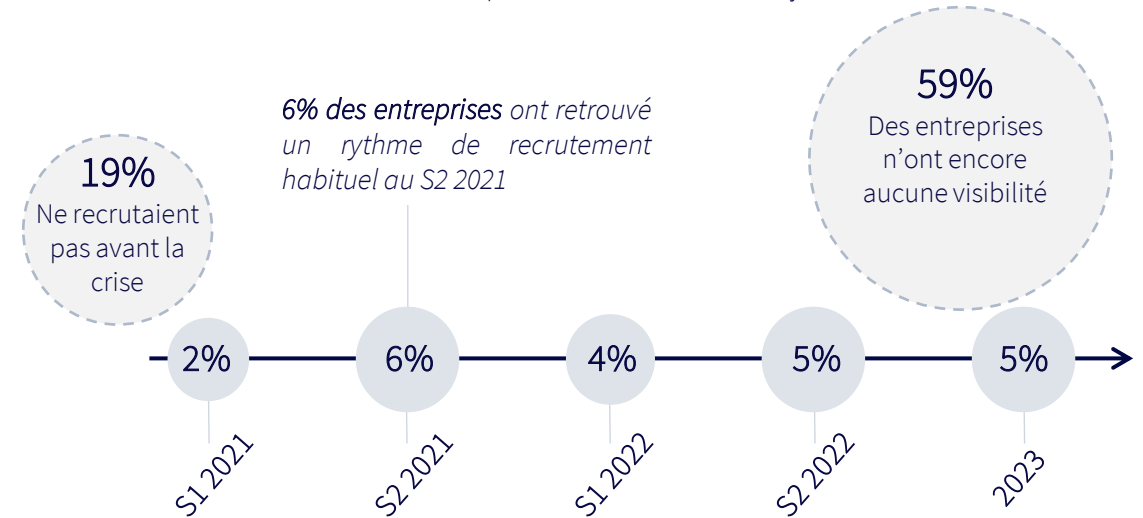
Types de contrats proposés, périmètre IDCC 1710

Source : Textkernel, Traitement KYU - 2021



« Quand reprendrez-vous votre rythme de recrutement habituel ? »

Source : Enquête KYU / OPCO Mobilités, janvier 2022



La reprise de l'emploi s'accompagne d'une amélioration de la qualité des contrats

- Si de nombreux salariés de la branche restent encore en activité partielle longue durée, certaines entreprises ont déjà repris les recrutements (le plus souvent pour remplacer les salariés démissionnaires, dont beaucoup ont entamé une reconversion).
- Ce relatif afflux soudain d'offres d'emplois, associé au manque d'attractivité du secteur (perspectives d'évolution limitées, salaires modérés), a contribué à renforcer les tensions de recrutement au sein de la branche.
- Pour continuer d'attirer les candidats, nombreuses sont les entreprises qui ont entrepris de renforcer la qualité des emplois qu'elles proposent. La part des offres publiées proposant un CDI est ainsi passée de 48,6% à plus de 52,4% entre le T4 2019 et le T3 2021.
- Très forte progression de l'alternance, dont la part a été multipliée par 4,5 entre le T4 2019 et le T3 2021.

SORTIE DE CRISE SANITAIRE

Vers un retour à la normale très progressif du secteur touristique et de nouveaux défis

Une reprise progressive mais lente de l'activité de la branche depuis l'été 2021

La levée progressive des restrictions sanitaires, associée à l'ouverture des frontières et à un retour général de l'activité économique ont graduellement permis de **mettre fin à la chute de l'activité touristique en France**.

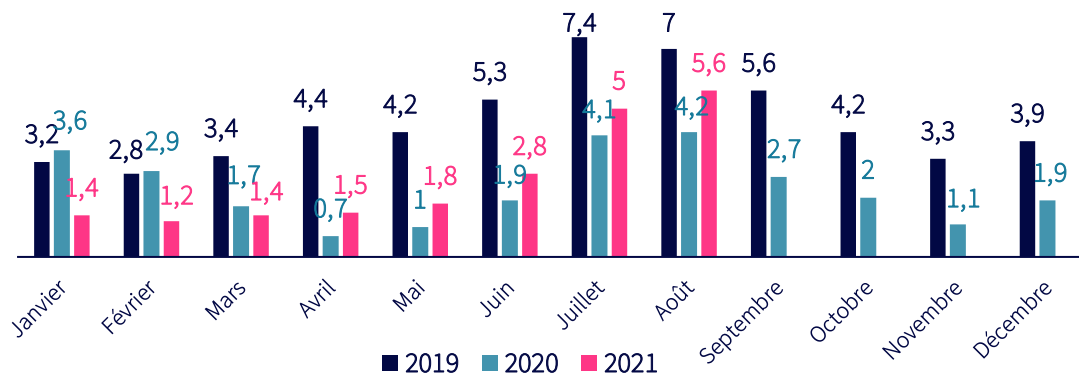
Si la branche des agences de voyages est caractérisée par une moindre reprise que d'autres pans d'activité du secteur du tourisme, les activités des voyagistes et des agences de voyages ont commencé à se redresser à partir du déconfinement de mai 2021.

Les agences de voyages ont connu le redressement le plus important : leur chiffre d'affaires a atteint en août 73,3% de son niveau de janvier 2019, en progression de 160,8% par rapport au mois de mai. Les activités des voyagistes ont également connu une embellie très importante, leur chiffre d'affaires mensuel ayant été multiplié par 3,7 entre mai et août 2021.

La couverture vaccinale de la population française et le recul généralisé de l'épidémie depuis la fin de la quatrième vague devraient continuer d'accompagner cette reprise progressive sur les derniers mois de l'année 2021, hormis en cas de nouvelle détérioration soudaine de la situation sanitaire (nouveau variant résistant au vaccin, par exemple).

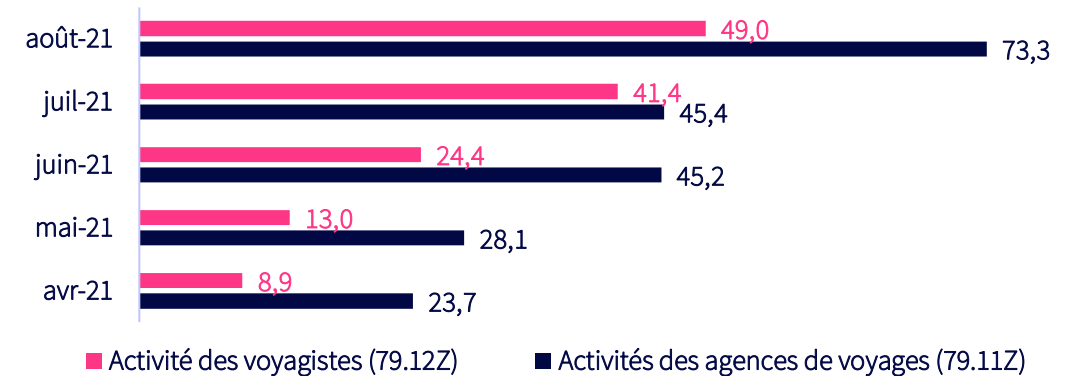
Évolution des recettes mensuelles des voyages en France, en milliards d'euros

Source : Banque de France (2021), Traitement KYU



Évolution du chiffre d'affaires – Base 100 janvier 2019

Source : INSEE, Traitement KYU 2021



Après un premier semestre 2021 très difficile, le rebond des recettes de voyages laisse espérer une reprise progressive du secteur

Les recettes mensuelles des voyages en France rattrapent peu à peu leur niveau d'avant-crise à l'été 2021, après un premier trimestre marqué par le retour des restrictions sanitaires strictes : en août 2021, ces dernières atteignent 80% de leur niveau du même mois en 2019, après 67,5% en juillet et 52,8% en juin.

Autre signal encourageant, les dépenses des français à l'étranger à l'été 2021 sont nettement supérieures à leur niveau de l'été 2020. La hausse est particulièrement importante dans certains pays, comme le Portugal (+50%), l'Italie (+61%) ou l'Espagne (+54%). Les dépenses estivales extra-européennes restent cependant en deçà de leur niveau de 2019, d'environ 50% (Source : Banque de France).

D'autres indicateurs permettent également d'espérer une reprise durable, à l'image de la hausse continue du trafic aérien. Air France, par exemple, a retrouvé au T3 2021 un résultat d'exploitation positif – pour la première fois depuis 2019 (Source : Les Échos).

SORTIE DE CRISE SANITAIRE

Une reprise balbutiante et inégale fragilisée par la cinquième vague épidémique

Une reprise encore largement soumise aux rebonds de l'épidémie

Si certaines évolutions positives permettent désormais d'écartier une chute aussi brutale que lors du premier confinement (couverture vaccinale et « passeport sanitaire », réticences des autorités à imposer des contraintes très importantes sur les populations) la reprise économique des entreprises de la branche reste largement tributaire des fluctuations de la situation sanitaire.

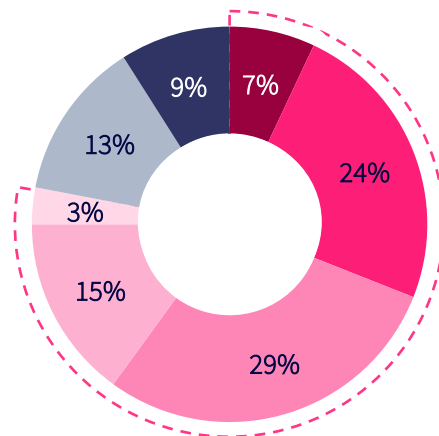
Les entreprises interrogées sont ainsi 22% à évoquer une reprise de l'activité pendant le troisième trimestre 2021 (taux d'incidence du virus très bas, suspension des principales contraintes dans la plupart des pays européens et réouverture des frontières américaines aux touristes vaccinés)

Inversement, 47% des entreprises interrogées ont ressenti un fort impact négatif de la crise sur leur activité au quatrième trimestre (une hausse de 9 points en trois mois) alors que se profilait la cinquième vague de l'épidémie.

Anticipation du chiffre d'affaires en 2022, par rapport à 2019

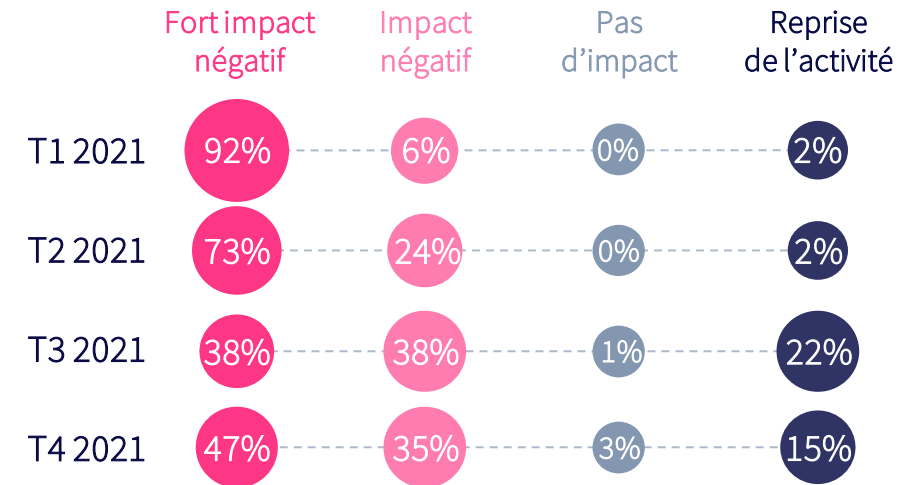
Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022

- Baisse de 80% ou plus
- Baisse de 60 à 79%
- Baisse de 40 à 59%
- Baisse de 20 à 39%
- Baisse de moins de 20%
- Pas de baisse
- Hausse du CA



Impact trimestriel de la crise sur l'activité des entreprises de la branche

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



Une activité encore très contrainte en 2022

Plus des trois quarts des entreprises interrogées ne retrouveront pas leur niveau de chiffre d'affaires d'avant-crise en 2022.

Pour 60% d'entre elles, cette troisième année de crise sanitaire devrait encore être marquée par un recul du chiffre d'affaires de plus de 40% par rapport à 2019. Ces chiffres ne doivent néanmoins pas effacer la réalité d'une situation qui reste globalement meilleure qu'en 2020 et 2021, et ce pour la quasi-totalité des entreprises.

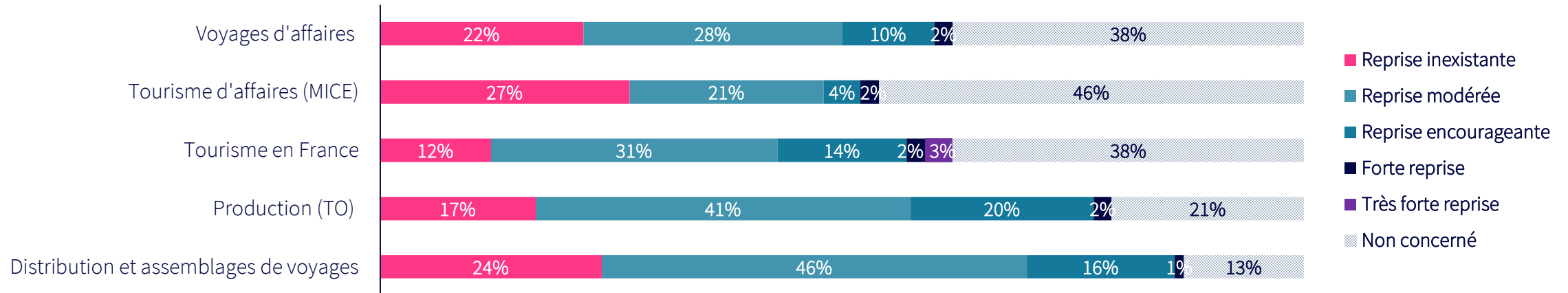
2022 devrait toutefois être l'année du retour à la normale pour une portion non négligeable des entreprises de la branche : 22% n'anticipent aucune baisse de leur chiffre voire comptent sur une croissance retrouvée.

SORTIE DE CRISE SANITAIRE

Certaines activités restent plus durablement impactées

État de la reprise sur les différents secteurs d'activité de la Branche, en pourcentage des entreprises

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



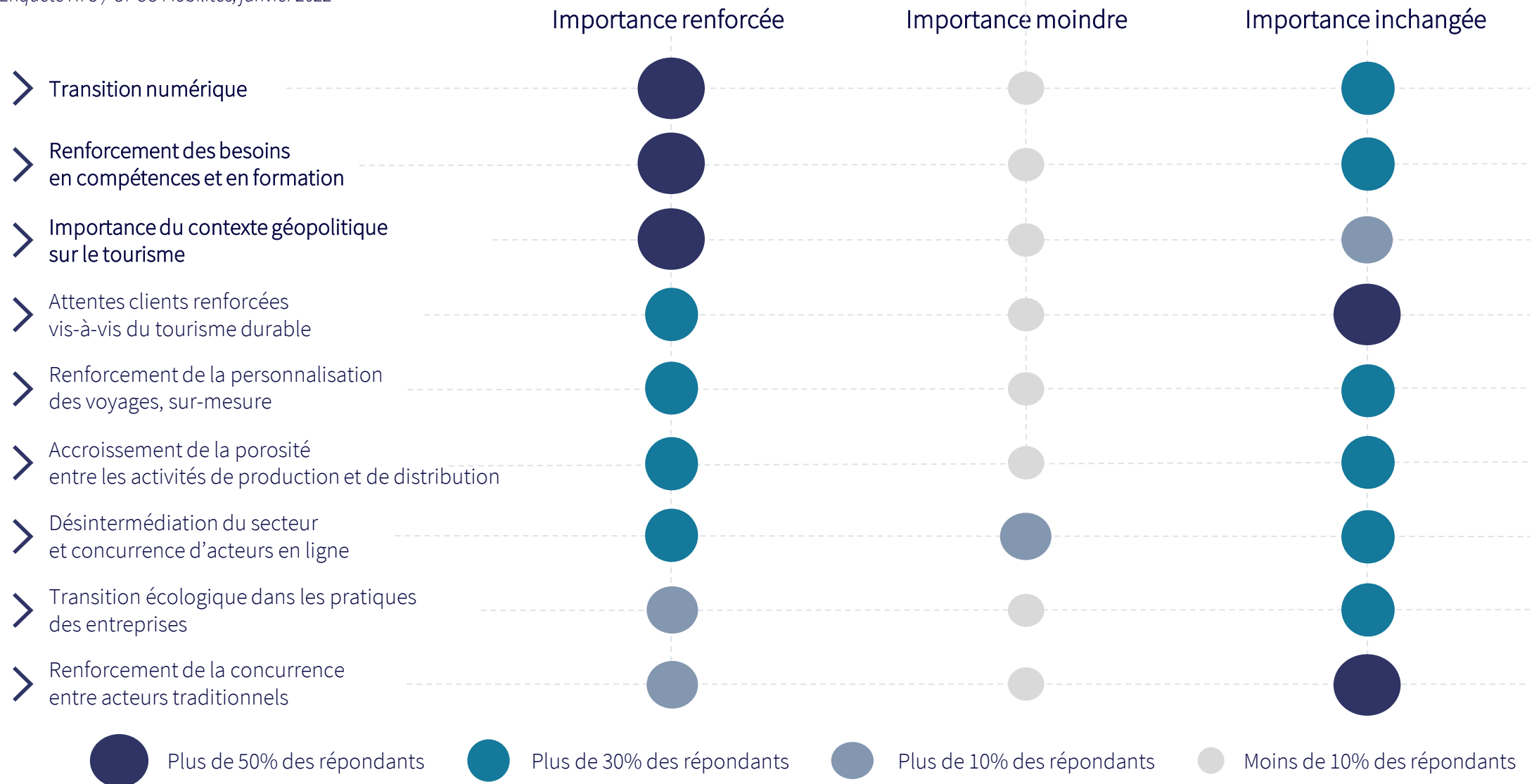
Le tourisme d'affaires et la distribution de voyages restent les activités les plus durement impactées

- Le tourisme d'affaires (activités MICE) reste très clairement l'activité économique la plus sinistrée de la branche. 27% des entreprises interrogées déclarent une **reprise inexistante**, ce qui représente la **moitié des entreprises concernées** (50% des répondants). Dans ce secteur, la reprise n'est considérée encourageante que par 4% des répondants (8% des entreprises concernées).
- Autre activité impactée dans le long terme, la **distribution / assemblage de voyages** où **24% des répondants ne constatent aucune reprise de l'activité**. Pour 46% des entreprises, la reprise n'est que modérée. La situation est assez similaire pour les activités de production TO : 17% des entreprises interrogées ne constatent aucune reprise dans ce segment.
- A l'inverse, les activités de **Tourisme en France** semblent les seules à constater un semblant de reprise : 12% seulement des répondants déplorent une reprise inexistante, quand 19% attestent d'une reprise encourageante, forte voire très forte (soit plus de 30% des entreprises concernées).

ÉVOLUTIONS TENDANCIELLES

La crise sanitaire a renforcé de nombreux phénomènes déjà à l'œuvre dans les entreprises de la branche

Source : Enquête KYU / OPCO Mobilités, janvier 2022



PARTIE 4
**IDENTIFICATION DES
STRATÉGIES MISES EN ŒUVRE
FACE À LA CRISE**

- ▶ Les aides mobilisées
- ▶ Stratégies propres aux entreprises

04

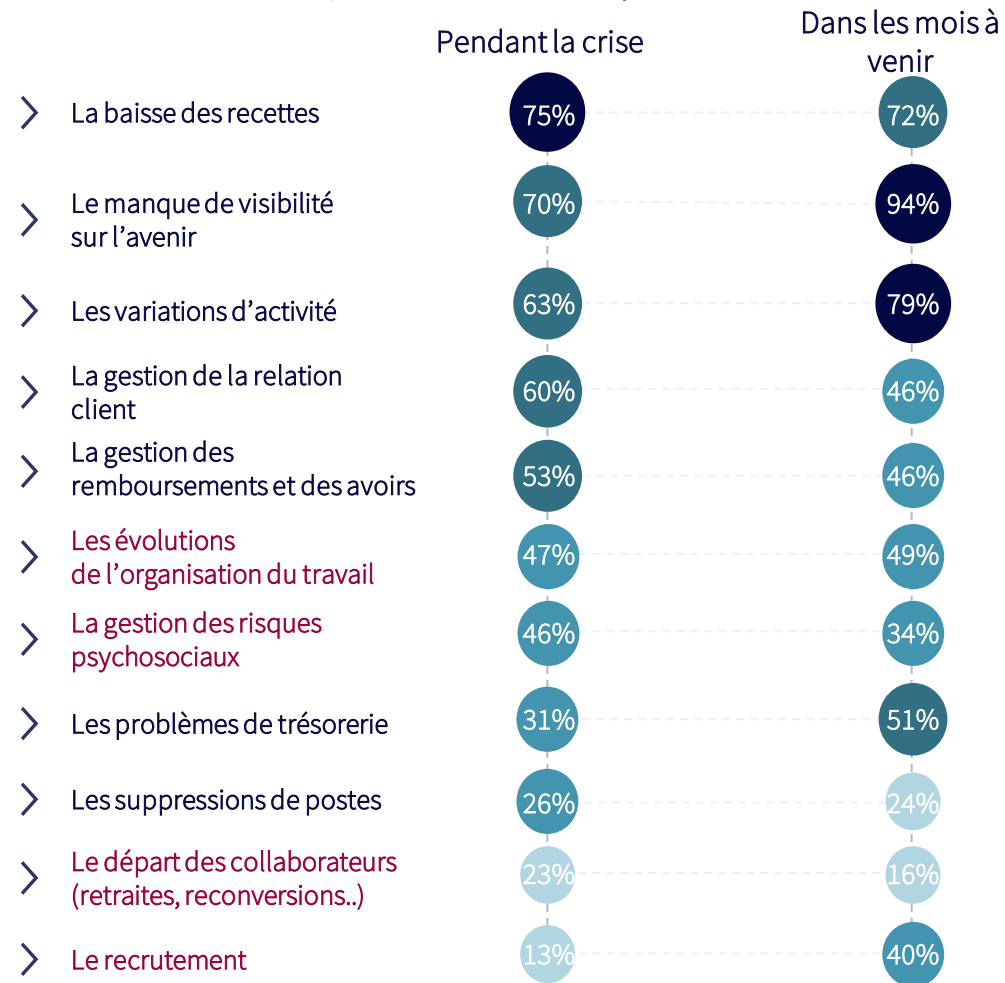


LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES DANS LA BRANCHE

Pendant la crise et dans les mois à venir : persistance de l'incertitude

Principales difficultés rencontrées par les entreprises de la Branche

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



Légende : Problématiques RH Problématiques économiques, commerciales

Le manque de visibilité et les variations d'activité, premiers moteurs d'inquiétude

Les entreprises interrogées sont respectivement **94 et 79%** à citer le **manque de visibilité et les variations d'activité** comme principales difficultés pour leur activité dans les mois à venir.

- les **fermetures brutales et pour des durées souvent indéterminées des frontières** apparaissent comme le principal problème. La situation est encore plus difficile pour les entreprises spécialisées dans certains zones géographiques (Asie, Océanie notamment)

La **gestion de la relation client** a également émergé comme une difficulté majeure pour les entreprises de la branche : **60%** d'entre elles l'évoquent, en référence notamment à la gestion parfois empreinte de tension des avoirs et des remboursements de voyages annulés.

Enfin, des difficultés relatives au recrutement des salariés semblent s'être généralisées à la faveur de la crise : **40% des entreprises citent les tensions de recrutement** comme un sujet majeur pour les mois à venir.

Avec le variant Omicron et la cinquième vague, de nouvelles difficultés se profilent

Si les annulations de voyages déjà réservés sont restées peu nombreuses dans un premier temps, le **retour des clients à une posture attentiste empêche l'enracinement d'une reprise déjà fragile.**

Le retour de certaines restrictions gouvernementales et la mise en place du passe vaccinal ont également pu dissuader les français de réserver des voyages.

Les **limitations sur les rassemblements, notamment en lieux couverts**, ont quant à elles **affecté durement le tourisme d'affaires**, et ce malgré les annonces de soutien de l'activité du Plan de Reconquête du Tourisme (*voir infra*).

MESURES D'URGENCE

Focus sur les aides sectorielles mises en place

Certaines aides généralistes ont pu être mobilisées par les acteurs de la branche

Au-delà d'un recours massif au report de charges (cf. *infra*), les entreprises de la branche des agences de voyages et guides accompagnateurs ont pu mobiliser le **Fonds de solidarité**, les **prêts garantis par l'État** (68% des entreprises de la branche y ont eu recours, source : *enquête et traitement KYU, 2022*), les diverses aides relatives au report ou à la levée de certains coûts fixes, ainsi que **l'activité partielle et l'activité partielle longue durée**.

Des aides sectorielles dédiées pour faire face à l'ampleur de la crise

Afin d'aider les entreprises du secteur à faire face à la chute historique de l'activité, les pouvoirs publics ont également mis en place des mesures dédiées.

L'**ordonnance n°2020-315 du 25 mars 2020**, dite ordonnance « avoirs », a eu pour objectif d'éviter un effondrement brutal de la trésorerie des acteurs du tourisme suites aux annulations dues au premier confinement. Les agences de voyages ont ainsi pu proposer des avoirs à leurs clients en lieu et place de remboursements – une mesure largement utilisée par les entreprises de la branche.

Les **agences de voyages ont par ailleurs été intégrées à la liste dite « S1 » des activités économiques particulièrement touchées par la crise sanitaire**, pour lesquelles des mesures spécifiques et renforcées d'aides ont été mises en place. La plus importante d'entre elles demeure le **remboursement à 100% de l'activité partielle des salariés**, avec un reste à charge pour les employeurs ramené à zéro. D'autres mesures associées ont pu être déterminantes, comme l'aide de 15% du chiffre d'affaires pour les entreprises ayant perdu au moins la moitié de leur chiffre d'affaires.

Un certain nombre **d'actions complémentaires** ont également été mises en place sous l'égide de la **banque publique d'investissement**, notamment :

- le fonds France investissement tourisme 2 (FIT 2),
- le fonds avenir soutien tourisme (FAST),
- le prêt tourisme, d'un montant pouvant atteindre 2 millions d'euros.



MESURES DE RELANCE

Le Plan de reconquête du tourisme : une opportunité pour la Branche ?

Des dispositions bénéficiant à l'ensemble de la filière tourisme

Annoncé dès le mois de juin 2021 et présenté le 20 novembre de la même année, le **Plan de reconquête du tourisme** (doté de 1,9Md€) vise à accompagner la reprise du secteur dans son ensemble.

Il est structuré autour de **cinq objectifs principaux** : conquérir les talents, promouvoir la destination France, renforcer la résilience du secteur, valoriser les atouts touristiques français et répondre aux enjeux de transformation du tourisme. Plusieurs mesures sont de nature à accompagner la reprise de la Branche des Agences de voyages :

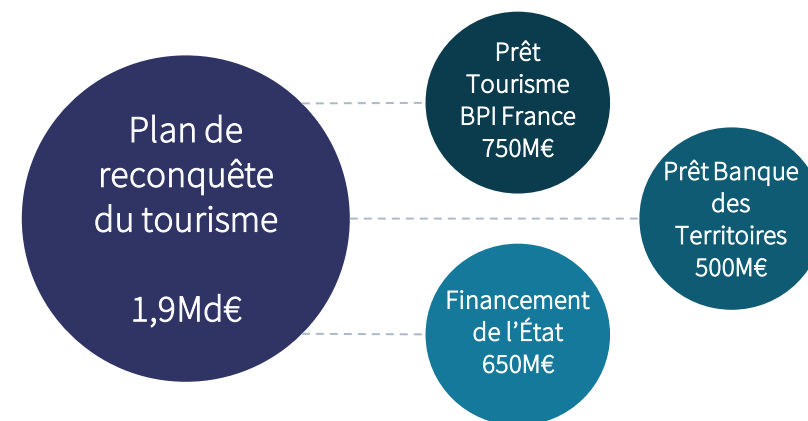
- Un vaste plan de communication (20M€) devrait bénéficier aux agences et tour-operators fournissant des services sur le territoire français ;
- Le sommet « Destination France » est pérennisé ;
- Les mesures destinées à renforcer l'attractivité des métiers de la filière (semaine des métiers, actions de communication, réseau d'excellence des écoles du tourisme) pourrait contribuer à résorber les **tensions de recrutement** actuellement rencontrées par les entreprises de la Branche.

Des mesures spécifiques aux opérateurs de voyages et de séjour (OVS)

La **mesure n°6** du Plan cible particulièrement les acteurs du **tourisme d'affaires**, avec un soutien étatique de **100M€**. Trois aides en particulier ont été annoncées :

- Une aide pour accompagner le retour des exposants sur les salons français ;
- Une enveloppe destinée à favoriser le retour des acheteurs internationaux sur les foires et salons français ;
- Enfin, la mobilisation de prêts sur fonds d'épargne de la Banque des territoires pour financer des projets de montée en qualité de sites événementiels.

La **mesure n°7** du Plan concerne spécifiquement les **opérateurs de voyages et de séjours** : un **schéma de réassurance publique de 165M€** devrait ainsi être mis en place.



Note : Salué par un certain nombre d'acteurs de la filière, le Plan de reconquête du tourisme pâti de la grande incertitude liée à l'élection présidentielle en avril 2022. A ce jour, il **n'existe aucun moyen de garantir que l'ensemble des engagements du plan soient effectivement tenus sur les trois prochaines années**, à l'exception de la garantie de réassurance, d'ores et déjà inscrite dans le Projet de loi de finance 2022.

Le mécanisme de réassurance publique des opérateurs de voyages et de séjour (OVS)

Dès 2022, l'État deviendra garant des organismes couvrant les risques associés à l'activité des OVS (protection des voyages en cas de sinistre majeur).

Le fonds associé à cette garantie devra pouvoir **couvrir jusqu'à 1,5Md€ au total**. Il sera surtout financé par les primes collectées par les organismes responsables (à 75%). En cas de sinistre, **les assurés pourront récupérer jusqu'à 40 fois le montant des primes perçues** dans le cadre des conventions conclues entre les OVS et les garants.

Les principales organisations concernées seront **l'Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme** (3 500 entreprises membres, qui avait été profondément déstabilisé par la faillite de Thomas Cook), **l'Union nationale des associations du tourisme (UNAT)**, Groupama et Atradius.

LES DISPOSITIFS D'AIDE MOBILISÉS PAR LES ENTREPRISES (1/3)

Les aides les plus plébiscitées par les entreprises interrogées

Mesures économiques

Activité Partielle

Rapidement identifié comme un secteur prioritaire « S1 », les Agences de voyages ont bénéficié d'une prise en charge à 100% des salaires via le dispositif de chômage partiel. Les métiers les plus concernés par l'activité partielle sont, dans l'ordre décroissant, ceux de conseiller voyage tourisme, de production tours opérateurs /évènementiel, de responsable d'agence, et de chargé de marketing et/ou communication.

83,9%

Des entreprises interrogées

Fonds de solidarité

Dispositif de soutien à la trésorerie des entreprises ayant connu des baisses importantes de leur chiffre d'affaires. Les montants des aides ont été renforcés pour les entreprises les plus touchées par la pandémie (secteur S1 et S1bis), dont font partie les agences de voyages. Elles ont pu bénéficier d'aides allant jusqu'à 15% du chiffre d'affaires d'avant-crise. Les aides cumulées ne peuvent dépasser 2,3M€ (plafond UE).

78,1%

Des entreprises interrogées

Prêt Garanti par l'État

Il peut être remboursé sur une durée de 1 à 10 ans, avec un différé de remboursement récemment relevé de quelques mois. Les entreprises de la branche interrogées sont 40,2% (soit environ deux tiers des entreprises ayant contracté un PGE) à avoir obtenu un différé du remboursement de leur prêt.

67,8%

Des entreprises interrogées

Report / exonération de charges

Les entreprises qui connaissent une baisse de leur activité du fait des mesures décidées par les pouvoirs publics peuvent reporter tout ou une partie du paiement de leurs cotisations salariales et patronales.

D'autres indicateurs permettent de mesurer le recours massif des entreprises de la branche au report de charge (cf. *infra*).

65,5%

Des entreprises interrogées

Mesures liées à l'emploi

LES DISPOSITIFS D'AIDE MOBILISÉS PAR LES ENTREPRISES (2/3)

Les autres aides mobilisées par les entreprises

Mesures économiques

Activité partielle longue durée (APLD)

Prenant le relai de l'activité partielle, l'APLD (ouverte jusqu'en juin 2022) permet à une entreprise en difficulté de réduire le temps de travail de ses salariés, selon des modalités proches de l'activité partielle (mais avec une moindre prise en charge de l'État). L'APLD suppose un engagement des entreprises bénéficiaires sur le maintien de l'emploi.

40,2%

Des entreprises interrogées

FNE formation

Le FNE formation a pour objet la prise en charge des frais pédagogiques des entreprises ayant recours à l'activité partielle, à l'APLD ou étant en difficulté au sens de l'article L1233-3 du code du travail. **Nombreuses sont les entreprises qui n'ont pas eu recours au FNE formation du fait d'une mauvaise circulation de l'information. D'autres ont été rapidement limité par le plafond des aides du Fonds de solidarité.**

28,7%

Des entreprises interrogées

Non-paiement d'échéances de loyer (crédit d'impôt pour les bailleurs)

Il s'agit d'un crédit d'impôt dont le but est d'inciter les bailleurs à abandonner des loyers au profit des locataires de locaux professionnels. Le crédit d'impôts bailleur est différent selon le nombre de salariés.

24,1%

Des entreprises interrogées

Aide pour le recrutement d'un jeune ou d'un alternant

Prolongée jusqu'en juin 2022, l'aide à l'embauche en faveur de l'alternance (ou désormais, d'un demandeur d'emploi longue durée) atteint 5 000 ou 8 000€ selon des conditions d'âge et de durée du contrat.

23%

Des entreprises interrogées

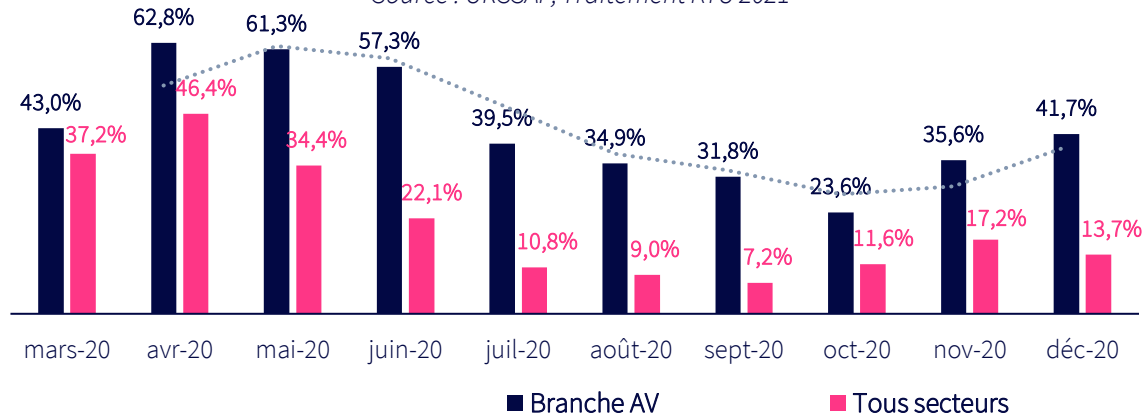
Mesures liées à l'emploi

LES DISPOSITIFS D'AIDE MOBILISÉS PAR LES ENTREPRISES (3/3)

Focus sur les exonérations et reports de charges

Évolution de la part des entreprises requérant un report ou une exonération des cotisations sociales

Source : URSSAF, Traitement KYU 2021



Plus de reports de charges pour les grandes entreprises de la branche que pour celles de taille plus modeste

La branche d'activité des agences de voyages et guides accompagnateurs se caractérise par un recours plus important au report des cotisations sociales pour les moyennes et grandes entreprises (plus de 50 salariés) que pour les petites et très petites structures. Sur l'ensemble de l'année 2020, la part des entreprises de moins de 50 salariés ayant demandé cette aide dans la branche est en moyenne inférieure de 26 points à celle des moyennes et grandes entreprises l'ayant sollicitée.

Il s'agit d'une exception : dans l'ensemble des branches, les entreprises de moins de 50 salariés ont davantage reporté leurs versements de cotisations sociales que les autres (de 3 points de pourcentage en moyenne).

Les entreprises de plus de 50 salariés de la branche ont ainsi été plus de 82% à solliciter un report des cotisations sociales à l'URSSAF au mois d'avril 2020, quand les petites entreprises de la branche n'ont été que 58,5% à le faire. Le phénomène s'est confirmé tout au long de l'année 2020, y compris pendant le deuxième confinement.

Les entreprises du secteur ont davantage eu recours aux reports de cotisations sociales que les autres

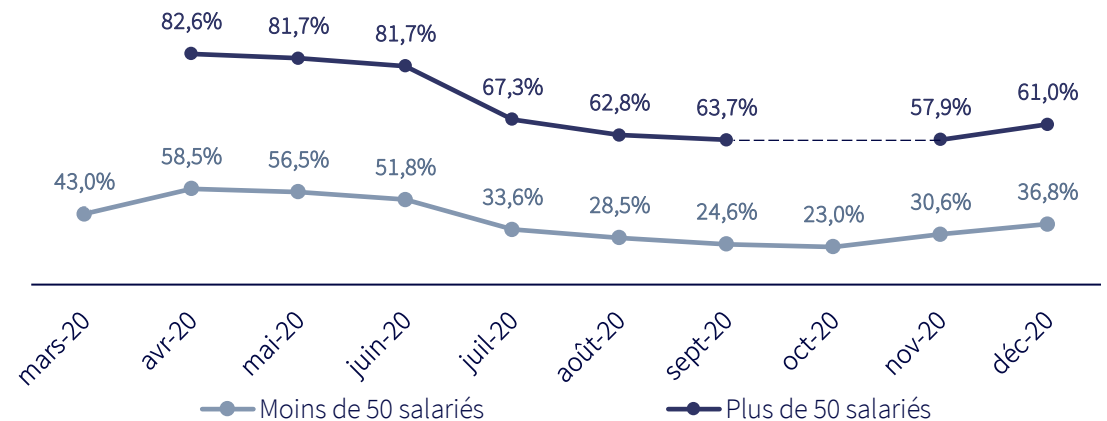
La branche des agences de voyages et guides accompagnateurs étant l'une des plus impactées par la crise sanitaire, il est logique de constater que ses entreprises ont eu nettement plus recours aux reports de charges que celles des autres secteurs d'activité.

Ainsi sur l'ensemble de l'année 2020 (à compter du début du premier confinement), les entreprises de la branche ont été en moyenne 46,6% par mois à demander un report du versement de leurs cotisations sociales, contre 21% pour l'ensemble des entreprises.

Les mois de confinement ont naturellement été les plus concernés par ces demandes de report de charges (62,8% en avril et 61,3% en mai, par exemple), mais le niveau de demandes est resté haut y compris les mois d'été, signe de reprise difficile de l'activité dans le secteur.

Évolution de la part des entreprises* requérant un report ou une exonération des cotisations sociales, par taille d'entreprise

Source : URSSAF, Traitement KYU 2021



*Agences de voyages, activités des voyageurs, autres services de réservation et activités connexes

LES STRATÉGIES PROPRES AUX ENTREPRISES

Recherche de nouvelles sources de revenus et réductions des coûts

Les entreprises du secteur ont d'abord cherché à stimuler leurs ventes

Côté recettes, nombreuses sont les entreprises (58%) à avoir entrepris un **renouvellement de leur offre de voyages** (cf. *infra*). Ces nouvelles offres se sont assorties de **politiques commerciales prospectives** pour 41% des entreprises interrogées.

Enfin, d'autres mesures citées par les entreprises incluent **l'amélioration des outils de back office**, la réduction des dépenses en web marketing ou encore des politiques de **réduction des coûts fixes** (avec par exemple la non édition de magazines de voyages).

Les réductions des coûts de fonctionnement ont également été très rependues

Pour sauver une partie de leur bilan, les entreprises ont majoritairement adopté des stratégies à deux volets : recherche de **nouvelles sources de revenus** et **réduction des coûts**.

Nombreuses ont été les entreprises à **réduire leurs dépenses non-essentiels** : 47% déclarent avoir baissé voire suspendu leurs investissements, 38% se sont recentrées sur certaines activités (souvent, au détriment du maintien de la totalité des postes), et 18% ont cherché des économies du côté de leurs contrats de sous-traitance.

La **gestion des ressources humaines** a également pu faire l'objet d'une attention particulière. Au-delà des suppressions de postes et de la suspension des périodes d'essai, à des congés et des RTT imposés en période d'inactivité ou encore à des diminutions du temps de travail des salariés (18%, *Source : enquête KYU/OPCO Mobilités – janvier 2022*).

Réorientations stratégiques mises en place par les entreprises de la branche

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



“

*Nous avons mis en place un **outil digital performant**, encore en développement.*

*Nous avons procédé à la **réorientation de l'offre à destination d'une clientèle locale**, quand la clientèle long-courrier représentait 95% de notre CA avant-crise.*

*Réduction drastique de tous les **coûts**, renouvellement et **formation** du personnel.*

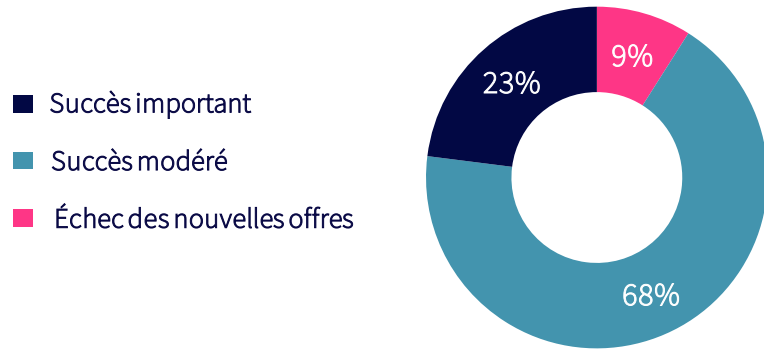
”

LES STRATÉGIES PROPRES AUX ENTREPRISES

Le développement de nouvelles offres de voyages

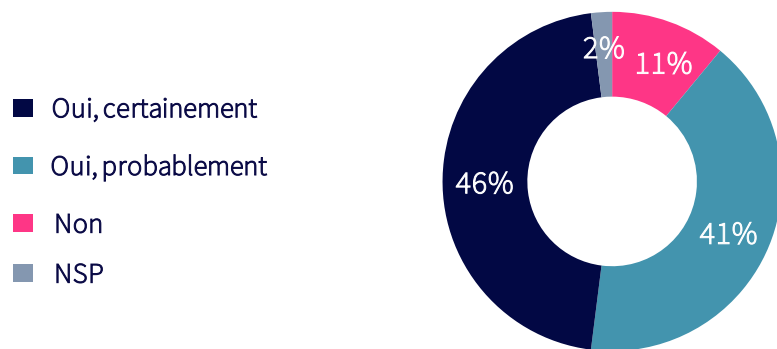
Évaluation du succès des nouvelles offres développées par les entreprises pendant la crise

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



« Envisagez-vous de continuer le développement de ces offres dans un avenir proche ? »

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



De nombreuses entreprises ont développé de nouvelles offres pour s'adapter aux contraintes sanitaires

Parmi les 58% d'entreprises qui déclarent avoir développé de nouvelles offres. Seules une sur dix considèrent que ces dernières n'ont pas du tout atteint leur cible. La **grande majorité** des autres reportent un succès modéré de ces « offres d'urgences » et près d'un quart attestent d'une réussite importante.

Les principales caractéristiques des offres développées pendant la crise sont les suivantes (Source : enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022) :

- **86%** d'entre elles ont surtout concerné des **destinations proches** (principalement en France, mais aussi en Espagne, en Italie ou au Portugal)
- **43%** ont été **développées dans un temps très réduit** et ne correspondent donc pas à des produits préparés en amont de la crise (ce qui peut traduire un manque de préparation des entreprises de la branche aux situations de crise généralisée)
- **25%** ont affiché un prix inférieur aux tarifs habituels, traduisant une **sensibilité relativement limitée des clients des agences sur les prix**.
- Enfin, **25%** ont fait appel aux **nouvelles technologies** pour multiplier les canaux de distribution.

À l'inverse, les offres développées pendant la crise sanitaire n'ont que **très peu concerné les DROM-COM (5%)**, touchés par des mesures de restrictions sanitaires importantes. Les destinations littorales ont également été relativement délaissées (11% des agences citant ces destinations dans leurs nouvelles offres).

Le succès relatif de ces nouvelles offres semble par ailleurs pousser les agences de voyages à continuer leur programmation, au moins dans un premier temps : **87% d'entre elles déclarent « certain » ou « probable » la prolongation de ces offres** dans un avenir proche. Les ventes découlant de ces nouvelles offres n'ont cependant **jamais compensé les pertes accumulées pendant la crise**.

LES STRATÉGIES PROPRES AUX ENTREPRISES

La généralisation du télétravail

Le recours massif au télétravail a été largement pérennisé

Ces deux dernières années, nombreux sont les salariés de la branche ayant travaillé tout ou partie de leurs périodes d'activité depuis leur domicile.

Les deux tiers des salariés de la branche (tous métiers confondus) ont ainsi eu recours au télétravail pendant la crise sanitaire. Pour 60% des entreprises de la branche, cette part atteint même plus de 80%. A l'inverse, seules 27% des entreprises ne déclarent qu'un déploiement marginal du télétravail (c'est-à-dire pour moins de 20% des salariés).

Si certaines entreprises avaient déjà recours à cet outil avant la crise sanitaire, la pratique s'est depuis largement répandue. L'immense majorité des salariés y ont désormais régulièrement recouru, y compris en dehors des phases les plus restrictives de la crise sanitaire. Ce recours massif au télétravail semble voué à perdurer : il s'agit désormais d'un outil d'attractivité à part entière, régulièrement demandé voire exigé par une partie importante des salariés et des candidats à l'embauche.

Classement des métiers les plus concernés par le télétravail*

Source : enquête et traitement KYU



66,4%

des salariés ont pu bénéficier du télétravail, en moyenne

Part des salariés ayant effectué du télétravail pendant la crise sanitaire

Source : Enquête KYU/OPCO Mobilités, janvier 2022



La majorité des métiers concernés

Si une différence notable existe entre les agences de voyages en ligne et les autres, les premières pouvant bien souvent proposer encore davantage de télétravail, il semble que dans l'ensemble, la majorité des métiers de la branche soit concerné.

La proportion de télétravail par catégorie de métiers diffère toutefois : les conseillers voyage tourisme, les métiers de la production, ceux du marketing et de la communication ainsi que les fonctions managériales et les fonctions support sont les plus susceptibles de faire davantage de télétravail que les autres salariés de la branche.

Les exceptions les plus notables à cette dynamique sont les guides accompagnateurs, dont la nature même des activités rend impossible la généralisation du télétravail.

*note de lecture : à la question « quels métiers ont été les plus concernés par la mise en place du télétravail ? », 61% des entreprises interrogées répondent « conseiller voyage tourisme »

PARTIE 5

IMPACTS SUR LES MÉTIERS, LES COMPÉTENCES, LES AIRES DE MOBILITÉ

- ▶ Tensions de recrutement
- ▶ Focus sur la formation
- ▶ Focus sur l'alternance
- ▶ Identification des enjeux



05

TENSIONS DE RECRUTEMENT

Un phénomène encore marginal mais quelques signaux d’alerte doivent être pris en compte

Des tensions de recrutement encore marginales

Les difficultés qui peuvent exister sur le recrutement de certains profils spécifiques ne doivent pas masquer l’absence de problème majeur de recrutement dans les entreprises de la branche : **près de 70% des entreprises interrogées ne remontent aucune difficulté de recrutement particulière**, à contre-courant de bien des secteurs d’activités.

Deux facteurs principaux l’expliquent :

- d’abord, la **multiplication des suppressions de postes et des plans sociaux** pendant les premières phases de la crise ont considérablement **alimenté le vivier de candidats potentiels** ;
- ensuite, l’absence d’une franche reprise de l’activité des agences de voyages ne permet aux entreprises que de **rares embauches**.

“

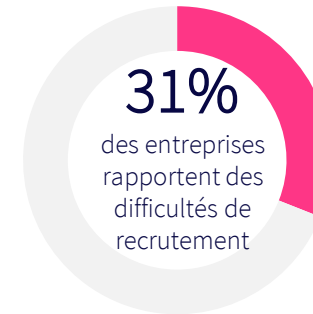
Le manque de visibilité dans le secteur pousse beaucoup de candidats à se réorienter.

Peu de candidatures, et les candidats ont des prétentions salariales bien supérieures aux responsabilités exercées. Également un manque de disponibilité des candidats.

Les salaires n’attirent plus les jeunes diplômés.

”

Principaux métiers concernés par des difficultés de recrutement :



1. Conseiller voyages tourisme
2. Métiers de la production tours opérateurs/événementiel
3. Responsable agence de voyages
4. Métiers du numérique
5. Guides accompagnateurs
6. Métiers du marketing

Source : Enquête et traitement KYU, 2022.

La crise a pu révéler certaines difficultés

Le redémarrage de certains segments de l’activité et les départs volontaires de collaborateurs ont pu conduire à des **recrutements parfois difficiles**. Les entreprises de la branche souffrent en effet d’un certain **déficit d’attractivité** :

- la relative **faiblesse des rémunérations**, particulièrement en début de carrière, peut décourager les candidats ayant un profil « junior »
- l’univers du voyage, autrefois recherché, attire moins : la réalité des missions (poids du commercial, sédentarité...) peut décevoir certains candidats, et les entreprises **peuvent se retrouver en concurrence avec d’autres secteurs**

Certains profils spécifiques apparaissent plus difficiles à recruter : informaticiens, management intermédiaire, spécialistes pays...

De nombreuses entreprises déplorent un **manque de compétences chez les nouvelles recrues**, pointant l’inadéquation des contenus pédagogiques des formations initiales (BTS tourisme notamment).

Pour lutter contre ces tensions, les entreprises plébiscitent les **actions de communication** (39%), **des partenariats avec des établissements de formation** et une **adaptation des conditions de travail** (CDI, télétravail, semaine de 4 jours).

FOCUS FORMATION (1/2)

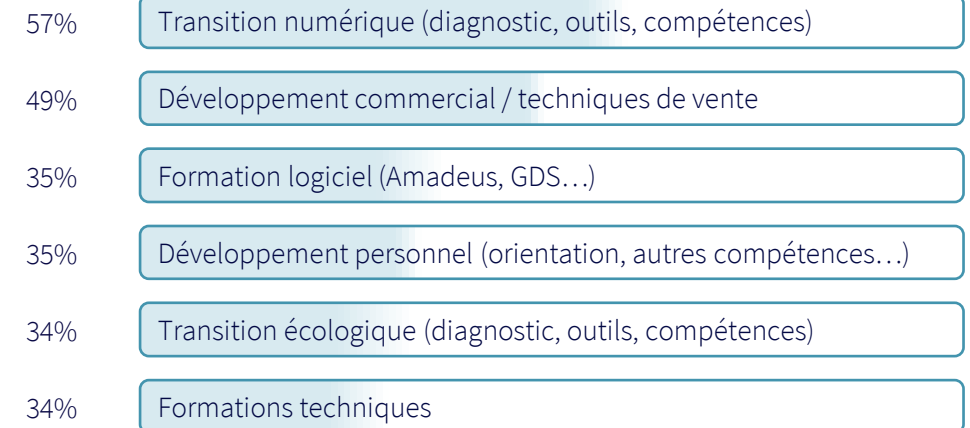
Sujets prioritaires

La crise sanitaire a pu modifier les priorités des entreprises en matière de formation

- Les entreprises de la branche plébiscitent globalement les actions de formation qui permettent aux salariés de disposer de compétences toujours pertinentes dans un secteur qui connaît des mutations importantes.
- Parmi les sujets de formation privilégiés, deux tendances émergent :
 - **Les formations « business », destinées à accompagner la reprise de l'activité, sont priorisées** : 57% des entreprises citent ainsi les formations ayant trait à la transition numérique et 49% plébiscitent les formations commerciales.
 - **Les formations visant le développement personnel des salariés et l'acquisition de *soft skills* ou de compétences annexes sont également très demandées par les entreprises** (35%), de même que les formations liées à la transition écologique (34%). Ces dernières sont souvent effectuées dans un deuxième temps – et à la condition de ressources disponibles suffisantes.

Sujets de formation plébiscités par les entreprises de la branche

Source : enquête et traitement KYU, janvier 2022



FOCUS FORMATION (2/2)

Freins à la formation et pistes d'évolution

Le manque d'information et de financements limite les politiques de formation des entreprises

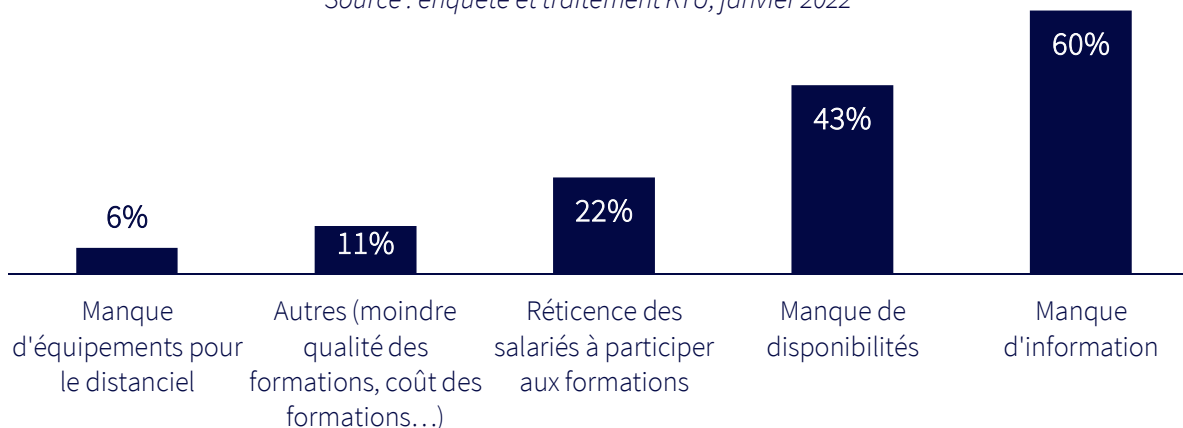
Le **manque d'informations** (sur les formations existantes, les financements possibles...) et de **disponibilité** des salariés sont les **deux premiers freins à la formation** identifiés par les entreprises interrogées (cités par 60% et 43% d'entre elles respectivement).

Si le sujet reste minoritaire, la **réticence de certains salariés à participer aux formations est également mise en avant par 22% des entreprises** de la branche.

Parmi les raisons « autres », l'on retrouve principalement la **problématique du manque de budget disponible** – un problème également soulevé lors des entretiens. Les entreprises de plus de 50 salariés déplorent ne plus être éligibles aux financements de l'OPCO suite à la réforme de la formation de 2018 et beaucoup ont en conséquence réduit leur politique de formation. C'est d'autant plus vrai dans la période actuelle où beaucoup d'entreprises de la branche accumulent les pertes.

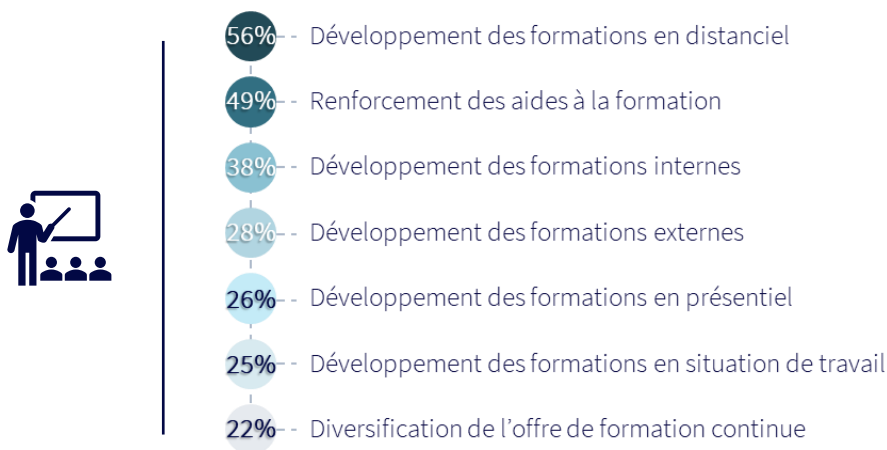
Freins identifiés par les entreprises au développement des formations

Source : enquête et traitement KYU, janvier 2022



Formation dont le développement est jugé prioritaire par les entreprises

Source : enquête et traitement KYU, janvier 2022



Les formations en distanciel plébiscitées

Interrogées sur les modalités de formation à développer, les **entreprises plébiscitent particulièrement les formations en distanciel** (pour 56% d'entre elles), non soumises aux aléas des restrictions sanitaires.

Près d'une sur deux (49%) souhaite également le **renforcement des aides à la formation**, un chiffre en adéquation avec les remontées sur le manque de budget interne à consacrer à ces dépenses.

Le développement des **formations internes** (38%) semble également une attente importante des entreprises.

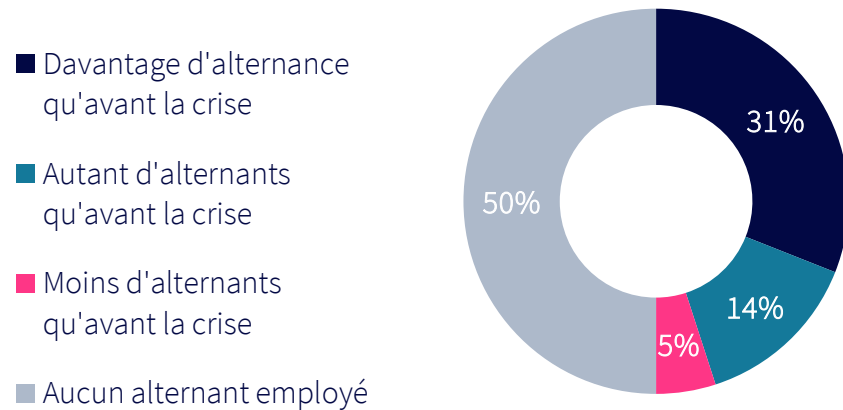
À noter cependant, ces résultats traduisent uniquement la volonté des entreprises et non pas les aspirations des salariés, qui peuvent diverger (lassitude quant aux formations en distanciel, par exemple).

FOCUS SUR LE RECOURS À L'ALTERNANCE

Malgré la crise, une voie de recrutement de plus en plus plébiscitée

Répartition des entreprises en fonction du recours à l'alternance

Source : enquête et traitement KYU, janvier 2022



La quasi-totalité des métiers de la branche sont concernés par l'alternance

S'il est logique qu'une grande partie des alternants de la branche le soient pour les métiers les plus représentés, les données de l'enquête en ligne montrent que **la quasi-totalité des métiers sont concernés par ces constats.**

Ainsi, parmi les entreprises ayant recours à l'alternance, **70% y ont recours pour des postes de conseiller voyages tourisme**, 41% pour des métiers en marketing et communication, 27% pour des métiers du numérique et la même proportion pour des postes de production tours opérateurs / évènementiel.

La majorité des entreprises employant des alternants compte en recruter encore davantage

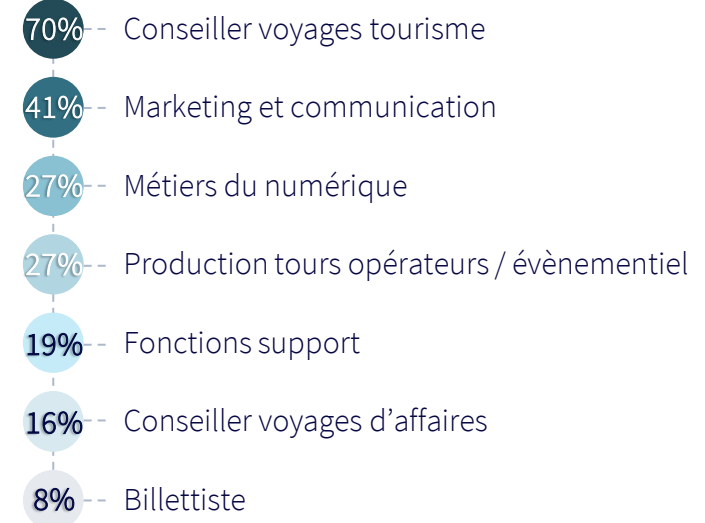
Plus de 30% des entreprises interrogées prévoient d'employer davantage d'alternants dans les années à venir et 14% en employer autant. Beaucoup l'envisagent comme une piste à étudier pour pallier à d'éventuelles tensions de recrutement futures. C'est également une manière de fidéliser de jeunes professionnels, dans les cas où les contrats débouchent sur des embauches.

L'alternance semble par ailleurs avoir été relativement épargnée pendant la crise, avec assez peu de ruptures de contrats émanant des employeurs. Certains départs volontaires sont néanmoins à signaler.

Seules 5% des entreprises devraient réduire leur effectif d'alternants.

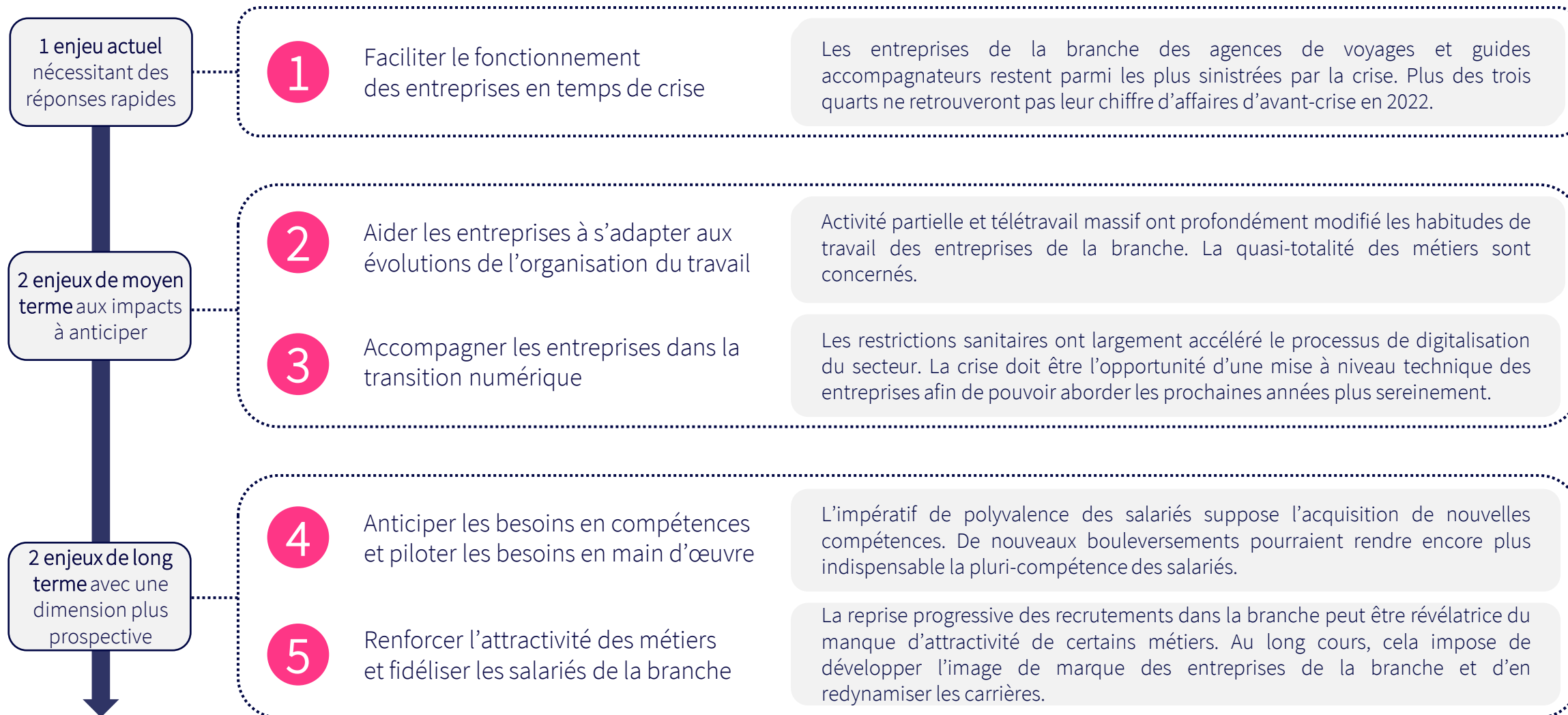
Classement des métiers les plus concernés par l'alternance

Source : enquête et traitement KYU, janvier 2022



ENJEUX DU SECTEUR

5 enjeux emploi-formation pour répondre à la crise sanitaire





« Cette action a bénéficié d'un cofinancement et de l'expertise du ministère en charge de l'Emploi [DGEFP] au titre du Plan d'Investissement dans les Compétences [PIC]. »

