

COVID-19



GESTION DE CRISE

Tendances - Semaine 16

1

SITUATION ECONOMIQUE

FOCUS HÔTELLERIE ET E-COMMERCE

3

Hôtellerie

- Sans surprise les volumes de réservation actuels sur les hôtels en France demeurent au plus bas - presque à 0.

Détail et évolution des réservations en date de création par zone géographique du 31 mars au 06 avril 2020

	Nbre moyen de Réservations/Hôtel sur les 7 derniers jours	Variation par rapport aux 7 jours précédents	Nombre moyen de réservations/hotel avant la crise (janvier 2020)
Paris	3,09	-10,6 %	80,82
Corse	1,15	-3,5 %	12,98
PACA	1,80	-9,7 %	36,03
Sud-Ouest	2,16	-5,0 %	45,65



On observe un pourcentage de baisse compris entre -91% et -96% par rapport à 2019 ,

L'hôtellerie à Paris enregistre une baisse de 96% par rapport à 2019,

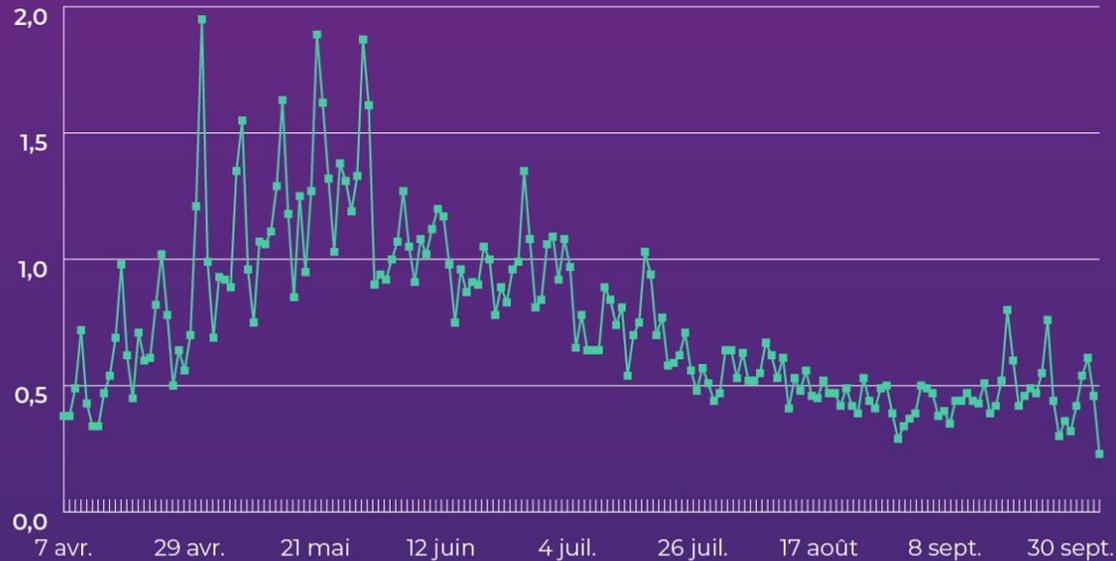
Source : Recovery Tracker –
évolution des réservations pour
les 3 mois à venir – D-EDGE

Hôtellerie

- Tendances de réservations – prochains 3 mois. En Date d'arrivée, Paris et le Sud-Ouest enregistrent quelques réservations pour les ponts du mois de mai mais aucune réservation n'est engagée pour l'été.

Réservations sur les 6 prochains mois, Paris

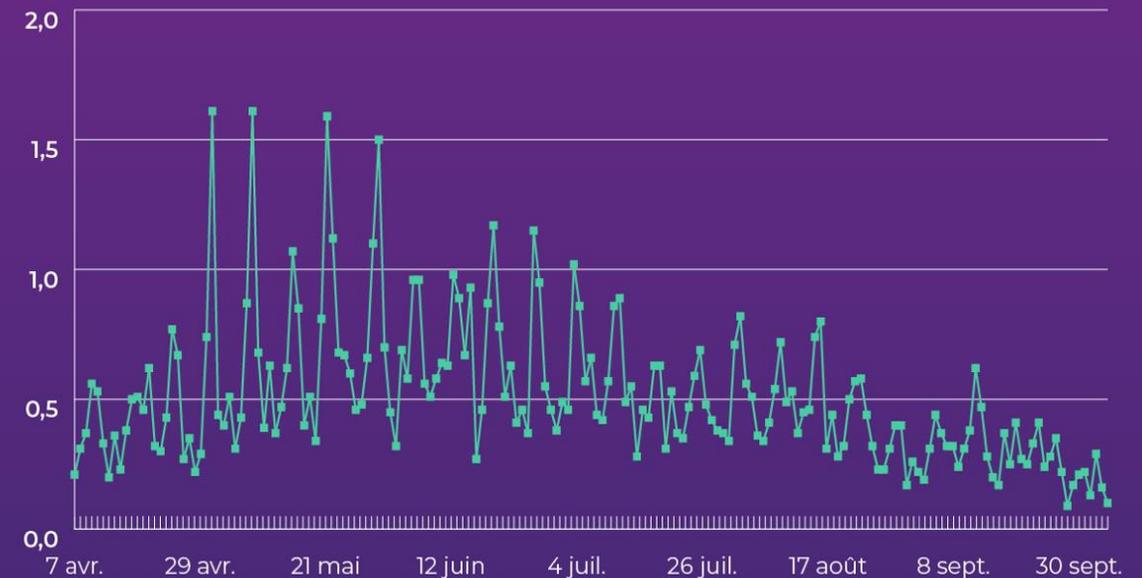
— Nbre moyen de réservations effectuées depuis le 1er mars et toujours confirmées/hôtel par date d'arrivée



d·edge
HOSPITALITY SOLUTIONS

Réservations sur les 6 prochains mois, Sud-Ouest

— Nbre moyen de réservations effectuées depuis le 1er mars et toujours confirmées/hôtel par date d'arrivée



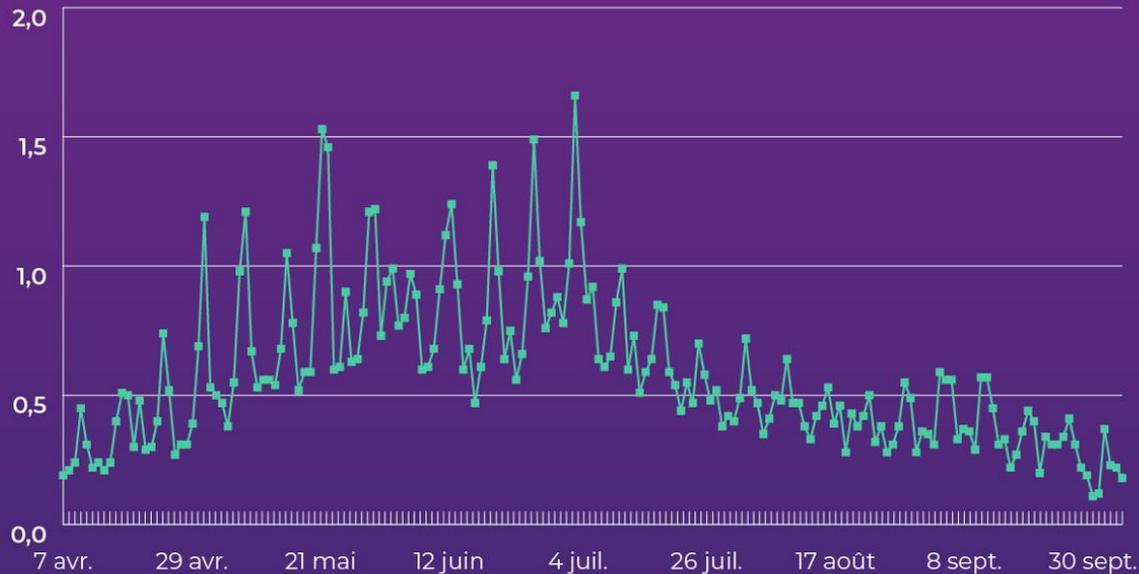
d·edge
HOSPITALITY SOLUTIONS

Hôtellerie

- Tendances de réservations – prochains 3 mois En date d'arrivée, La Corse et PACA commencent à enregistrer des réservations en juin et juillet mais à des niveaux qui restent très bas vs 2019.

Réservations sur les 6 prochains mois, PACA

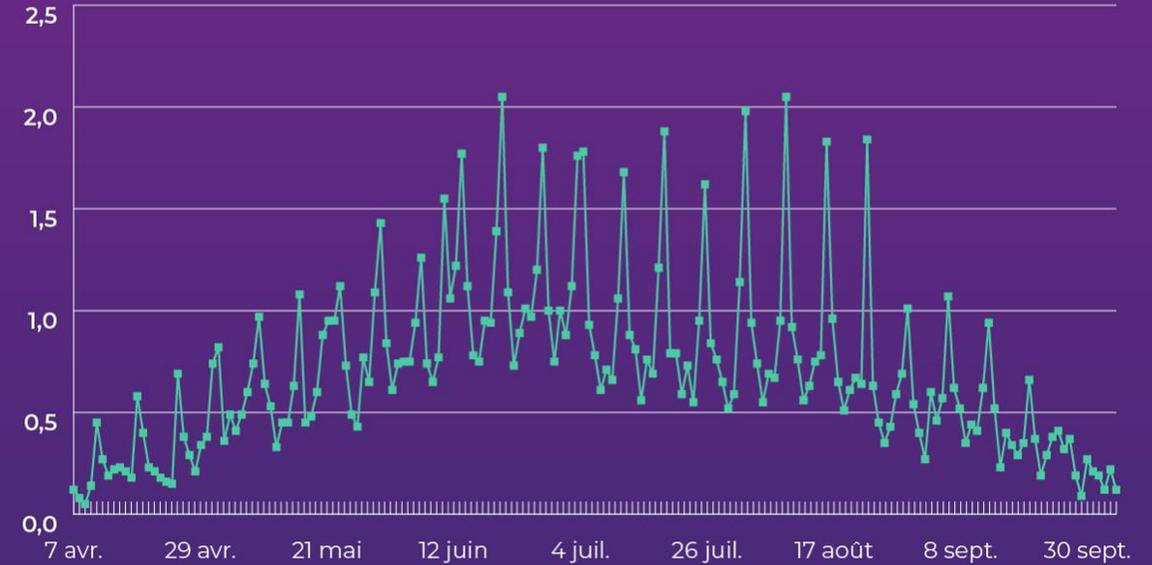
—■ Nbre moyen de réservations effectuées depuis le 1er mars et toujours confirmées/hôtel par date d'arrivée



d-edge
HOSPITALITY SOLUTIONS

Réservations sur les 6 prochains mois, Corse

—■ Nbre moyen de réservations effectuées depuis le 1er mars et toujours confirmées/hôtel par date d'arrivée



d-edge
HOSPITALITY SOLUTIONS

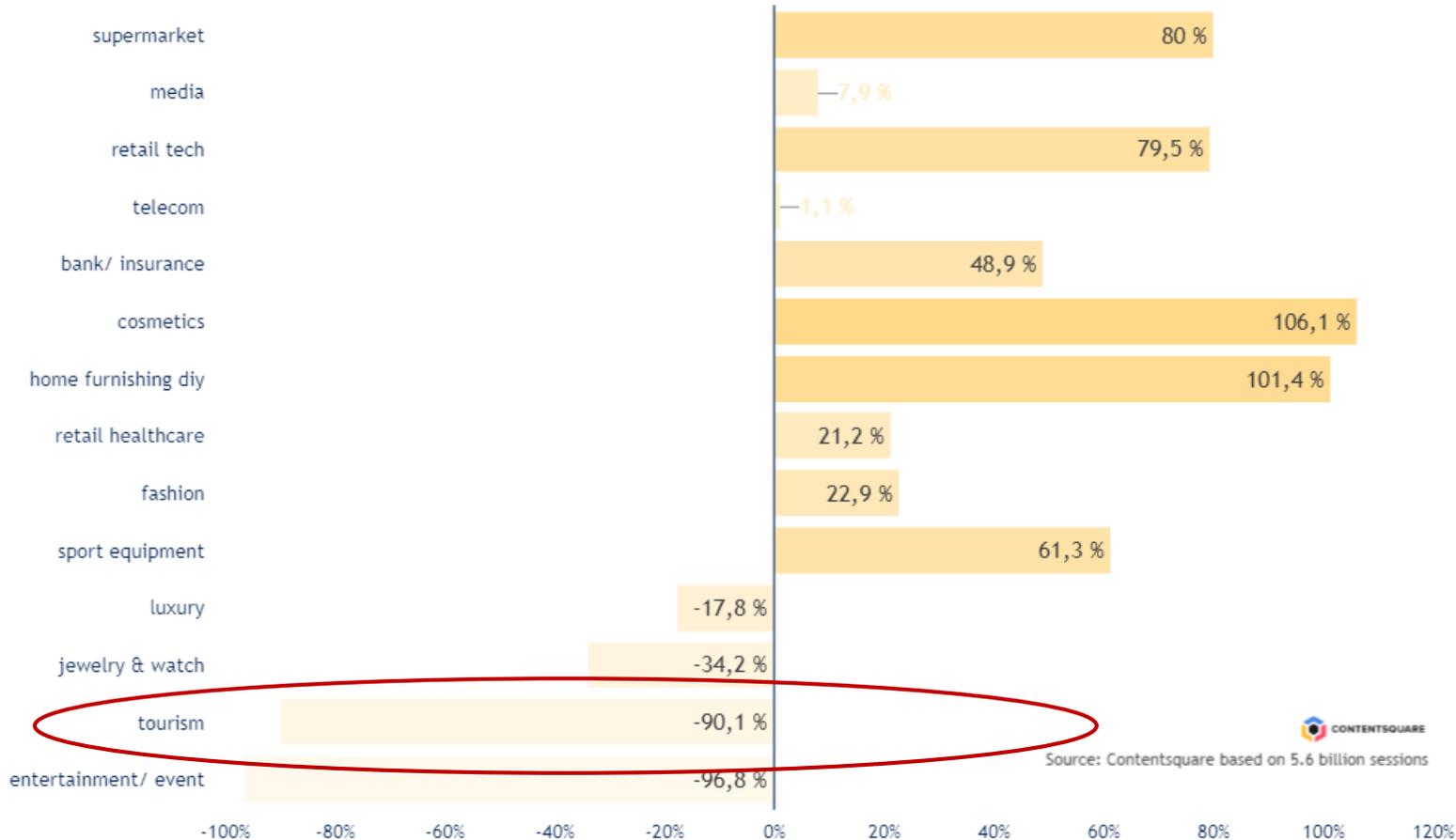
Indicateurs business digital – travel

Analyse des dispositifs digitaux (temps passés, sessions, nombre de pages vues, nombre de transactions, niveaux d'engagements) – 26 pays et focus (US, France, UK, Allemagne, Italie, Espagne, Scandinavie) – 22 secteurs -

Base : Transactions tourisme - Semaine du 30/3 au 5/4 vs période de référence du 6/1 au 16/2 2019 - Source Content Square

TRANSACTIONS EVOLUTION BY INDUSTRY

Week 3/30 to 4/5 compared to reference (Jan 6th - Feb 16th)



2

RESSENTIS CITOYENS DE FRANCE ET DU MONDE

3

Les Français et le coronavirus

Des niveaux d'inquiétude élevés chez les Français



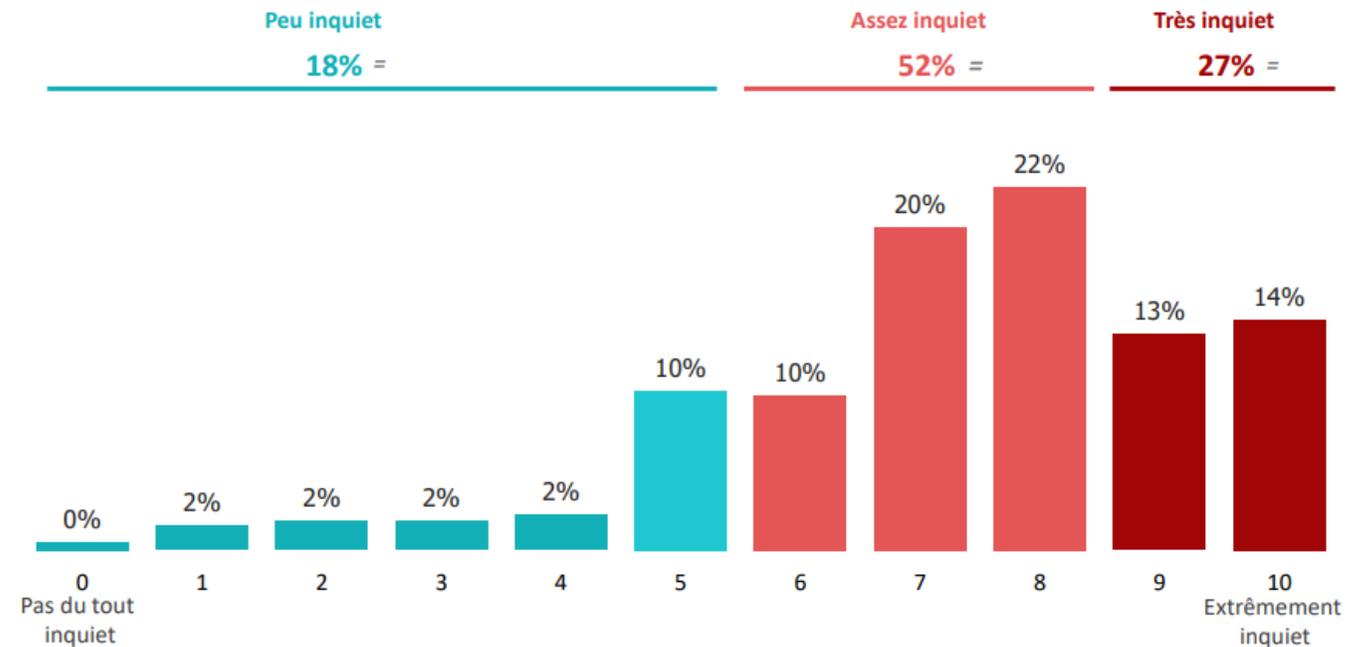
Le niveau d'inquiétude concernant le coronavirus

Q. A propos du Coronavirus, sur une échelle de 0 à 10, quel est votre degré d'inquiétude pour vous et vos proches ?

0 signifie que vous n'êtes pas du tout inquiet, 10 que vous êtes extrêmement inquiet, les notes intermédiaires cherchent à nuancer votre jugement.

1048 personnes

Note moyenne : **7,3/10** ▲+0,1



▲▼ : évolutions depuis le 6 avril 2020.

Ne se prononce pas : 3%

CoviDirect[®]

Suivi quotidien de l'opinion des Français pendant la crise sanitaire
Vague 12
7 avril 2020

“opinionway”
15 place de la République 75003 Paris

afaq ESOMAR member

La perception de l'avenir

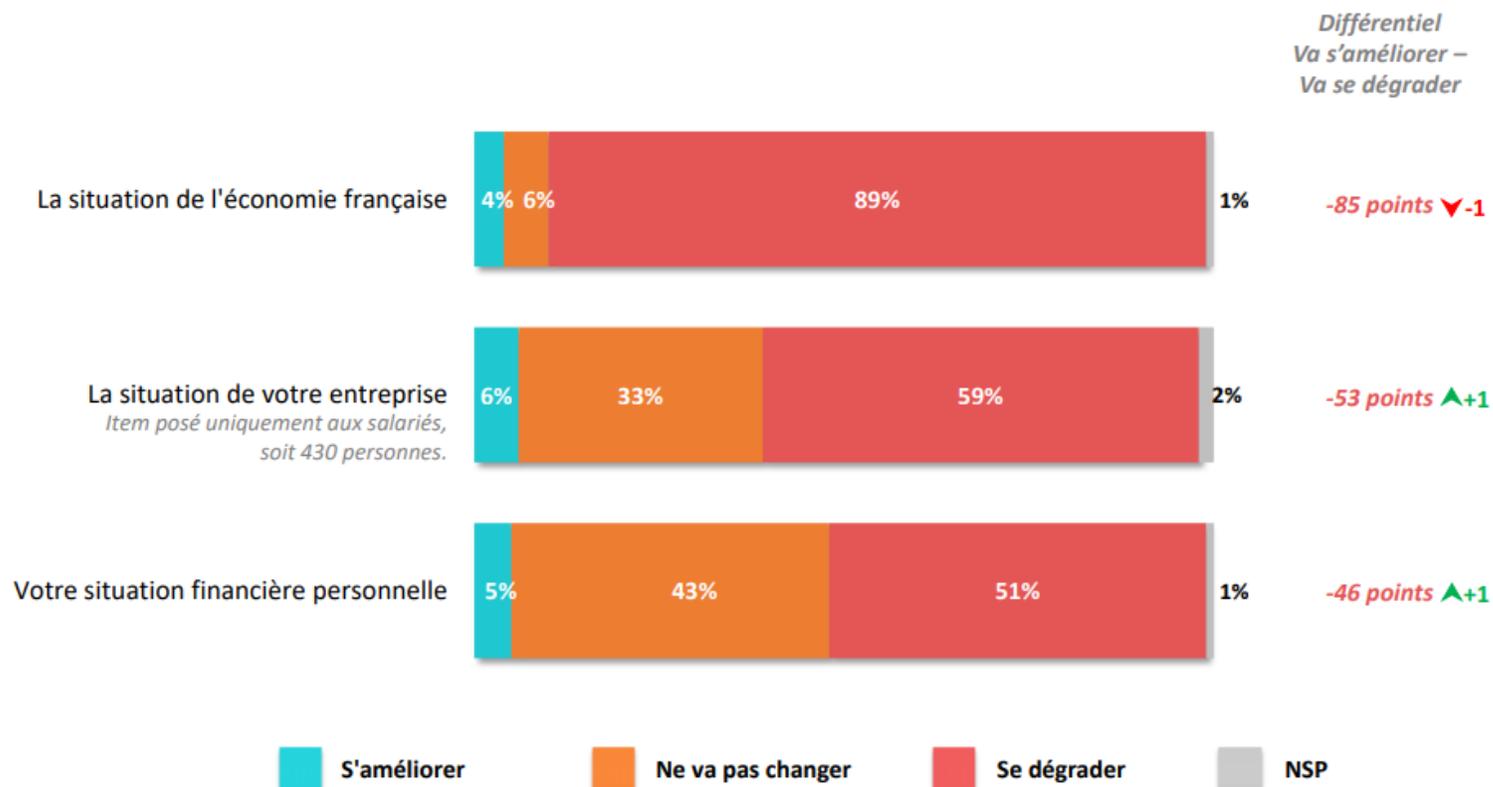
Des niveaux d'inquiétude élevés chez les Français sur le plan économique, professionnel et financier,



La perception de l'évolution à venir de la situation

Q. Dans les mois qui viennent, diriez-vous que chacun des éléments suivants va s'améliorer, se dégrader ou ne va pas changer ?

1048
personnes



▲▼ : évolutions depuis le 6 avril 2020.

Des millenials plus inquiets pour les autres

Des millenials moins inquiets pour eux-mêmes mais plus inquiets pour leurs proches



#MoiJeune, Confiné et Demain ?

Les 18-30 ans pendant et après la crise du Covid

- Baromètre 20 Minutes – OpinionWay -

Vague 1 - Avril 2020

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR member



Le niveau d'inquiétude à l'égard du Coronavirus

Q. A propos du Coronavirus, sur une échelle de 0 à 10, quel est ton degré d'inquiétude pour toi et tes proches ?

0 signifie que tu n'es pas du tout inquiet, 10 que tu es extrêmement inquiet, les notes intermédiaires te permettent de nuancer ton jugement.

604 personnes

Pour toi ?

	% Total	Sexe		Âge			Région		Statut	
		Homme	Femme	18 à 22 ans	23 à 27 ans	28 à 30 ans	IDF	Province	Actif occupé	Inactif
Sous-total 9 à 10	4%	4%	4%	1%	2%	11%	6%	3%	5%	1%
Sous-total 6 à 8	20%	15%	25%	15%	20%	29%	20%	21%	19%	20%
Sous-total 0 à 5	73%	79%	67%	83%	73%	56%	68%	74%	72%	76%
Moyenne	3.6	3.2	4.1	3.1	3.6	4.8	3.8	3.6	3.9	3.3

Pour tes proches ?

	% Total	Sexe		Âge			Région		Statut	
		Homme	Femme	18 à 22 ans	23 à 27 ans	28 à 30 ans	IDF	Province	Actif occupé	Inactif
Sous-total 9 à 10	17%	13%	22%	11%	18%	27%	17%	17%	19%	16%
Sous-total 6 à 8	63%	61%	64%	72%	60%	53%	57%	64%	61%	62%
Sous-total 0 à 5	18%	24%	13%	16%	21%	17%	25%	17%	18%	20%
Moyenne	6.9	6.5	7.2	6.9	6.6	7.3	6.6	7.0	6.9	6.8

Des citoyens du monde inquiets sur le plan professionnel

Selon le baromètre HarrisInteractive – Toluna, sur 18 marchés – question sur le sentiment de sécurité professionnelle lié au COVID 19

Il apparait très clairement que l'impact de la crise sanitaire sur la vie professionnelle est un sujet d'inquiétude majeur dans tous les pays du monde avec une part importante de personnes affectées ou concernées,

EUROPE



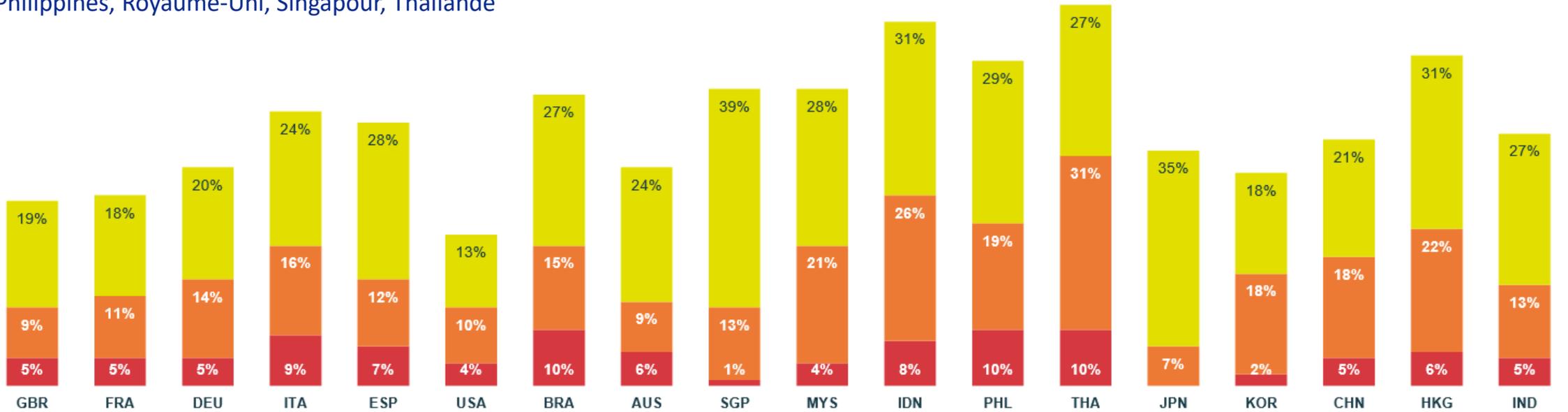
THE AMERICAS



ASIA



Etude menée dans 18 pays : Allemagne, Australie, Brésil, Chine, Corée du Sud, Espagne, Etats-Unis, France, Hong Kong, Indonésie, Inde, Italie, Malaisie, Philippines, Royaume-Uni, Singapour, Thaïlande



■ Have had their employment terminated since the coronavirus ■ Have had their employment reduced since the coronavirus ■ Feel worried

Des citoyens qui font évoluer leurs centres d'intérêt

Selon le baromètre Harris Interactive – Toluna, sur 18 marchés – question la reprise d'activités en sortie de crise COVID 19

Des citoyens qui entendent se comporter différemment après la crise, en privilégiant les sorties, vacances dans leur pays (Italie, Espagne, Corée du Sud) alors que d'autres déclarent plutôt vouloir mieux se préparer à l'avenir

		Be less materialistic	Treat myself and family to a holiday abroad	Treat myself and family to a holiday in my country	Buy something of significant value	Spend more money generally	Be more optimistic about the future	Be more health conscious	Be more environmentally conscious	Go out more, such as to eat or the cinema	Save money to prepare for a rainy day	Take out insurance to cover illness/ loss of holidays/ etc.
EUROPE		20%	21%	24%	7%	12%	32%	35%	20%	28%	26%	7%
		19%	17%	28%	4%	9%	20%	33%	27%	37%	21%	4%
		20%	20%	22%	6%	8%	23%	28%	19%	20%	24%	5%
		26%	22%	39%	7%	9%	29%	50%	38%	35%	40%	8%
		32%	20%	36%	8%	12%	32%	48%	31%	38%	40%	10%
THE AMERICAS		21%	14%	23%	13%	18%	33%	40%	23%	34%	33%	10%
		30%	10%	19%	13%	6%	46%	63%	40%	40%	60%	18%
ASIA		18%	19%	24%	11%	16%	34%	39%	21%	30%	34%	7%
		19%	35%	24%	20%	18%	42%	58%	41%	33%	45%	21%
		23%	8%	21%	20%	9%	50%	76%	52%	14%	68%	27%
		38%	11%	19%	18%	11%	48%	76%	63%	13%	53%	18%
		42%	14%	25%	35%	4%	66%	81%	62%	16%	73%	39%
		26%	15%	33%	19%	11%	36%	74%	50%	27%	63%	35%
		10%	9%	21%	5%	12%	15%	46%	22%	29%	23%	5%
		11%	27%	39%	2%	9%	16%	57%	31%	38%	33%	10%
		15%	12%	29%	6%	21%	32%	80%	59%	17%	42%	36%
		32%	34%	17%	3%	26%	12%	66%	37%	22%	48%	9%
		21%	21%	32%	30%	25%	52%	64%	56%	26%	35%	30%

Lowest scoring country for each measure

Highest scoring country for each measure

Des citoyens qui font évoluer leurs centres d'intérêt (2)

Selon le baromètre Harris Interactive – Toluna, sur 18 marchés – question la reprise d'activités en sortie de crise COVID 19

Des citoyens qui entendent se comporter différemment après la crise, en privilégiant les sorties, vacances dans leur pays (Italie, Espagne, Corée du Sud) alors que d'autres déclarent plutôt vouloir mieux se préparer à l'avenir

		Be less materialistic	Treat myself and family to a holiday abroad	Treat myself and family to a holiday in my country	Buy something of significant value	Spend more money generally	Be more optimistic about the future	Be more health conscious	Be more environmentally conscious	Go out more, such as to eat or the cinema	Save money to prepare for a rainy day	Take out insurance to cover illness/ loss of holidays/ etc.
EUROPE		20%	21%	24%	7%	12%	32%	35%	20%	28%	26%	7%
		19%	17%	28%	4%	9%	20%	33%	27%	37%	21%	4%
		20%	20%	22%	6%	8%	23%	28%	19%	20%	24%	5%
		26%	22%	39%	7%	9%	29%	50%	38%	35%	40%	8%
		32%	20%	36%	8%	12%	32%	48%	31%	38%	40%	10%
THE AMERICAS		21%	14%	23%	13%	18%	33%	40%	23%	34%	33%	10%
		30%	10%	19%	13%	6%	46%	63%	40%	40%	60%	18%
		18%	19%	24%	11%	16%	34%	39%	21%	30%	34%	7%
ASIA		19%	35%	24%	20%	18%	42%	58%	41%	33%	45%	21%
		23%	8%	21%	20%	9%	50%	76%	52%	14%	68%	27%
		38%	11%	19%	18%	11%	48%	76%	63%	13%	53%	18%
		42%	14%	25%	35%	4%	66%	81%	62%	16%	73%	39%
		26%	15%	33%	19%	11%	36%	74%	50%	27%	63%	35%
		10%	9%	21%	5%	12%	15%	46%	22%	29%	23%	5%
		11%	27%	39%	2%	9%	16%	57%	31%	38%	33%	10%
		15%	12%	29%	6%	21%	32%	80%	59%	17%	42%	36%
		32%	34%	17%	3%	26%	12%	66%	37%	22%	48%	9%
		21%	21%	32%	30%	25%	52%	64%	56%	26%	35%	30%

■ Lowest scoring country for each measure ■ Highest scoring country for each measure

Des envies de voyage à l'étranger qui se dessinent

Selon le baromètre Harris Interactive – Toluna, sur 18 marchés – question sur le moment le plus opportun pour réserver des vacances à l'étranger

Le Japon et la Malaisie se montrent les plus pessimistes à l'idée de réserver des vacances à l'étranger en 2020, alors que les Français, Espagnols et Chinois sont favorables à réserver des vacances à l'étranger entre Juin et Septembre

Etude menée dans 18 pays : Allemagne, Australie, Brésil, Chine, Corée du Sud, Espagne, Etats-Unis, France, Hong Kong, Indonésie, Inde, Italie, Malaisie, Philippines, Royaume-Uni, Singapour, Thaïlande

	EUROPE					THE AMERICAS		ASIA										
																		
March to May 2020	11%	9%	11%	4%	9%	26%	10%	9%	15%	4%	11%	16%	24%	5%	5%	21%	6%	27%
June to September 2020	33%	54%	43%	41%	57%	31%	26%	20%	23%	14%	37%	23%	18%	22%	38%	50%	20%	33%
October to December 2020	14%	7%	11%	14%	9%	12%	25%	24%	25%	13%	13%	24%	11%	15%	19%	11%	23%	20%
January to March 2021	13%	5%	11%	12%	9%	8%	24%	18%	17%	29%	13%	18%	11%	16%	15%	4%	16%	9%
I wouldn't be comfortable with any of these months	28%	24%	25%	30%	15%	21%	16%	30%	22%	39%	26%	19%	36%	43%	23%	13%	34%	11%

— Synthèse

Concernant l'hôtellerie:

- La durée et l'ampleur de la crise sanitaire restent difficiles à mesurer, semaine 16
- Les niveaux de réservations sont toujours anormalement bas, de l'ordre de – 91% à -96%; les quelques signes de reprise des réservations dans le Sud Ouest et l'été en PACA et Corse sont encourageants mais restent anormalement faibles,

Concernant l'e-commerce – tourisme, les métriques du voyage demeurent toujours en deçà des niveaux « habituels » et restent en forte chute (- 90,1%) .

Le ressenti des citoyens Français et internationaux

- Des niveaux d'inquiétude élevés sur le plan économique, professionnel et des revenus des Français,
- Des millenials moins inquiets pour eux-mêmes mais inquiets pour leurs aînés ,
- Dans le monde, des inquiétudes sur les impacts professionnels de la crise
- Des intentions de pratiques d'activité immédiates en sortie de confinement et des évolutions à plus long terme,
- Des marchés qui projettent des départ à l'étranger et d'autres qui les écartent en 2020.

3

MARKETING DE CRISE ET DE RELANCE

3

Repositionnement des marques

Les discours des marques et publications tendent vers les mêmes registres : solidarité, dons, création de valeur, circuits courts, prendre soin de soi, se projeter en attendant la fin du confinement ... Dans le palmarès des actions solidaires, on retient (source ADN)

- Le don de ses services ou produits (médias, culture, éducation...)
- La mise à disposition ses infrastructures
- La réduction et gel des coûts
- Création de services grâce à ses ressources
- Financement de ceux qui en ont besoin
- LA création et diffusion des contenus utiles

Trouver le propos et le ton juste

"Tout ce qui est transactionnel, promotions, il faut oublier !", pour Yann Rivoallan, cofondateur de [The Other Store](#), qui accompagne une quarantaine de marques mode et beauté dans leur stratégie. "Ce que nous conseillons aux marques, c'est d'adopter les valeurs de la solidarité et de l'entraide, de rentrer dans le quotidien des gens et les inciter à créer eux mêmes du contenu. Tout cela permet à une marque de créer une communauté sans chercher à nous voyons que ceux re ayant une communauté :

Agriculture - Pêche

Dossier : Coronavirus

Confinement : le "drive paysan" de Montpellier, c'est bien parti !

Mercredi 8 avril 2020 à 15:21 - Par Elisabeth Badinier, France Bleu Hérault

Montpellier, France



Pour soutenir les producteurs et les artisans locaux privés de marché de plein vent, le CIVAM Bio et INPACT 34 ont mis en place un "Drive" à Montpellier. Et c'est un gros succès.

EDITORS' PICK | 222 966 views | Apr 10, 2020, 07:00am EDT

Walmart Is Setting A Smart Example For The Rest Of The Grocery Industry To Follow



Chris Walton Senior Contributor @
Retail

I write serious and sometimes comic musings on retail's evolution

f

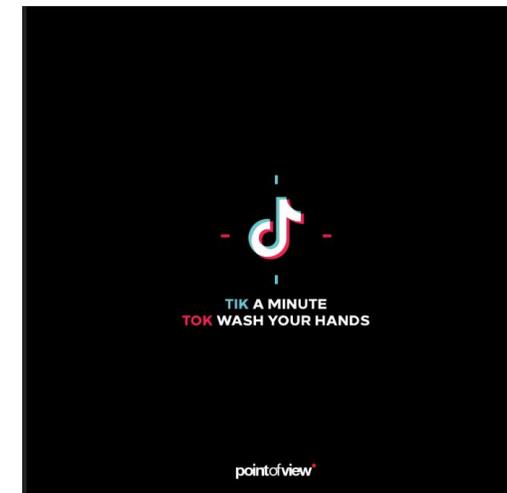
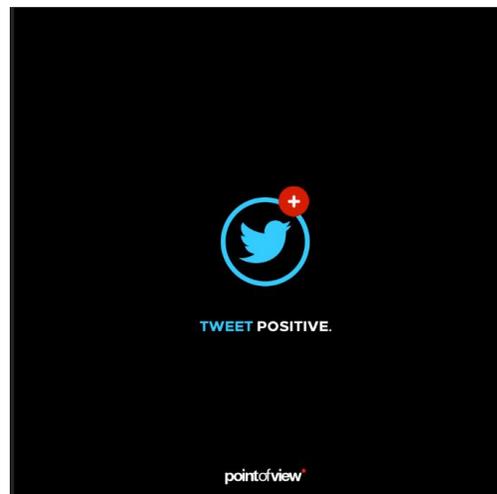
tw

in



— Des registres innovants côté réseaux sociaux

Les réseaux sociaux qui se veulent solidaires et plaident pour le confinement



Destinations : restez dans les esprits

Google Earth

Fear of missing out (FoMO)

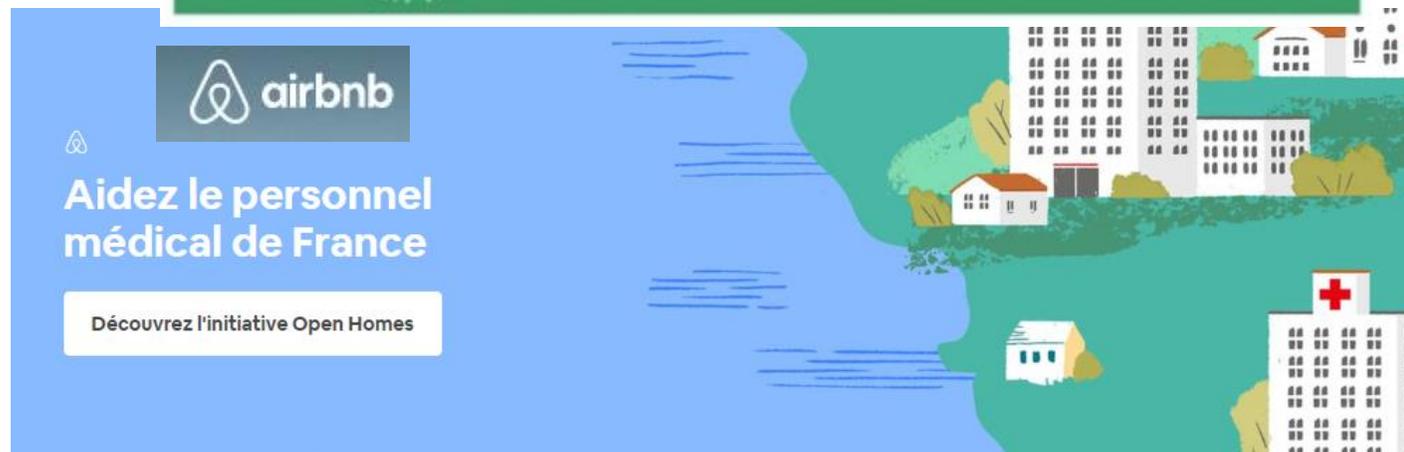
#NoFOMO



Un secteur touristique qui continue de se montrer solidaire

Coronavirus. Dans le Var, les professionnels du tourisme offrent séjours et repas aux « héros du quotidien »

Les professionnels du tourisme du Var sont invités à participer à une grande opération baptisée « Le repos des héros varois ». Le but est de proposer des repas, séjours ou autres prestations à destination des personnels en première ligne face au Covid-19. Un tirage au sort aura lieu cet été pour récompenser les soignants, pompiers ou agents d'entretien.



Un secteur touristique qui continue de se montrer solidaire(2)

Tripadvisor lance une initiative mondiale pour permettre aux voyageurs et aux consommateurs de venir en aide aux communautés locales touchées par la crise du Covid-19

**TOURISME
AVEYRON**

4 BONNES RAISONS DE REPORTER VOTRE SEJOUR

SANS REMBOURSEMENT DE VOS ARRHEES ET ACOMPTES

make **my** trip

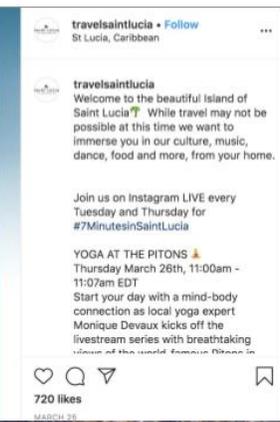
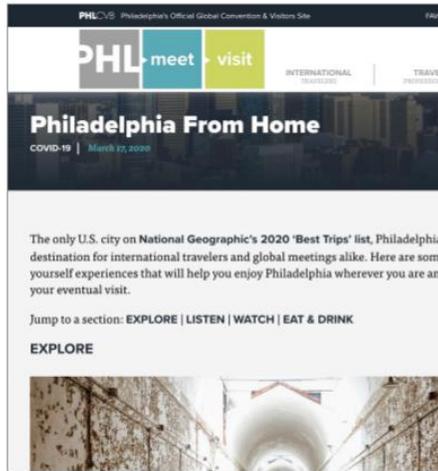


1. Je conforte la trésorerie du prestataire que j'avais choisi et je facilite ainsi la préservation de son entreprise.
2. Dans ce contexte de difficultés pour le pays, je fais preuve d'une solidarité qui sera finalement bénéfique pour tous.
3. Je contribue à préserver le tissu économique local d'un territoire rural pour lequel le tourisme est un élément clé de son activité.
4. En reportant mon séjour dans l'Aveyron, je m'offre la perspective d'une belle découverte et d'un moment de partage unique.



Stays for Saviours:
Comfy Hotels for Our Selfless Doctors & Nurses

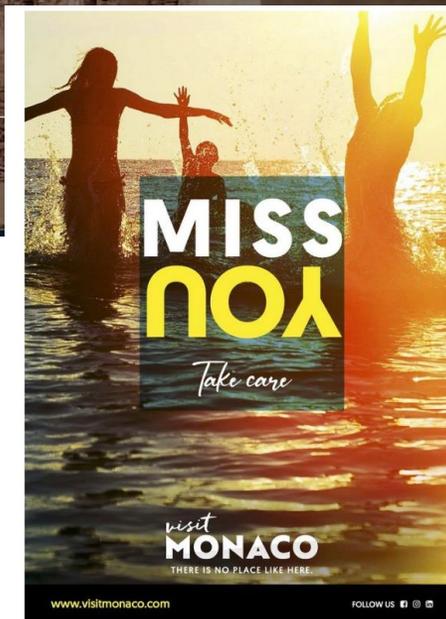
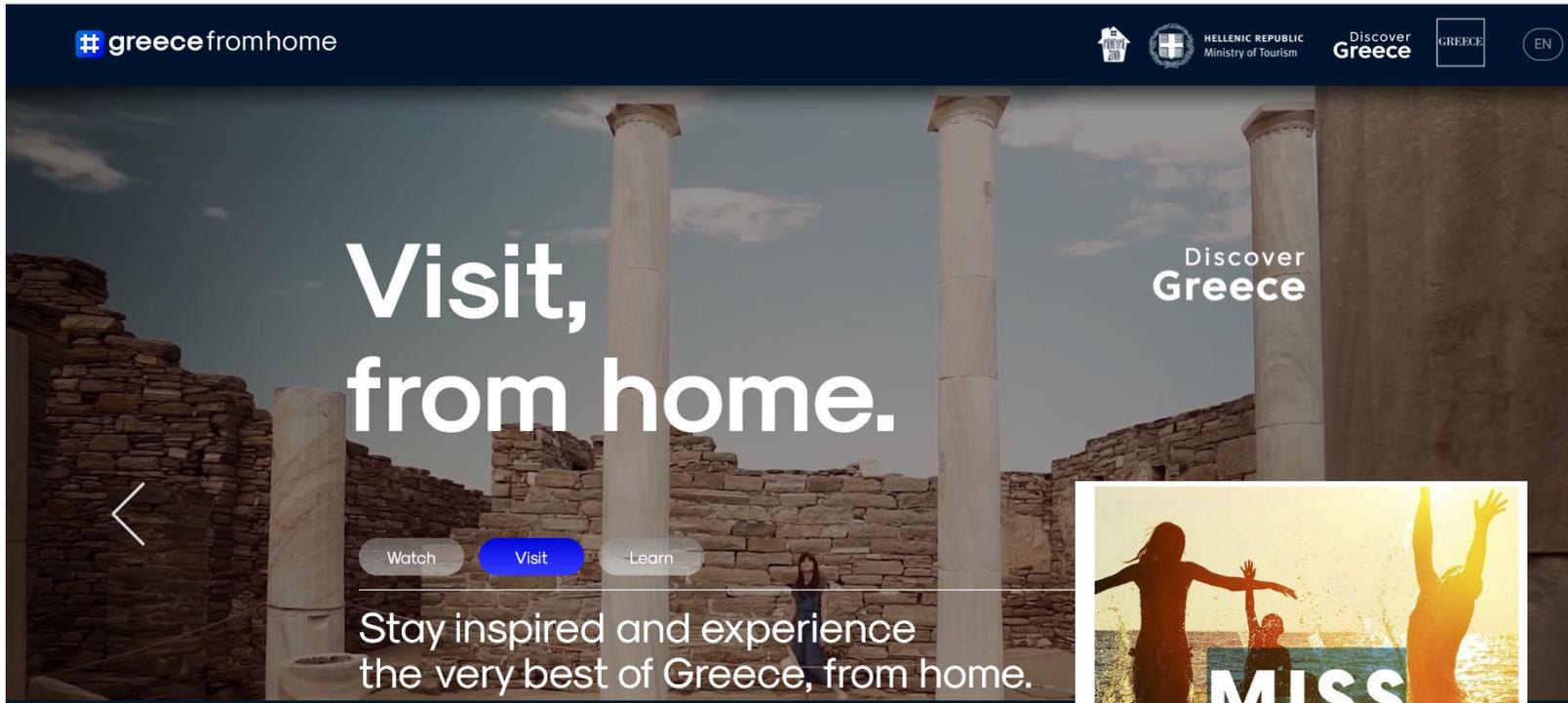
Et toujours, des stratégies pour continuer à penser tourisme



Le confinement terminé, où aurez-vous très envie de vous évader pour vous ressourcer en #HautsdeFrance? En forêt de #Compiègne? Au milieu de l'expo non virtuelle d'un musée? Sur une plage de la #CôteOpale pour profiter de l'air iodé et des horizons larges? Dites-nous tout 😊 nous ferons un top 10 de vos endroits préférés sur le blog #BienEtre #HautsdeFrance 🙌! #OnResteALaMaison #OnPenseAVous



Et toujours, des stratégies pour continuer à penser tourisme



Préparer l'avenir : une pression qui se maintient pour faire évoluer les modèles

Cette crise sanitaire devra permettre de se remettre en cause, répondre aux nouvelles aspirations, changer de modèle, anticiper les évolutions marché et comportementales...

[Tribune] L'industrie touristique française sous COVID-19 : «le jour d'après»

Voyage : « c'est une crise ? Non, c'est une révolution ! »

La crise du coronavirus est un accélérateur de changement ! L'après ne sera plus comme avant !

How Travel Companies Can Emerge Stronger from COVID-19

Coronavirus : le Tourisme est mort... vive le Tourisme !

 PAR FRANCK PINAY-RABROUST
8 AVRIL 2020

#11

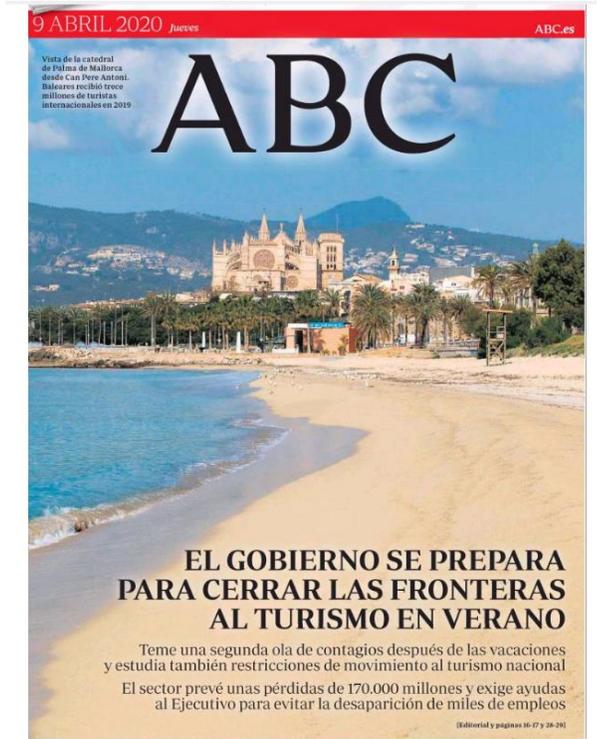
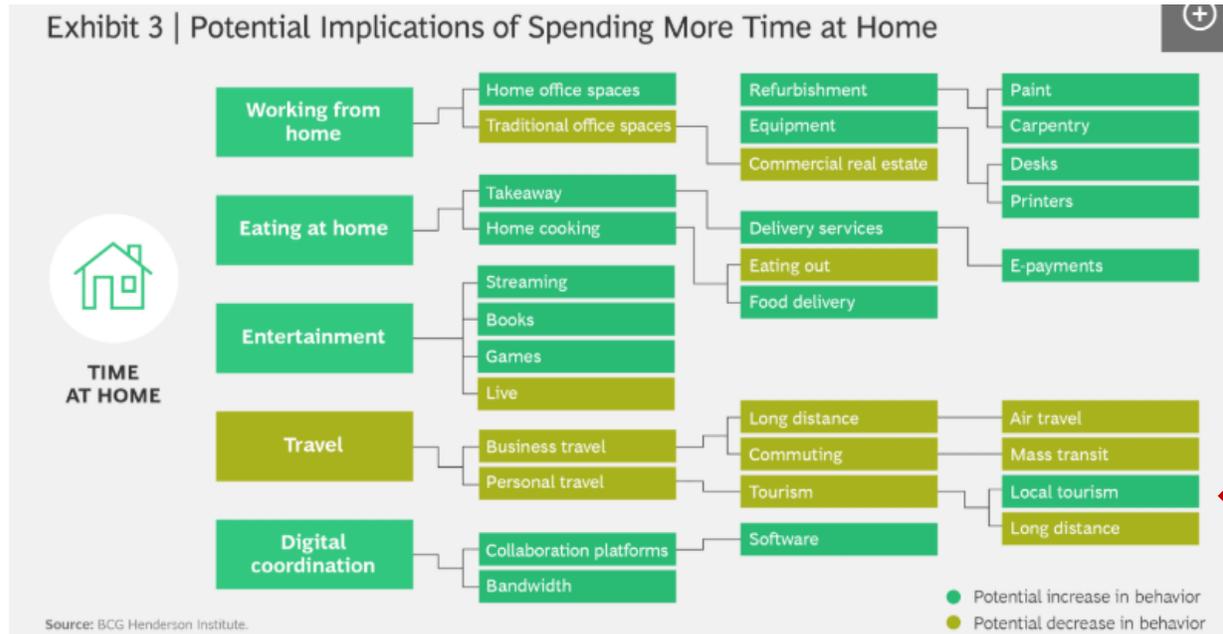
Jérôme Tourbier
podcast allo confiné(e)

« Le tourisme de masse sera forcément différent dans les années qui viennent »

Under any scenario, the airline industry will be forever changed.

Et dans un futur proche : marché local et les séjours de proximité

Selon le Boston Consulting Group tout le secteur touristique va connaître une baisse sauf le tourisme local qui devrait sortir gagnant.



As stated in our post [last week](#), we expect domestic travel to rebound first, followed by regional and then international travel. According to our data, we do indeed start to see increases in travel within Europe, starting in Q4 2020. Searches in intra European travel appear to grow from as early as October.

Coronavirus : le tourisme régional mise sur une reprise tricolore

La déflagration devrait toucher durement le secteur, qui mise pour sa reprise sur la clientèle nationale

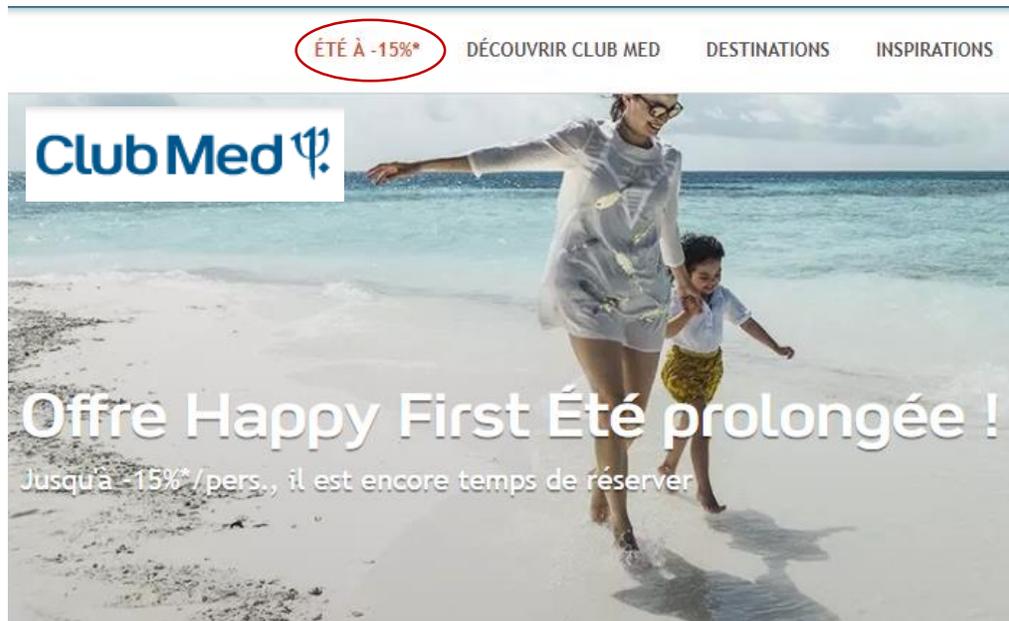
#PartezEnFrance : une "verticale" qui ne manque pas d'aplomb pour vendre la France

Un partenariat avec les EDV, le CEDIV et Prêt à Partir (à suivre...)

Coronavirus : le tourisme anticipe une lente reprise cet été et mise sur la clientèle locale

Des promotions pour l'été

1^{ère} conséquence les prix sont aussi tirés à la baisse et certains offreurs proposent des tarifs remisés à partir de l'été 2020



ÉTÉ À -15%*

DÉCOUVRIR CLUB MED DESTINATIONS INSPIRATIONS

Club Med Ψ

Offre Happy First Été prolongée !
Jusqu'à -15%*/pers., il est encore temps de réserver

**THE BEST TRAVEL DEALS FOR
2021 AND LATE 2020**

Booking.com

Promotion Grandes Vacances

Les vacances arrivent : des séjours à -15 % ou plus du 1er juin au 31 août.

[Voir les offres](#)

1. Discounted holidays

In a bid to generate short-term revenue, many travel companies are selling amazing packages to tempt people to book holidays later in 2020 and even 2021. For example, the [Inspiring Travel Company](#) is offering 40 per cent off stays next year at the Joali in the Maldives, while [Healing Holidays](#) is providing a 10 per cent discount on 2021 getaways to Vana in the Himalayas. *Conde Nast Traveller* lists other deals [here](#).

2. Flight sales

At the end of March, Easyjet grounded its entire flight network but that didn't stop it selling cheap £30 one-way flights to a range of European destinations for between October 2020 and February 2021, meaning quick-acting punters could snap up great deals.

9. Travel gift vouchers

As travel companies beseech customers not to give up on going abroad, many are selling travel gift vouchers for future holidays on unspecified dates. Examples include Luxury Scotland, which offers [vouchers](#) up to the value of £1,000, which may be redeemed against a stay, experience or meal at a variety of participating properties in the collection.

Des promotions pour l'été (2)



Offre été : Jusqu'à -35% + offert pour les lionceaux de -12 ans¹ !

Villages Clubs du Soleil lancent l'offre Sérénité pour inciter les résas été

jusqu'au 30 avril 2020

[Voir toutes nos offres](#)

Réservez jusqu'au 22 avril 2020
Arrivées du 3 juillet au 30 septembre 2020

[Réserver maintenant](#)



VACANCES ETE

Jusqu'à -20% sur une sélection de Clubs



[Destinations](#)

[Promos](#)

[Découvrez-nous](#)

[Envie de...](#)

[Vacances d'été](#)

0892 702 180
0,25€/min + prix d'un appel



FR | €

[Accueil](#) > [Vacances d'été](#)



VACANCES D'ÉTÉ

PREMIÈRES MINUTES ÉTÉ

Jusqu'à
-20%*

Juillet &
Août inclus

PROLONGATION
Jusqu'au 8 avril

Des promotions pour l'été (3)



Cdiscount Voyages
paiement **4X**

LES BEAUX JOURS REVIENDRONT
DÉPARTS EN JUIN, JUILLET, AOÛT

- Vol
- Séjour
- Camping

Fantastic Offers & Late Deals

CORONAVIRUS / COVID-19 - UPDATE



COVID-19 OUTBREAK
Hotels and attractions offering discounts and promotions to attract locals

EIGHT IMPORTED CASES REPORTED IN SINGAPORE; HIGHEST IN A DAY



SPECIAL OFFERS

STAYCATION MEGA-SALE!

Plus, if you are only looking for a short break during the summer, Mid-week (Mon-Fri) and weekend (Fri-Mon) stays are available during the peak holiday season - including the School Summer Holidays!

Avec les promotions, des conditions d'annulation assouplies

Conditions d'annulation assouplies



Votre sérénité est notre priorité !

Réservez votre été maintenant et bénéficiez d'un report sans frais* jusqu'au dernier moment si les circonstances imposent l'annulation de votre séjour

Voyage avec option annulation gratuite

Restrictions d'entrée, vols annulés, mise en quarantaine : en raison de la situation actuelle, il vous est impossible de **planifier vos prochaines vacances** ? Pas complètement si vous êtes prudents.

Aujourd'hui plus que jamais nous savons combien la **réservation d'un voyage avec l'option annulation gratuite** représente une sécurité supplémentaire pour vous tous. Pour cette raison nous avons regroupé sur cette page **toutes les offres de voyage** qui, une fois réservées, peuvent encore être **annulées sans frais et sans pénalité**. Il s'agit en grande majorité d'offres de notre partenaire Booking.com. De nombreux établissements hôteliers en France et dans le monde offrent en effet des **conditions d'annulation optimales jusqu'à quelques jours avant le départ**.

Concernant les **vols**, ils sont **rarement remboursables** et les **conditions varient beaucoup d'une compagnie aérienne à l'autre**. Toutefois, une majorité d'entre elles propose de **modifier les dates de votre voyage** si vous ne pouvez pas partir à la date initialement prévue.

N'hésitez plus, réservez vos prochaines vacances en toute **sécurité** et **flexibilité**.

More flexible change and cancellation policies

US Department of Transportation orders airlines to pay refunds

7. Unprecedented booking flexibility

As airlines, hotels and travel companies face a massive existential threat from government bans on travel, they are having to offer unprecedented levels of flexibility when it comes to making booking changes. Although many are not willing to offer refunds (they desperately need to keep the cash to survive), they are offering the ability to change the dates of trips for free – both to existing and new bookings.

Et récemment... des mesures de réassurance sanitaire

Du conseil aux politiques strictes, voire aux labels tels SG Clean à Singapour lancé mi-février



Centre de ressources Airbnb

**L'Hôtellerie
Restauration**

Marriott International Statement on Cleaning Protocols

Consignes pour prévenir COVID-19

Further to that, Delta Airlines today issued a statement saying that, starting April 13 through May 31, they will be blocking middle seats in Main Cabin, Delta Comfort+ and Delta Premium Select across all flights. When booking future seat selection via the Fly Delta App or online, middle seats will be shown as unavailable.

De la désinfection à l'entretien, voici ce que vous devez savoir.

Procédure de réception des marchandises ?

* [Les pro du tourisme en Thaïlande proposent un Tourists Safety Act \(Article du Bangkok Post\)](#) pour à la fois encourager le retour des touristes chinois et de mieux prendre en considération les standards d'hygiène et de sécurité.

Singapore Tourism Board rolls out new SG Clean scheme

Ships, Planes And Other Spots Are Getting A 'Deep Clean.' What's That Mean?



Grand Hyatt, which was linked to several virus cases earlier, among first hotels to get certified

Tourism, lifestyle businesses go for SG Clean mark to boost confidence



Infos sociétés

Tourisme : pour un « Protocole de Sécurité Sanitaire Touristique »

« ADP (avait) déjà commandé des caméra thermiques (qui permettent de mesurer la température des personnes présentes dans l'aéroport, ndr) ».

OUR RESPONSE PLAN

THE ROYAL WAY TO KEEPING YOU HEALTHY

The health, safety, and comfort of our guests and crew remain our highest priority



HAND SANITIZER EVERYWHERE

We've increased the availability of hand sanitizer stations and continue to enforce hand cleansing at all food venues onboard.

ENHANCED

We have rigorous measures in place to ensure the health and safety of our crew and guests who are onboard.

temperature.

Sortie du confinement : Exemple de la Chine

COVID-19 EN CHINE : LES SITES TOURISTIQUES NOIRS DE MONDE MALGRÉ UN RISQUE ENCORE ELEVE

Déconfinés, les Chinois prennent d'assaut un parc renommé, contraint de fermer en urgence

Avec la levée des restrictions, des milliers de touristes se sont rendus sur la chaîne du Huangshan, les Montagnes jaunes classées par l'Unesco. Au mépris des règles de sécurité sanitaires.

Coronavirus: foule dans les sites touristiques chinois après la levée du confinement

A Shanghai, 15 jours après leur réouverture, certains sites touristiques ferment à nouveau



CNN
@CNN



People flocked to popular tourists sites and major cities across China over the country's holiday weekend, despite warnings from health authorities that the risk posed by the coronavirus pandemic remains far from over cnn.it/2JKF8dA



Chinese tourist sites packed as country comes out of lockdo...

Large numbers of people flocked to popular tourists sites and major cities across China over the country's holiday weekend, despite edition.cnn.com

1 134 14:00 - 6 avr. 2020



— Synthèse

Au gré des semaines :

- Un marketing qui demeure solidaire, des stratégies innovantes (réseaux sociaux, Google..)
- Une offre qui renonce au printemps mais tente de sauvegarder la saison estivale en privilégiant des offres et des remises durant l'été, en haute saison,
- Des services plus qui accompagnent ces politiques : facilités des reports, remboursements,
- Des engagements de réassurance sanitaire ...

La « sortie du tunnel » sera sans doute axée sur une future guerre des prix pour capter des marchés limités en volumes et/ou, la poursuite d'un axe solidaire, intense, humain, responsable autour d'espaces non confinés...

A noter, le **sujet de l'accueil** mériterait d'être anticipé (confinement partiel à compter du 11 mai) par la poursuite de la déclinaison des valeurs humaines et de solidarité en sortie de crise , surtout auprès de marchés/segments à forte valeur et qui ont pu être ou seront ostracisés, les Franciliens, quelques Européens (IT, NL..) et internationaux (Asie).

4

FOCUS MARKETING DES ASSURANCES

3

—— Focus assurances

- *"Les assurances sont les grandes absentes du grand mouvement de solidarité qui se met en place partout pour les entreprises et les emplois menacés",* déclarait le 18 mars l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih).
- Les assureurs, un temps pointés du doigt pour leur manque d'engagement dans la crise du Coronavirus, ont, depuis, annoncé verser 200 millions d'euros au fonds de solidarité pour les entreprises en difficulté. Prochaine étape - que les assurances couvrent à l'avenir les catastrophes sanitaires qui pourraient se multiplier.
- Ainsi, après l'instauration d'un "état d'urgence sanitaire", il est fortement attendu des députés qu'ils fassent reconnaître l'état de "catastrophe sanitaire", comme le demande la Confédération des PME car un "Un état de catastrophe sanitaire permettrait aux entreprises concernées de faire jouer leur assurance perte d'exploitation » - (CR de la réunion PACA avec Jean-Baptiste Lemoine).
- Critiqués pour leur manque de réactivité et d'engagement face à la crise économique liée à la pandémie du COVID-19, les assureurs multiplient depuis quelques jours les initiatives.

Coronavirus et difficultés économiques des entreprises : les assurances n'en font elles pas assez ?

Solidarité

- **Solidarité** : A l'image des entreprises, les assureurs ont multiplié les initiatives de solidarité depuis le début de la crise : dons, promesses de ne pas licencier, paiements immédiats de commissions, gratuité de prestations d'écoute, de soutien...

EMERGING RISKS, INSURANCE INDUSTRY

INSURERS RESPOND TO COVID-19 WITH HOST OF RELIEF INITIATIVES

APRIL 6, 2020 MARIA SASSIAN LEAVE A COMMENT

[Tweet](#)



MAPFRE, an insurance company based in Spain, is [allocating 54 million euros to support customers and suppliers](#). This is in addition to 5 million euros recently donated to accelerate COVID-19 research in Spain.

More than 90 percent of MAPFRE's 34,000 employees worldwide are working remotely to reduce the risk of contagion and to guarantee service to customers, who in Spain are being offered a free advisory service to learn how they can take advantage of the support that is on offer.

Chubb [announced](#) that it is committing \$10 million to pandemic relief efforts globally. The support will go to people and programs providing emergency frontline services and for assistance to the most financially vulnerable members of the community who have been impacted the hardest by the pandemic.

The company also announced that it will not conduct any layoffs of its employees while in the midst of the COVID-19 pandemic health crisis, and has added employee benefits such as additional sick days.

Solidarité

- **Solidarité** : A l'image des entreprises, les assureurs ont multiplié les initiatives de solidarité depuis le début de la crise :



La solidarité au cœur de chacun de nous

Quand AXA et l'ensemble des collaborateurs s'engagent pour parer à l'urgence de la situation.

[En savoir plus →](#)

SOUTIEN À LA RECHERCHE ➤ Le Fonds AXA pour la Recherche renforce son soutien à l'Institut Pasteur	#SOLIDAIREAUTREMENT ➤ Rejoignez l'élan de solidarité initié par AXA Atout Cœur	INTOX DETOX ➤ AXA Prévention vous aide à vérifier les infos santé
---	--	---

27 mars 2020

 Le groupe Macif

Ce sont plus de 20 millions d'euros que le Groupe mobilise dès aujourd'hui et en prévision de l'après-crise pour venir en aide aux personnes les plus fragilisées :

- 1,25 million d'euros de dotation pour soutenir les soignants en première ligne à travers la Fondation de l'AP-HP (Assistance Publique – Hôpitaux de Paris),
- 2,5 millions d'euros de dotation destinés aux partenaires associatifs historiques de la Macif pour contribuer à l'aide alimentaire d'urgence : Restos du Cœur, Samusocial de Paris et Secours Populaire,
- 5,2 millions d'euros dans le cadre du Fonds de Solidarité et du Fonds d'Action Sociale de la Macif destinés à venir en aide à ses sociétaires et adhérents en difficulté ; puis 6 millions d'euros pour anticiper les impacts sociaux de l'après-crise dans le cadre de la Prestation Solidarité Chômage Macif, dispositif unique parmi les assureurs,
- 5,2 millions d'euros dans le cadre de la contribution de la Fédération Française de l'Assurance au Fonds de Solidarité mis en place par les autorités publiques pour soutenir les petites entreprises et les indépendants.

L'actualité GMF



Covid-19 : L'Institut pour la Recherche sur la Moelle Épineuse et l'Encéphale (IRME) avec le soutien de GMF SOLIDARITÉ Fonds d'Entraide du Groupe GMF met en place une cellule de soutien psychologique pour les familles

03/04/2020 [Qui sommes-nous](#)

[Lire la suite](#)



« Notre structure et nos investissements garantissent notre solidité financière »

Redistribution

- **Redistribution** : 1^{ère} compagnie à le proposer en France , la MAIF a annoncé la semaine dernière qu'elle allait reverser plus de 100 millions d'euros à ses sociétaires titulaires d'un contrat d'assurance automobile. Chaque sociétaire concerné recevra 30 euros par véhicule assuré et est invité à en faire don à trois associations particulièrement mobilisées pour lutter contre la pandémie : la fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, l'Institut Pasteur et le Secours Populaire.
- Deux autres compagnies américaines ont pris les mêmes mesures,

abc NEWS CORONAVIRUS ECONOMIC IMPACTS

Auto insurance companies returning \$800M in premiums during COVID-19

Two companies announced premium relief plans amid the coronavirus pandemic.



By Catherine Thorbecke

7 April 2020, 17:02 • 4 min read

Two auto insurance giants announced they are returning a total of \$800 million in premiums to customers during the novel coronavirus pandemic, saying people are driving less and they are experiencing fewer claims.

Allstate pledged to return \$600 million to its customers amid the COVID-19 outbreak, and American Family Insurance said it would return \$200 million.

Le confinement raréfie les accidents auto, la Maif rembourse des cotisations d'assurances

Covid-19 : la MAIF fait face

Face à la crise, la solidarité s'impose. Nous avons donc pris des mesures exceptionnelles pour les sociétaires soignants et les personnes en difficultés, et décidé de faire bénéficier les sociétaires des économies réalisées du fait de la diminution des accidents de la route durant cette période de confinement. #ChaqueActeCompte

En savoir plus >

LES ASSUREURS

Coronavirus : la Maif fait cavalier seul sur le remboursement des assurés automobiles

AURÉLIE ABADIE | 07/04/2020 à 15h26

CORONAVIRUS

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE L'ASSURANCE (FFA)

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France