

Femmes
du **Tourisme**



**FEMMES DU TOURISME : UNE INDUSTRIE ET DES VALEURS
PARTAGÉES, DES MÉTIERS VARIÉS.**

**DOSSIER
DE
PRESSE**
NOVEMBRE 2020

Retrouvez Femmes du Tourisme



WWW.FEMMESDUTOURISME.ORG

RESULTATS DE L'ENQUÊTE OCTOBRE 2020

Femmes
du **Tourisme**



20 QUESTIONS AUPRES DE 110 FEMMES DU TOURISME

Très engagée auprès de leurs adhérentes et toute aussi concernée par les enjeux de nos métiers, **l'association Femmes du Tourisme** s'est une nouvelle fois rapprochée de chacune d'elles. Il était ici question de donner la parole sur l'impact moral et organisationnel de cette crise dans la très grande variété des entreprises représentées au sein de l'association. Cheffes d'entreprise, cadres supérieures, toutes ont vécu cette période en cumulant plus que jamais les rôles tant professionnels que familiaux.

En dépit des difficultés rencontrées, le bilan est cependant clair :

Faire face - ne jamais renoncer - et plus que jamais s'épauler et agir.

L'une des membres aura parfaitement résumé en qualifiant non sans humour, que toutes étaient des "**femmes de faire**" !

DES ACTES ET DU LIEN

- 11 visio-conférences
- 18 newsletters
- 4 conseils d'administration
- 60 femmes présentes au cocktail de rentrée (entre 2 confinements)
- 1 enquête d'opinion

cette liste montre les actions menées par les Femmes du Tourisme depuis le 25 mars dernier. Une vie associative riche en rencontres, en débats et en liens actifs.



QUAND ?

Lancement de l'enquête octobre 2020

PANEL ?

une centaine d'entre elles ont répondu, soit un taux de réponses de **75%**.

OBJECTIFS ?

Les résultats permettent de mieux appréhender les actions mises en œuvre pour faire face à la pandémie, la manière dont les Femmes du Tourisme voient aujourd'hui l'évolution possible de leur entreprise et de leur carrière mais aussi le rôle que peut jouer l'association pour les soutenir dans cette période unique et difficile.

LES FEMMES DU TOURISME PLUS QUE JAMAIS EN ACTION

Un réel plébiscite pour les actions de Femmes du Tourisme :

- La très grande majorité des répondantes pense que la communication de Femmes du Tourisme pendant le confinement a été pertinente. « Restons en contact » est l'action qui remporte le plus de suffrages (96%) très peu devant « les conférences sur des sujets professionnels » (94%).
- Pour l'avenir, les adhérentes souhaitent que ces actions perdurent mais aussi que se développent l'échange de bonnes pratiques, le suivi des mesures d'accompagnement de la pandémie, et l'aide à la mise en place du tutorat.



AGILES VOUS AVEZ DIT AGILES ?

Pratiquement toutes les répondantes déclarent avoir mis en place des mesures spécifiques pendant la période du confinement, voire ont combiné plusieurs mesures, pour organiser le travail de leurs salariés et gérer leur entreprise.

Plus de **30%** des répondantes déclarent avoir eu recours au chômage partiel et la même proportion au télétravail, avec ou sans, horaires réduits. A noter que les arrêts de travail pour garde d'enfants et formation professionnelle ont été des mesures peu utilisées.

La mise en place de ces mesures a donc contraint beaucoup de Femmes du Tourisme à repenser l'ensemble de l'organisation du travail de leurs salariés :

- Dans ce contexte, l'animation des équipes a été particulièrement difficile et ce tout particulièrement en ce qui concerne le cadre du travail à temps partiel.
- En revanche, si le télétravail a demandé à tous les salariés une adaptation aux nouveaux outils, celle-ci semble s'être opérée sans trop de difficultés.

ET SI NOUS CHANGIONS TOUT ?

A cette question : Vous repositionneriez-vous sur d'autres segments du marché du voyages et/ou abandonneriez-vous d'autres segments ?

- 20% des répondantes déclarent n'avoir pas changé de stratégie et le même nombre, **avoir diversifié** leur prestation sur des activités hors voyage.
- Cependant, plus de la moitié déclarent s'être positionnées sur d'autres segments du marché du voyage ou avoir abandonné certains segments de leur offre.



LE CLIENT EST-IL TOUJOURS ROI "EN PAYS COVID" ?

Une combinaison de plusieurs mesures a été mise en place pour répondre à la demande des clients :

- L'accueil dans les agences ou les bureaux ayant été plus que limité, confinement oblige, l'assistance à la clientèle a donc été avant tout téléphonique, par mail, voire par l'aide d'outils de vidéo-conférence.
- Au-delà de cette assistance les solutions les plus fréquemment retenues ont été : le report des prestations, le remboursement total ou partiel des frais engagés, l'aide au rapatriement... autant de mesures qui ont été adoptées, **souvent au cas par cas**, pour faire face aux demandes de la clientèle.
- Pour mettre en place ces mesures, les répondantes ont rencontré peu de difficultés techniques mais, en revanche, les difficultés relationnelles avec la clientèle ont été plus nombreuses.
- L'acceptation des reports de voyage sans frais et l'annulation sans frais ont pu être négociées avec les fournisseurs mais les litiges pour le remboursement des acomptes prestataires ont fait partie des difficultés rencontrées au cours de cette période.



LA TRANSFORMATION C'EST ICI MAINTENANT !

En résumé, on peut donc dire que la pandémie a eu pour la plupart des répondantes un effet d'accélération de la transformation globale de leur entreprise. Ainsi, interrogées sur les « expériences » que cette période a amené à mettre en place, les réponses sont souvent positives, bien que pour beaucoup « il soit encore trop tôt pour tirer un bilan de la période ».

Parmi ces réponses, on retiendra que cette période a permis :

- De réfléchir différemment à l'organisation du travail et de découvrir les avantages du télétravail et de la visioconférence.
- D'engager une réflexion stratégique sur l'offre et sa possible diversification, d'accélérer la prise en compte des enjeux environnementaux,...
- De développer une plus grande solidarité entre tous les acteurs du voyage.

La prolongation de ces tendances semble être confirmée par les réponses à la question sur les mesures mises en œuvre depuis le début septembre 2020. :

- Développement et maintien du télétravail arrivent en tête des réponses, tout comme le maintien des mesures d'animation pour maintenir le contact avec la clientèle.
- La prolongation du chômage partiel fait elle aussi partie de la moitié des réponses. Mais s'ajoutent à ses mesures, mais en faible nombre, les licenciements.

RESISTANTES ET RESILIENTES

- Le plus fort impact de la période sur le mode de vie des répondantes a été l'augmentation du stress liée à l'incertitude du quotidien
- Les trois quarts des répondantes déclarent que l'augmentation du stress liée à l'incertitude du quotidien est ce qui a pesé le plus sur leur vie personnelle
- Près de la moitié a connu une diminution de leur revenu. Un cinquième a connu « le sentiment d'un grand isolement professionnel »
- 50% « des difficultés pour mettre en place l'école à la maison ».
- Dans leur grande majorité, les répondantes ont pu prendre des congés et ce majoritairement en France.



L'ASSOCIATION REPRÉSENTE À TRAVERS SES 147 MEMBRES, DIRIGEANTES D'ENTREPRISE ET DIRIGEANTES INSTITUTIONNELLES, L'ENSEMBLE DES MÉTIERS DU TOURISME EN FRANCE ET 27 ACTIVITÉS.

« **L'association Femmes du Tourisme** rassemble des femmes de métier engagées dans tous les secteurs du tourisme, publics et privés.

Par leur talent, leur solidarité et leur sensibilité, les membres de l'association soutiennent et accompagnent les femmes de notre industrie face aux nouveaux enjeux économiques, écologiques et technologiques. »