

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #23

BILAN DE SAISON 2023

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #23

BILANCIU DI STAGIONE 2023

ÉDITION **2024**



Avant-propos

L'évolution cyclique des pratiques de consommation et les innovations techniques relatives à l'accès à l'information et à la communication ont été amplifiées par la crise sanitaire de 2020.

Cela, conjugué à l'explosion de l'utilisation des outils numériques depuis environ une décennie rendent aujourd'hui incontournable l'exploitation des données pour un pilotage adéquat.

C'est en partie pour ces raisons que l'observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse, collecte et analyse de manière quotidienne différents types de données. La finalité résidant dans le fait de disposer d'un système décisionnel performant.

Ces données, riches et diverses, portent à la fois sur l'**offre** (transport, hébergements, activités et loisirs, etc.), la **demande** (comportements de voyage des touristes, origine, dépense, etc.) et **les revenus** qui en découlent.

Elles sont fondamentales pour observer les tendances touristiques en Corse, anticiper les changements de consommation et définir des politiques publiques adaptées au bon développement du secteur à l'échelle de l'île.

Enfin, ces données permettent de répondre de manière optimale aux nouvelles exigences des touristes en élaborant des stratégies marketing ciblées allant dans le sens d'un développement touristique maîtrisé.

Au sein de la Mission Observation du tourisme du Pôle Centre de Ressources de l'ATC, nous travaillons essentiellement suivant trois grandes typologies de données :

- des données internes : mise en place du suivi conjoncturel, réalisation d'études spécifiques ;
- des données externes gratuites : publications INSEE, Banque de France, Banque des Territoires, DGE, et bases associées ;
- des données externes payantes, achetées auprès d'organismes touristiques ou fournisseurs de données spécialisées. Cela fut notamment le cas cette année avec la société Mabrian Technologies dont vous trouverez l'analyse des données récoltées au sein du présent document.

Méthodologie

Les résultats figurant dans ce cahier du tourisme n°23 résultent en grande partie du suivi conjoncturel engagé par l'Observatoire du Tourisme de la Corse tout au long de l'année 2023 auprès de l'ensemble des acteurs insulaires du tourisme :

- hébergements,
- restauration,
- activités et loisirs,
- voyagistes,
- et transports internes.

Ainsi, chaque mois et tout au long de l'année, l'Observatoire de l'ATC a interrogé sur la base d'un questionnaire en ligne l'ensemble des hébergements touristiques collectifs et locatifs enregistrés dans le Système d'Information Touristique Territorial de Corse (SITTCO) : hôtels, campings, résidences de tourisme et villages de vacances, meublés de tourisme, chambres d'hôtes et Gîtes de France.

Ce sont en moyenne 550 hébergements qui chaque mois ont répondu à ces enquêtes de conjoncture.

Concomitamment à cet exercice, d'autres entreprises dont l'activité dépend du tourisme, comme les entreprises des activités et loisirs, les agences de voyages, les bars, les restaurants ainsi que les transports internes, ont également été interrogées, sur la base d'un questionnaire en ligne, mais cette fois-ci à seulement trois moments clés de l'année : à la fin du printemps (bilan d'avant-saison), après l'été (bilan de la haute-saison) et à la fin du mois d'octobre pour l'arrière-saison.

L'ensemble de ces éléments conjoncturels ont été complétés et consolidés par d'autres sources de données dont les principales sont les données de flux de passagers des ports et aéroports insulaires fournis mensuellement par la CCI de Corse, les données de connectivité aérienne, de dépense touristique, de comportement clientèle et de qualité et prix des hébergements issues de la plateforme Mabrian et des données de fréquentation d'Orange Flux Vision.

Notons que cette année, le taux de retour de nos enquêtes a encore progressé. Cette fois-ci, de +57% par rapport à l'année précédente. Aussi, que toutes les personnes qui répondent régulièrement à nos sollicitations soient ici vivement remerciées.

Rappel :



Avant-saison : du 1^{er} mai au 30 juin

Haute-saison : 1^{er} juillet au 31 août

Arrière-saison : 1^{er} septembre au 31 octobre

Table des matières

Avant-propos	2
Méthodologie	3
1. Préambule - rappel du panorama de l'offre hôtelière insulaire	5
1.1. RAPPEL/MISE EN PERSPECTIVE.....	5
1.2. ANALYSE DE L'OFFRE D'HEBERGEMENT ET POSITIONNEMENT DE L'HOTELLERIE	5
1.2.1. Hébergements collectifs	6
1.2.2. Hébergements locatifs.....	6
1.3. LES CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE HOTELIERE INSULAIRE	7
1.3.1. Une offre spécifique.....	7
1.3.2. Une offre inégalement répartie	8
1.3.3. Une offre qui s'écolabellise	9
1.3.4. Une offre sous-représentée dans le haut de gamme.....	10
1.3.5. Un nombre de nuitées hôtelière en baisse	12
1.3.6. Une saisonnalité structurelle	13
1.3.7. Les prix.....	14
1.3.8. Une satisfaction élevée des visiteurs à l'égard des hôtels en 2023	16
1.4. L'HOTELLERIE CORSE DANS LE BASSIN MEDITERRANEEN	17
1.4.1. Quelques données de cadrage.....	17
2. Données de cadrage – Année 2023.....	20
2.1. DONNEES DE FREQUENTATION	20
2.2. CONNECTIVITE AERIENNE (SOURCE MABRIAN).....	22
2.3. CONNECTIVITE MARITIME (HORS-CROISIERES)	24
3. La météo et l'inflation pèsent sur l'avant-saison touristique.....	26
3.1. TRANSPORT : UN NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTES STABLE MAIS RECU DE L'AERIEN.....	26
3.2. L'HEBERGEMENT MARCHAND NE PROFITE PAS DES PREMIERS VISITEURS DE LA SAISON	27
3.3. UNE ACTIVITE EN BAISSSE QUI S'OBSERVE DANS L'EVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES DES HEBERGEMENTS	30
3.4. UN PRINTEMPS PEU SATISFAISANT DANS LES AUTRES ACTIVITES TOURISTIQUES	31
3.5. UNE CLIENTELE INTERNATIONALE DEFINITIVEMENT DE RETOUR.....	31
4. Un été mitigé.....	33
4.1. TRANSPORT : UN NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTES EN RECU SUR L'ETE	33
4.2. UNE ACTIVITE EN RETRAIT DANS L'HEBERGEMENT.....	34
4.3. UN RETRAIT DE L'ACTIVITE QUI S'OBSERVE DANS LES CHIFFRES D'AFFAIRES	37
4.4. LA CLIENTELE INTERNATIONALE TOUJOURS PRESENTE EN ETE.....	38
4.5. UNE ACTIVITE EN RECU POUR LES AUTRES ENTREPRISES DU SECTEUR.....	39
5. Arrière-saison : l'augmentation de fréquentation se confirme année après année !.....	40
5.1. TRANSPORT : UN NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTES EN HAUSSE CONSTANTE DEPUIS 2020	40
5.2. HEBERGEMENT : UNE ACTIVITE TOUJOURS EN RETRAIT MAIS QUI S'AMELIORE	41
5.3. UN NIVEAU D'ACTIVITE QUI SE MAINTIENT SUR L'AUTOMNE	43
5.4. LA CLIENTELE INTERNATIONALE TOUJOURS TRES PRESENTE SUR CETTE ARRIERE-SAISON	44
5.5. UN AUTOMNE SATISFAISANT EGALEMENT POUR LES AUTRES ACTEURS DU SECTEUR.....	45
6. Corse : de bons indicateurs de satisfaction.....	46
7. Conclusion.....	47

1. Préambule - rappel du panorama de l'offre hôtelière insulaire

1.1. Rappel/mise en perspective

La Corse accueille habituellement près de 3 millions de touristes avec un pic d'environ 450 000 personnes au mois d'août pour 350 000 habitants.

Ce tourisme est essentiellement basé sur une **clientèle de proximité** (7 touristes sur 10 viennent du continent français), une forte **concentration estivale** (environ la moitié des touristes entre les mois de juillet et août) et une **localisation principalement littorale**.

Cette activité équivaut à environ 39% du PIB (INSEE) et irrigue par capillarité de nombreux autres secteurs économiques régionaux tels que l'agroalimentaire, le bâtiment ou le commerce et l'artisanat.

En Corse, la seule branche Hôtels-Cafés-Restaurants (HCR) est l'un des principaux moteurs de l'économie régionale et la plus pourvoyeuse d'emplois. Selon, l'INSEE¹ on compte en 2019, 17 470 postes, soit 16% de l'emploi total. 37% de ces emplois se trouvent dans l'hôtellerie, 53% dans la restauration et 10% dans les cafés. L'activité de ce secteur dépend fortement de la saison touristique : entre janvier et août le volume d'emplois est multiplié par 4 contre 1,5 en province².

Que représente aujourd'hui l'hôtellerie en Corse, comment se positionne-t-elle par rapport à la concurrence ? Comment s'organise-t-elle face à l'explosion de l'offre de meublés touristiques présents sur les plateformes de location ? Comment s'adapte-t-elle, comment innove-t-elle dans un secteur où la crise sanitaire de 2020 a fortement impacté l'activité, l'emploi mais aussi les façons de voyager ?

Dans ce contexte il nous semblait intéressant de dresser un état des lieux de l'hôtellerie en Corse. En voici les principaux contours.

1.2. Analyse de l'offre d'hébergement et positionnement de l'hôtellerie

Il existe **deux grandes catégories d'hébergements marchands** :

- d'une part, **l'hébergement collectif**, regroupant les hôtels, l'hôtellerie de plein air, les résidences de tourisme et les villages de vacances ;
- d'autre part, **l'hébergement locatif**, regroupant les meublés touristiques (dont les Gîtes de France), les chambres d'hôtes et les Gîtes d'étape.

¹ INSEE (2022) : « La forte saisonnalité influence les conditions d'emploi dans la branche hôtels, cafés, restaurants de Corse », Insee Flash Corse, n°66, février.

² Moyenne des régions françaises, hors Ile-de-France.

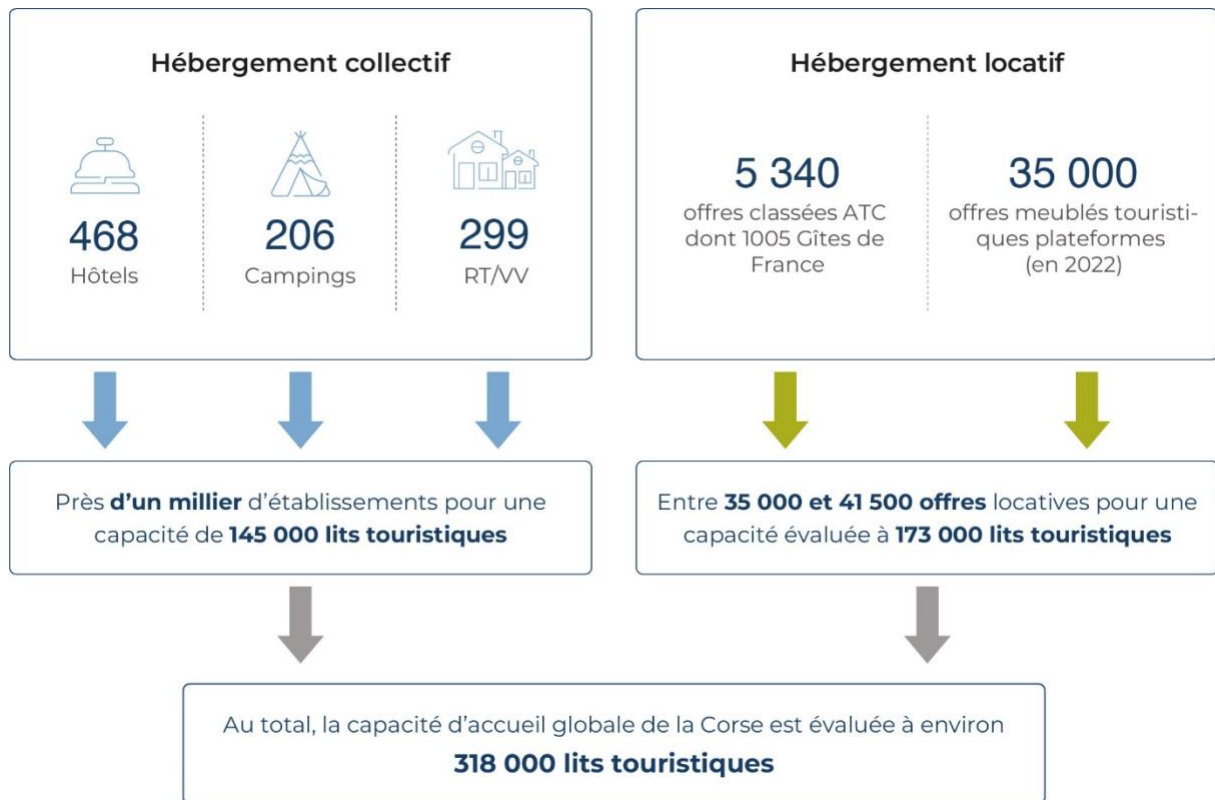


Figure 1: Panorama de l'hébergement insulaire

1.2.1. Hébergements collectifs

En termes d'hébergements collectifs, la Corse dispose d'une capacité maximale d'environ **145 000 lits touristiques**³.

HEBERGEMENTS COLLECTIFS	Nombre	Nombre de chambres/emplacements	Capacité (en lits)
Hôtellerie	468 (48%)	12 404 (28%)	28 787 (20%)
Hôtellerie de plein air	206 (21%)	19 975 (46%)	68 728 (47%)
Résidences de tourisme et village de vacances	300 (31%)	11 431 (26%)	47 473 (33%)
TOTAL	974	43 810	144 988

Tableau 1: Description de l'offre d'hébergements collectifs

1.2.2. Hébergements locatifs

A cette offre d'hébergements touristiques collectifs vient s'ajouter toute une offre d'hébergements locatifs que l'on peut classer en trois catégories : les Gîtes de France (1 401⁴ offres), les chambres d'hôtes et les meublés touristiques.

Avec l'essor des plateformes collaboratives d'hébergement, encouragé par le développement du numérique, on assiste à une recrudescence du nombre de logements

³ Capacité en nombre de personnes (1 lit = 1 personne).

⁴ On compte 1 401 offres Gîtes de France dont 1 005 sont classées par l'Agence du Tourisme de la Corse.

offerts à la location en ligne et notamment de la location saisonnière (offre en grande partie non professionnelle). En 2022, plus de 35 000 offres⁵ actives ont été recensées sur les deux seules plateformes AirBnB et Vrbo (Homeway, Abritel) ce qui équivaut à une capacité en lits touristiques d'environ 143 000⁶.

HEBERGEMENTS LOCATIFS	Nombre	Capacité (en lits)
Gîtes de France	1 401	≈ 173 000
Chambres d'hôtes	310 ⁷	
Meublés touristiques	35 000 offres recensées sur les plateformes Et/ou 5 340 offres classées recensées ATC	

Tableau 2: Description de l'offre d'hébergements locatifs

Ainsi, en considérant ces deux grandes typologies d'hébergements, on peut approximativement évaluer l'offre globale de la Corse à 318 000 lits marchands.

1.3. Les caractéristiques de l'offre hôtelière insulaire

1.3.1. Une offre spécifique

Le parc hôtelier insulaire est assez atypique par rapport à ses concurrents du bassin méditerranéen, car fortement dominé par des hôtels de structure familiale et indépendante (91% contre 50% au niveau national).

Cette offre hôtelière se caractérise également par un nombre faible d'unités représentant, avec 468 établissements et 28 800 lits, **seulement 20% de l'offre de lits marchands professionnels et 9% de la capacité d'accueil globale de l'île**⁸.

Seulement 9% des hôtels appartiennent à des chaînes ou collections⁹, soit 43 hôtels dont 7 sont des chaînes intégrées (Accor Hotels, Radisson Hotel Group, Louvre Hotel Group), majoritairement présents dans les quatre bassins touristiques les plus importants.

Par ailleurs, selon une étude du cabinet EY et Nova consulting Tourisme¹⁰, ces chaînes se distinguent par les indicateurs de performance très élevés comme le montre le tableau ci-dessous :

⁵ Pour plus d'information sur ce sujet, Cf. Cahier du tourisme#14 « Observation du marché de la location de meublés de tourisme en corse », 2022, sur le site corsica-pro.com.

⁶ Selon l'Insee, pour les meublés touristiques, la méthode de calcul pour déterminer le nombre de lits est donnée par la formule suivante : nombre d'unités d'hébergement x 4. Pour l'hôtellerie on multiplie le nombre de chambres par deux.

⁷ Comptabilisées dans le SITTCO de l'Agence du Tourisme de la Corse. Ce chiffre est sous-évalué.

⁸ A titre de comparaison, en 2015, aux Baléares, l'hôtellerie représentait 76% de l'offre d'hébergement.

⁹ Comme par exemple Relais & Château, Best Western, Authentic Hotels & Cruises, Hotels et Préférence.

¹⁰ Etude réalisée dans le cadre d'une AMO pour l'animation d'un projet de création d'une chaîne hôtelière en Corse en octobre 2021.



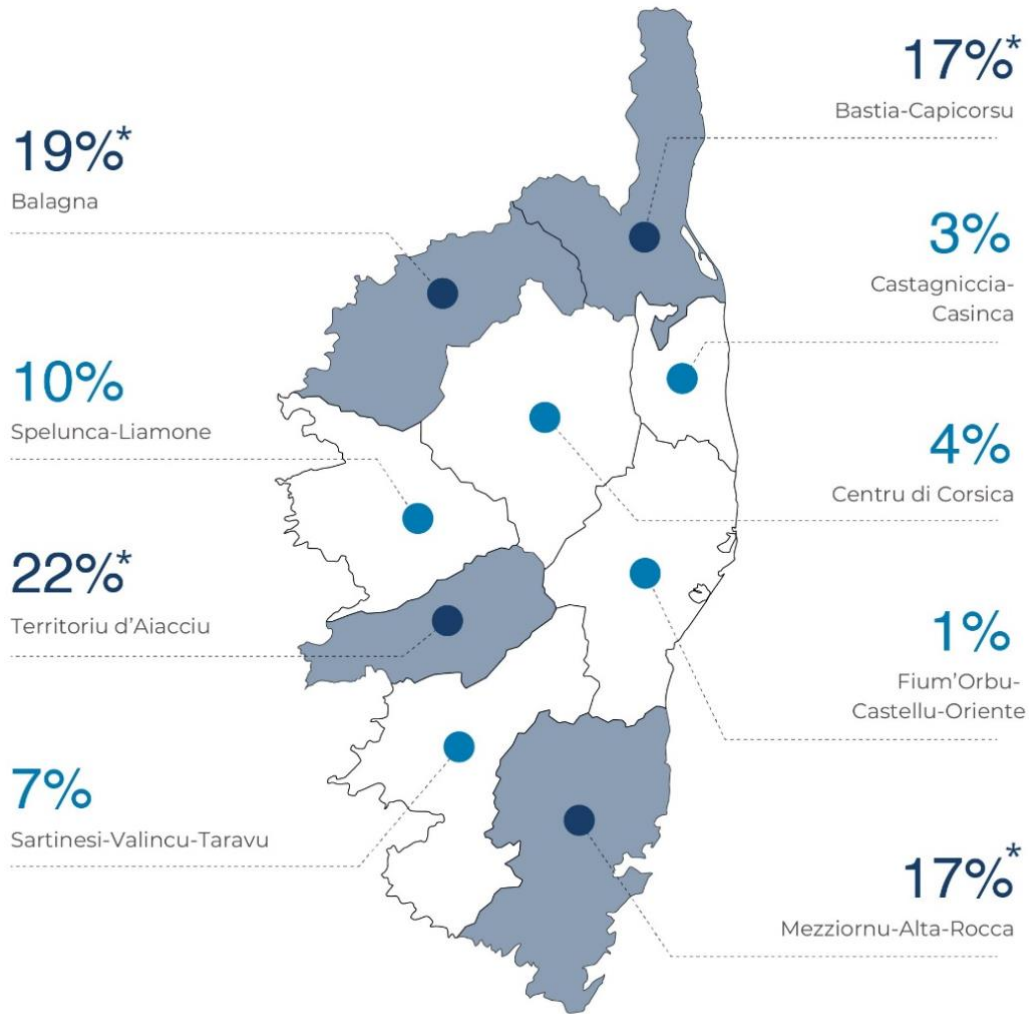
	Moyenne hôtels France	Chaînes/collections non intégrées	Chaînes intégrées ¹¹
Nombre d'hôtels		36	7
CA moyen par chambre	26 K€	*** 41K€	*** nc
		**** 56 K€	**** 25 K€
		***** 181 k€	***** 104 k€
RevPar ¹² moyen	*** 5,8 K€	*** 131 K€	*** nc
	**** 84,3 K€	**** 254 K€	**** 71 K€
	***** 171,6 K€	***** 595 k€	***** 313 k€

1.3.2. Une offre inégalement répartie

Par ailleurs cette offre est inégalement répartie : **75% des lits touristiques hôteliers sont situés sur quatre régions** : le territoire d'Ajaccio, la Balagne, la région de Bastia-Capicorsu et l'Extrême-sud.

¹¹ Les données ne concernent que 3 établissements sur 7.

¹² Le RevPar (Revenue Per Available Room) est le revenu par chambre disponible. C'est un indicateur de performance des hôtels qui permet de connaître le revenu généré par un hôtel toutes chambres disponibles confondues, réservées ou pas. Le RevPar s'obtient en multipliant le prix moyen de la chambre par le taux d'occupation.



* 75% de l'offre répartis sur seulement 4 territoires

Figure 2: Répartition de la capacité hôtelière par territoire (2023)

1.3.3. Une offre qui s'écolabellise

11% des établissements hôteliers disposent d'un ou plusieurs labels environnementaux. Les deux plus répandus sont l'Ecolabel Européen¹³ et le label Rispettu¹⁴.

L'Agence du Tourisme de la Corse travaille au développement et à la promotion de l'Ecolabel Européen sur le territoire. L'ATC offre un accompagnement gratuit¹⁵ à tout porteur de projet souhaitant s'investir dans la démarche d'éco-labellisation.

¹³ C'est le label officiel de la Commission européenne qui permet de distinguer les hébergements touristiques respectueux de l'environnement. Il est délivré par AFNOR Certification. Ce label garantit une réduction de l'impact environnemental sur l'ensemble de la structure touristique : lingerie, nettoyage des locaux, restauration, maintenance, spa et piscine, espaces verts, etc.

¹⁴ En 2016, l'Union des Métiers et de l'Industrie de l'Hôtellerie de la Région Corse (UMIH Corse) a lancé le projet Rispettu auprès de ses établissements hôteliers en se basant sur la méthodologie de l'écoconception et de l'affichage environnemental en particulier. L'objectif est de faire adhérer le plus grand nombre d'hôtels insulaires à une gestion environnementale performante, limitant les consommations, les émissions dans l'environnement, les déchets mais également les coûts d'exploitation des établissements tout en valorisant et communiquant auprès du grand public leur engagement. Actuellement une quarantaine d'établissements hôteliers (sur 468) adhèrent à ce projet.

¹⁵ Cf. le site professionnel de l'ATC pour plus d'information.

1.3.4. Une offre sous-représentée dans le haut de gamme

L'offre haut de gamme reste sous-représentée sur le territoire Corse, alors qu'elle est celle démontrant les taux d'occupations les plus élevés, peu importe la période d'analyse considérée.

Classement hôtels	Nombre d'hôtels	%	Nombre de chambres	%	Capacité	%
Pas classés	132	29%	2 605	21%	5 936	21%
★	11	2%	150	1%	329	1%
★★	60	13%	1 350	11%	3 165	11%
★★★	165	36%	5 370	43%	12 570	44%
★★★★	69	15%	2 286	18%	5 293	18%
★★★★★	24	5%	643	5%	1 494	5%
TOTAL	461		12 404		28 787	

Tableau 3: Répartition des hôtels par catégorie

Avec 468 établissements (dont 216 hôtels-restaurants), le parc hôtelier représente 48% de l'ensemble de l'offre marchande professionnelle.

Parmi cette offre, **le segment haut de gamme ne représente que 5% de la capacité totale de l'île alors que les hôtels 4* et 5* ont les taux d'occupation les plus élevés.**

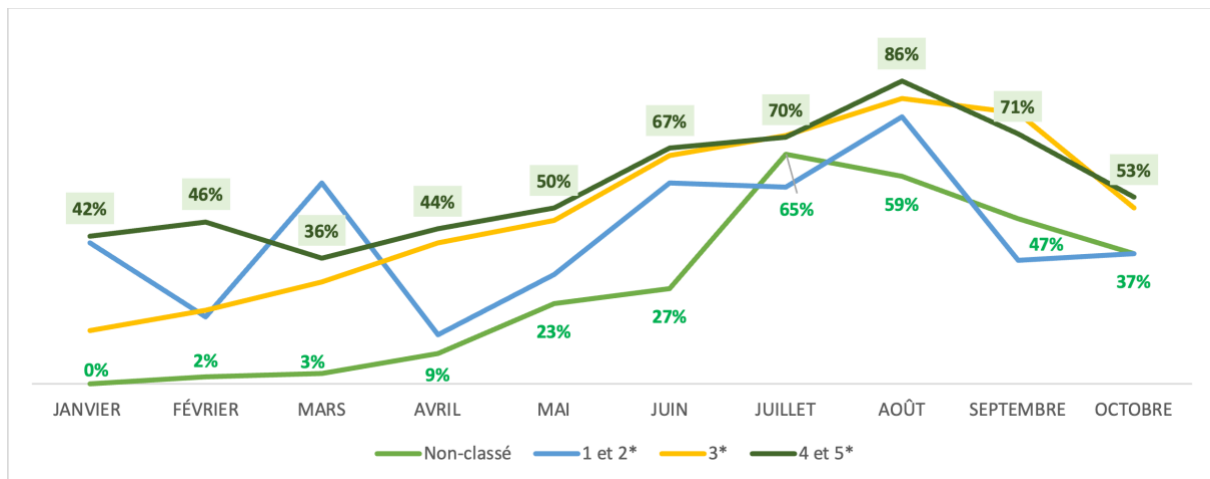


Figure 3: Evolution des taux d'occupation par catégorie d'hôtels entre janvier et octobre 2023¹⁶

En effet, les hôtels haut de gamme présentent des taux d'occupation nettement plus élevés sur l'ensemble de la saison, par rapport aux autres catégories d'hôtels ;

¹⁶ Données issues des bilans conjoncturels de l'ATC.



particulièrement par rapport aux hôtels non classés dont les taux d'occupation sont largement inférieurs, même au mois d'août (59% vs 86%).

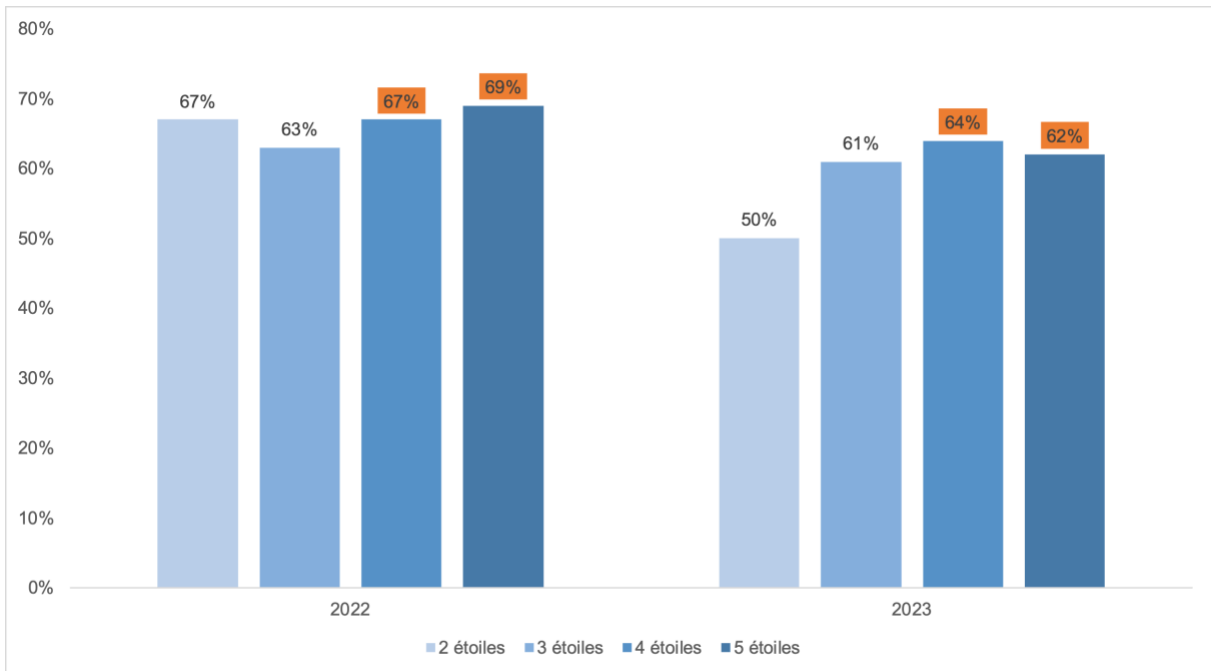


Figure 4: Taux moyen d'occupation par catégorie d'hôtels avril-octobre 2022 vs 2023¹⁷

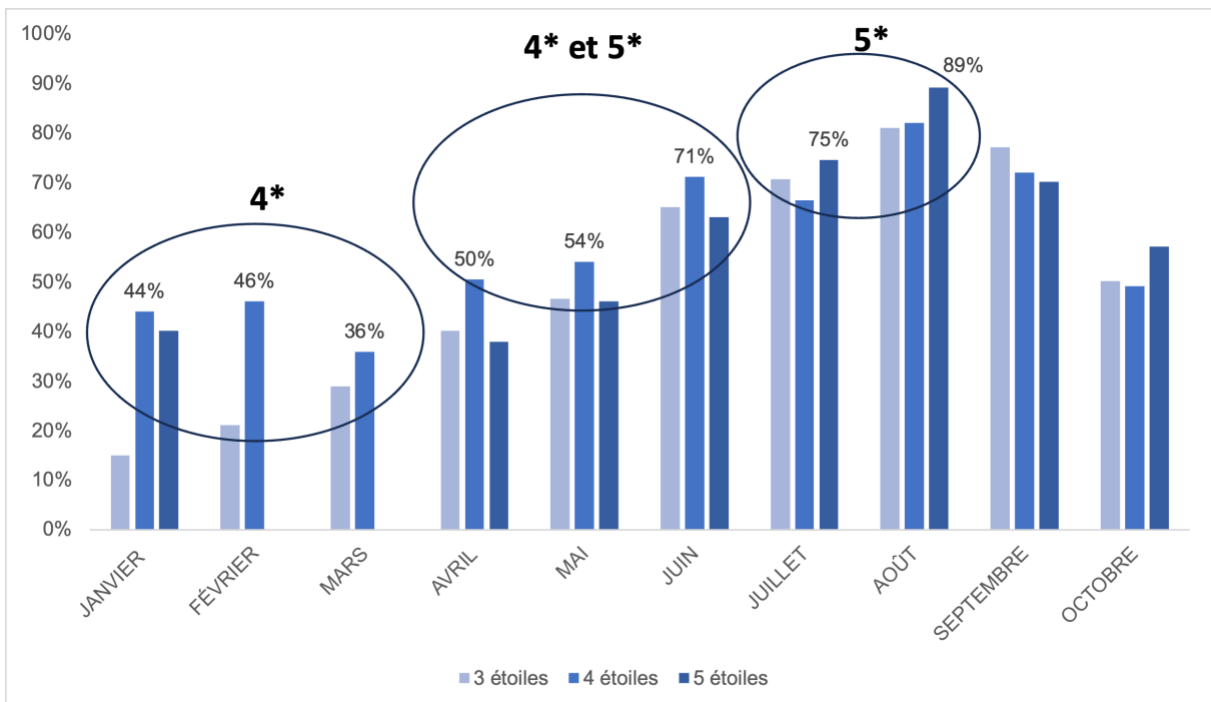


Figure 5: Taux d'occupation mensuels des hôtels 3*, 4* et 5* en 2023

¹⁷ Ces données sont issues des enquêtes de conjoncture réalisées de manière mensuelle par l'Observatoire de l'ATC auprès des hébergements.

1.3.5. Un nombre de nuitées hôtelière en baisse

En 2017, d'après les données de l'Enquête aux Frontières¹⁸, 51% des nuitées sont réalisées par l'hébergement marchand collectif, dont 11% par les hôtels (données de l'enquête aux frontières 2017).

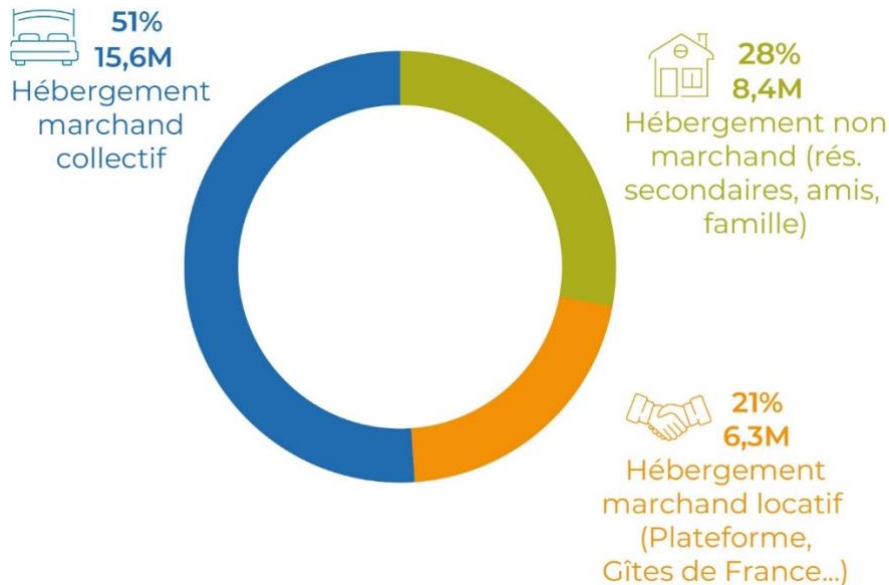


Figure 6: Répartition des nuitées par type d'hébergement (basée sur les données de l'EAF 2017)

En 2022, l'étude réalisée auprès des touristes¹⁹ met en évidence une évolution de ces proportions: 41% des touristes ont séjourné dans l'hébergement marchand collectif (contre 51% en 2017), 35% dans l'hébergement non marchand (contre 28% en 2017) et 25% dans l'hébergement locatif²⁰ (contre 21% en 2017).

Ces nuitées hôtelières se concentrent principalement dans le sud de l'île (24%) et sur la côte littorale ouest, la Balagne (18%) et la région ajaccienne (17%).

Le nombre de nuitées réalisées dans les hôtels atteint son pic en 2018 avec 3.1 millions. Depuis, ce chiffre n'a cessé de décroître.

¹⁸ Cf. méthodologie et chiffres dans le Cahier du tourisme n°1 (2018) « L'essentiel de l'enquête aux frontières ».

¹⁹ Cf. méthodologie et chiffres dans le Cahier du Tourisme n°16 (2023) « Portrait du touriste 2022 ».

²⁰ Pour comprendre l'évolution du marché des meublés touristiques en Corse Cf. Cahier du Tourisme n°14 (2023) : « Observation du marché de la location de meublés de tourisme en Corse en 2022 ».

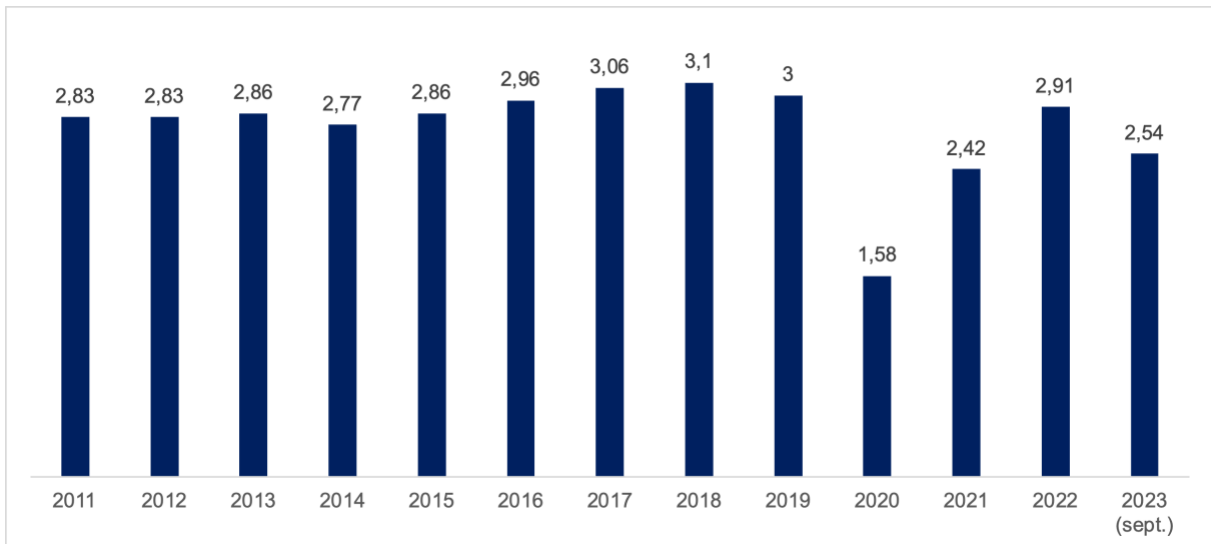


Figure 7: Nombre de nuitées hôtelières d'avril à octobre - 2011- 2023 - Insee

En haute-saison les hôtels sont fortement concurrencés par les meublés touristiques (en 2022, 32% des touristes ont choisi ce mode d’hébergement) et les campings (30%). Les hôtels sont davantage privilégiés pour les séjours courts en hors-saison et sur les ailes de saison.

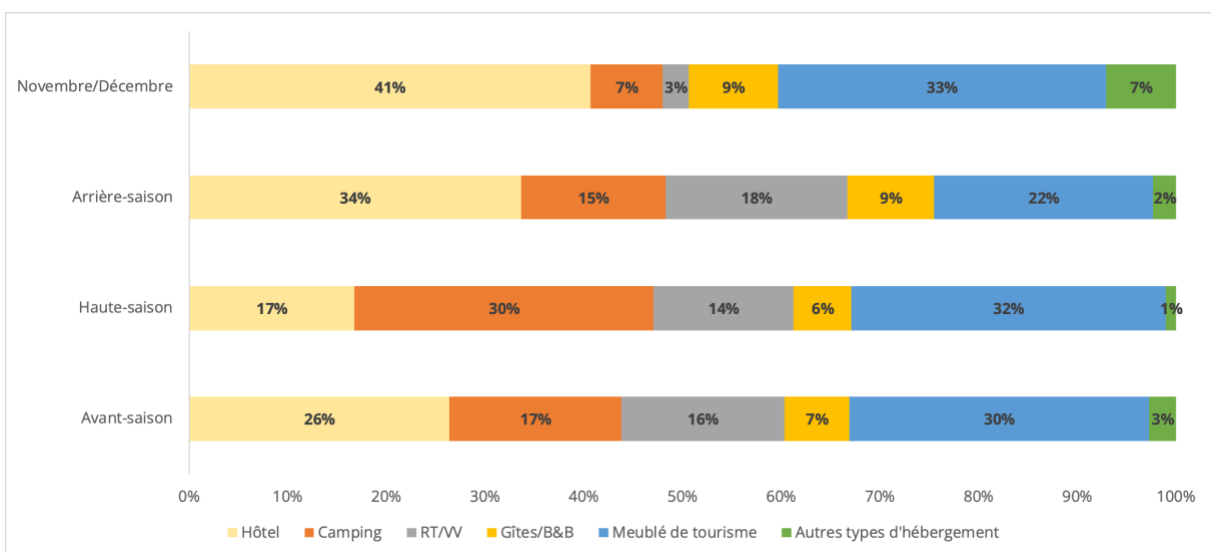


Figure 8: Mode d'hébergement choisi par les touristes en 2022 par période²¹

Alors que les campings sont plutôt un facteur de concentration de séjours en été les hôtels, quant à eux, apparaissent clairement comme un facteur d'étalement de la saison tout comme les meublés de tourisme.

1.3.6. Une saisonnalité structurelle

L'activité des hôtels est encore fortement dépendante de la saisonnalité du tourisme. Avec la moitié du flux touristique essentiellement concentré sur les deux mois d'été - le reste se répartissant entre le printemps et l'automne d'une manière plus au moins égale

²¹ Pour plus de précision Cf. CDT#16 « Portrait du touriste 2022 » sur le site corsica-pro.



- les hôtels sont principalement ouverts entre avril et octobre. Tout comme, par exemple, le nombre de sièges offerts à destination de la Corse²² dans le domaine aérien.

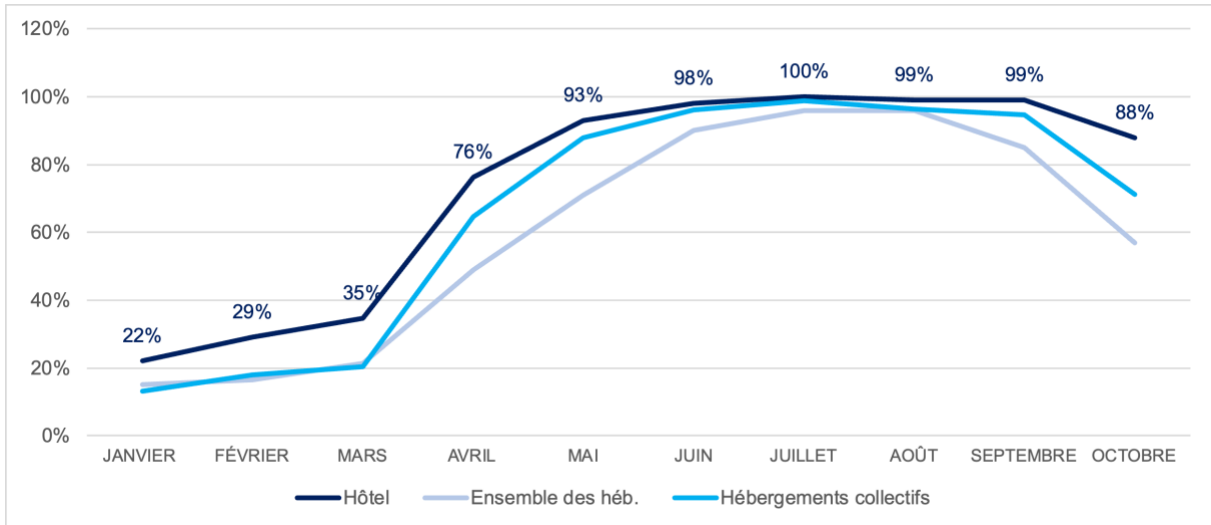


Figure 9: Taux d'ouverture par type d'hébergement en 2023 (ATC)

Toutefois, la répartition du flux touristique semble amorcer un changement depuis plusieurs années. En effet, même si la majorité des séjours se réalisent en été, les touristes semblent privilégier plus fréquemment des voyages sur les ailes de saison. En effet, l'enquête²³ réalisée en 2022 auprès des touristes montre une baisse des séjours réalisés en été (45% en 2022 contre 52% en 2017²⁴) au profit d'une augmentation des séjours sur les ailes de saison, à la fois au printemps (26% en 2022 vs 21% en 2017) et à l'automne (29% en 2022 vs 27% en 2017) ; des chiffres confirmés par les flux de passagers transportés.

1.3.7. Les prix

Sur l'année 2023, le prix moyen pour une nuit au sein d'un hôtel 3* en avant-saison était d'environ 114€. A la même période, il fallait déboursier 197€ pour pouvoir séjourner au sein d'un 4* et 422€ pour séjourner au sein d'un 5*.

²² En 2023, 83% des sièges étaient offerts entre avril et octobre dans l'aérien.

²³ Cf. Cahier du Tourisme #16 « Portrait du touriste 2022 », Observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse.

²⁴ Les chiffres de 2017 font référence à l'enquête aux frontières réalisée en 2017 par l'ATC en collaboration avec l'INSEE. Pour plus d'informations Cf. Cahier du Tourisme #1 « L'essentiel de l'enquête aux frontières », 2018.

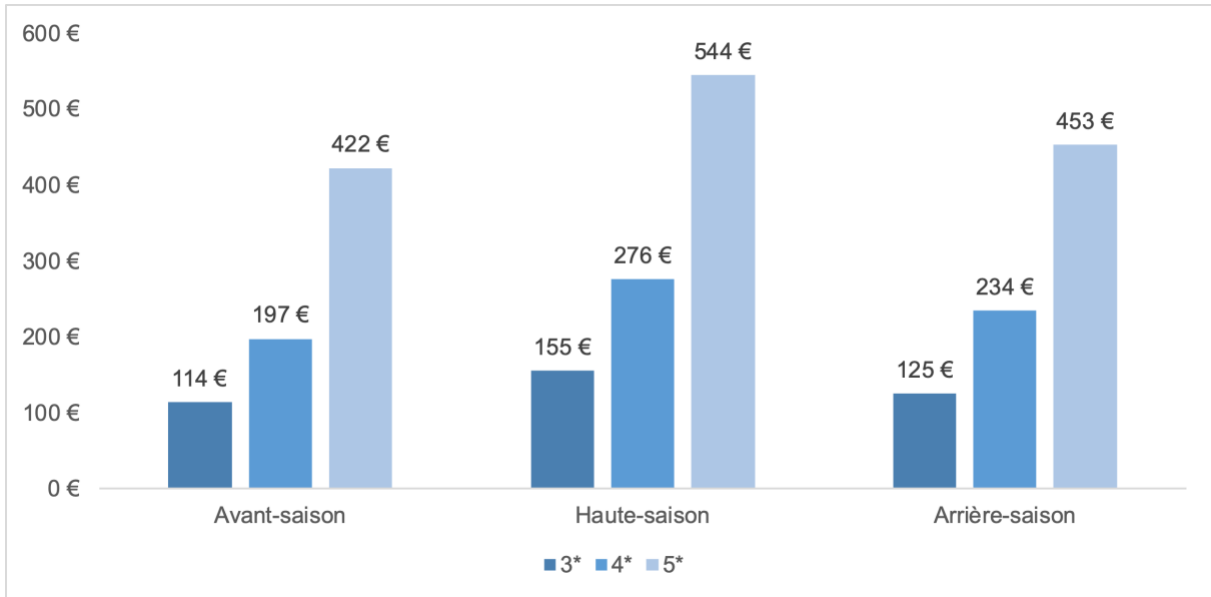


Figure 10: Prix moyen par nuit des hôtels par catégorie lorsque la réservation se fait 6 mois en amont (d'après données Mabrian)

L'évolution annuelle des prix des hôtels, suit logiquement, la courbe de saisonnalité à laquelle la Corse est confrontée annuellement. A noter que le faible nombre d'hôtels 5* présents en Corse, couplé au fait que certains établissements (toutes catégories confondues) ferment quelques mois pendant l'année civile, ne nous aura pas permis de pouvoir bénéficier d'une évolution annuelle complète pour la catégorie 5* (courbe en jaune ci-dessous).

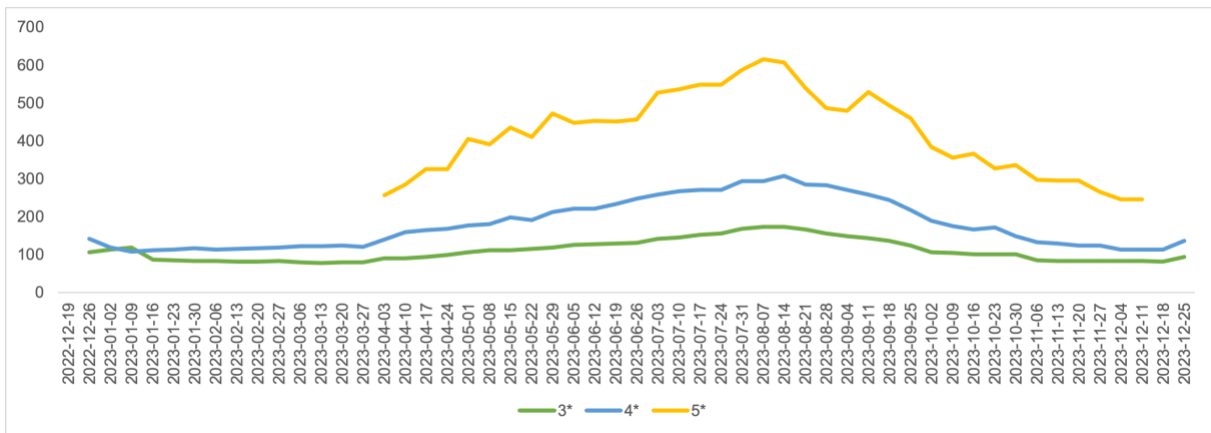


Figure 11: Evolution annuelle des prix des hôtels par catégorie en 2023 (d'après données Mabrian)

1.3.8. Une satisfaction élevée des visiteurs à l'égard des hôtels en 2023²⁵

En Corse, les clients sont globalement satisfaits de leur expérience hôtelière, en particulier dans les segments haut de gamme.

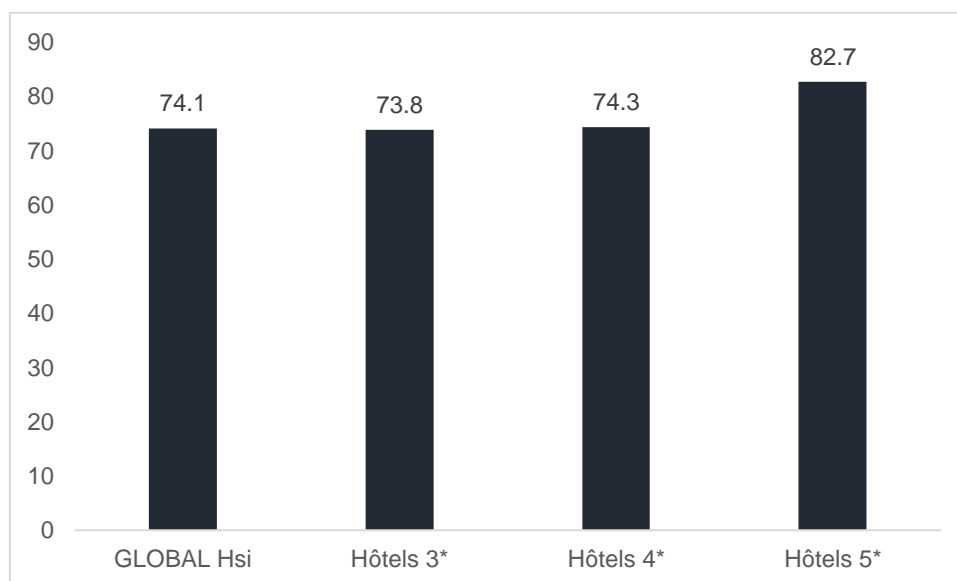


Figure 12: Satisfaction des hôtels par catégorie

Les hôtels 5* sont les hébergements les plus performants. Ils enregistrent d'excellents commentaires.

²⁵ Cf. section 6 pour la méthode.

1.4. L'hôtellerie corse dans le bassin méditerranéen

1.4.1. Quelques données de cadrage

	Baléares	Sicile	Sardaigne	Corse	Malte	Chypre
Nombre d'hab.	1 172 000	5 000 000	1 655 000	343 700 ²⁶	457 000	1 237 000
Superficie	4 992 km ²	25 711 km ²	24 090 km ²	8 722 km ²	316 km ²	9 251 km ²
Part du tourisme dans le PIB	44%	10%	16%	39%	13%	30%
Nb de touristes/an	16.4 M	5.1 M	3.5 M	3 M	2.7 M	2 M
Touristes/hab.	14	1.02	2.1	8.7	6	1.6
Densité touristique	3 285 touristes au km ²	40 touristes au km ²	145 touristes au km ²	344 touristes au km ²	8 544 touristes au km ²	216 touristes au km ²

Tableau 4: Caractéristiques de la Corse et de ses principaux concurrents du bassin méditerranéen

Avec plus de 16 millions de touristes par an, les Baléares sont la première destination touristique non seulement du bassin méditerranéen mais aussi d'Europe. Elle est suivie par la Sicile, la Sardaigne et la Corse.

En termes de capacité d'accueil les Baléares et la Corse sont les îles les mieux équipées, avec plus de 400 lits touristiques pour 1 000 habitants (Insee²⁷). Cependant la nature de l'équipement diffère entre les deux îles : **alors qu'aux Baléares les hôtels représentent 75% de la capacité d'accueil, en Corse ils ne représentent que 20%**. A noter qu'en Corse les hôtels sont majoritairement de petite taille (environ 60 lits touristiques par établissement) alors qu'aux Baléares les chaînes hôtelières prédominent.

L'offre dans l'hôtellerie haut de gamme corse est sous-représentée par rapport aux destinations comparables : 20% de 4* et 5* contre le double pour la Sardaigne et la Sicile, alors que cette montée en gamme pourrait représenter une solution pour atteindre des taux d'occupation plus élevés²⁸.

²⁶ Au 1^{er} janvier 2020, Insee.

²⁷ Insee (2015) : Cinq îles en Méditerranée, Baléares, Corse, Sardaigne, Sicile et Crète », Insee Dossier, n°3, octobre.

²⁸ Audit et diagnostic stratégique de l'offre hôtelière corse, EY & Nova Consulting Tourisme, dans le cadre de l'AMO pour l'animation d'un projet de création d'une chaîne hôtelière en Corse, octobre 2021.

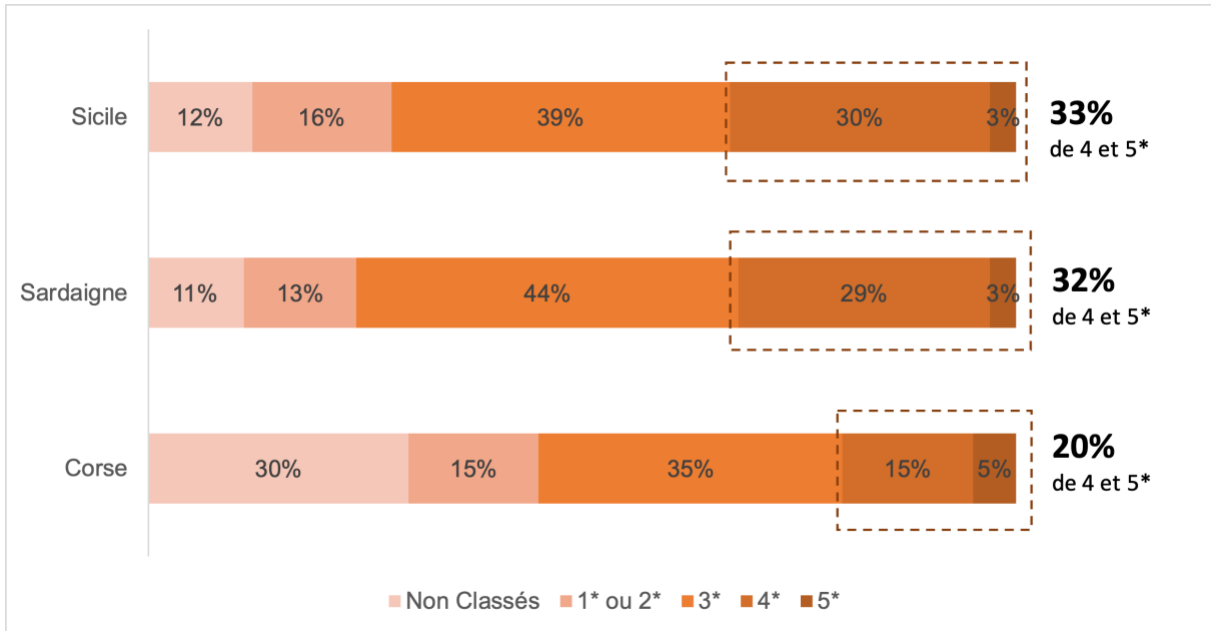


Figure 13: Répartition du parc hôtelier en fonction du classement

Les niveaux de satisfaction à l'égard des hôtels Corses sont conformes à ceux des concurrents voire supérieurs à ceux de Malte, mais les prix restent plus élevés (Mabrian).

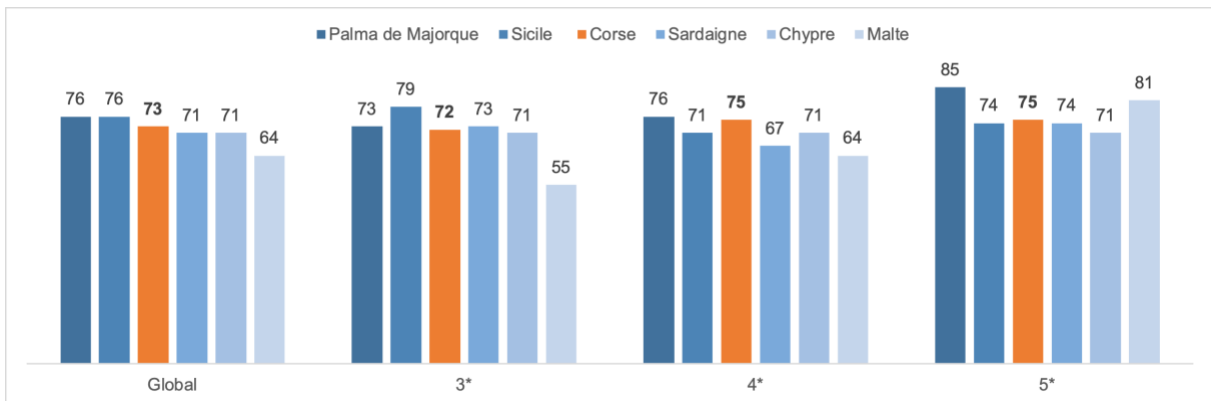


Figure 14: Satisfaction à l'égard des hôtels par catégorie d'hôtels en 2023 (Mabrian Technologies)

A noter qu'en août 2023, le prix des hôtels 4* en Corse étaient les plus élevés par rapport à ses proches concurrents. Les prix des hôtels 3* et 5* sont les deuxièmes plus élevés après ceux de Palma de Majorque et la Sardaigne.

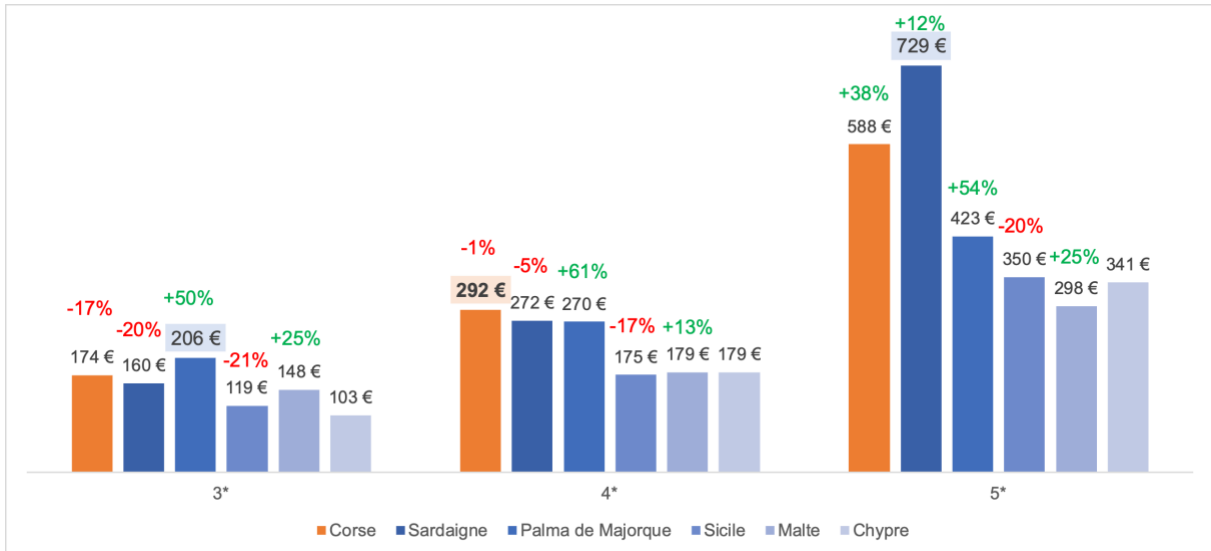


Figure 15: Prix des hôtels par catégorie d'hôtels en août 2023 et variation entre 2023 et 2019 (Mabrian technologies)

La baisse des prix des hôtels a favorisé les bonnes performances estivales de Chypre et de la Sicile, tandis que les prix élevés en Corse et en Sardaigne ont très probablement eu un impact négatif. Palma de Majorque est la destination qui affiche les taux de croissance tarifaires le plus élevés en août 2023 par rapport à 2019 pour toutes les catégories d'hôtels ; elle est suivie par Malte. Les augmentations de prix en Corse ne concernent que la catégorie 5*.

2. Données de cadrage – Année 2023

2.1. Données de fréquentation

En 2023, **36,38 millions de nuitées ont été consommées en Corse**²⁹ ; 20,67 millions par la clientèle française (c'est-à-dire la clientèle domestique) et 15,72 millions de nuitées par la clientèle internationale.



Figure 16 : Répartition des nuitées FR/ETR - Année 2023 – Corse

Parmi les principaux bassins émetteurs du marché domestique français, les Bouches-du-Rhône caracolent en tête avec environ 1,8 million de nuitées générées par les ressortissants de cette région. La région parisienne (Ile-de-France) et les Hauts-de-Seine, avec respectivement 1,4 million et 0,8 million de nuitées générées font également partie du top 3 des principaux bassins du marché domestique français.

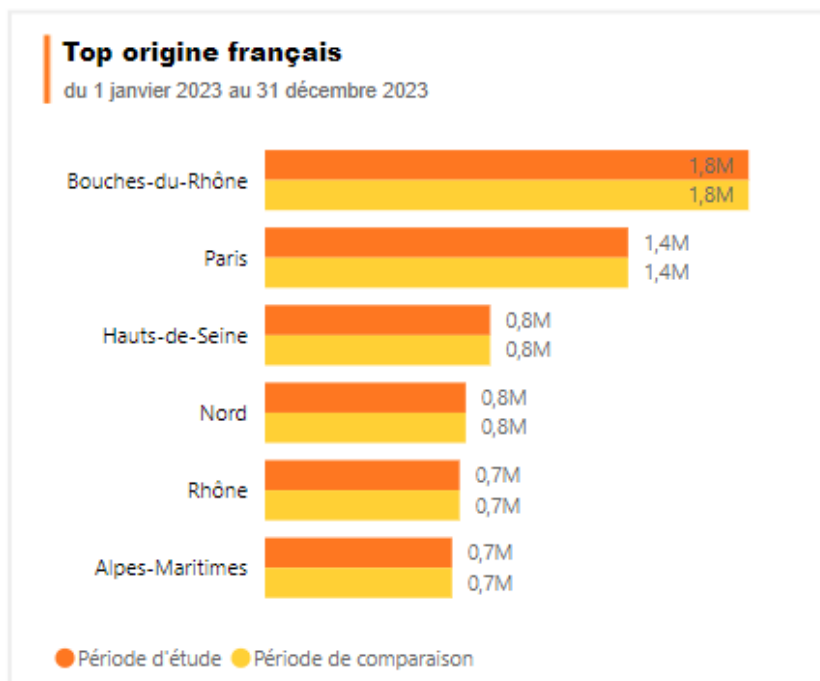


Figure 17 : Nuitées générées par principaux bassins émetteurs du marché domestique français

Concernant les clientèles internationales, c'est sans surprise l'Allemagne et l'Italie qui se démarquent des autres nationalités avec respectivement 3,7 millions et 3,6 millions de nuitées générées.

²⁹ Données Flux Vision d'Orange (2023).

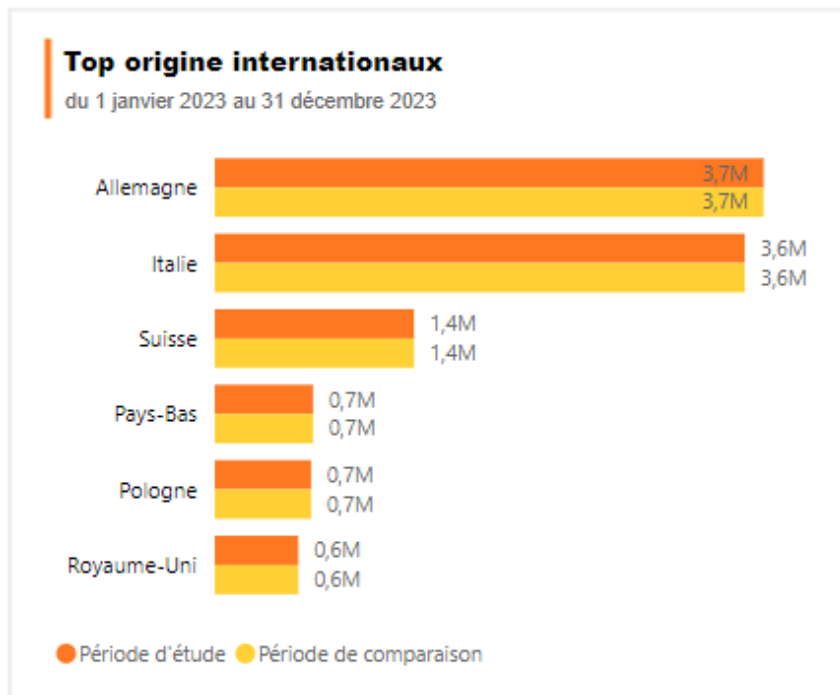


Figure 18 : Nuitées générées par principaux marchés émetteurs internationaux

En 2023, le pic d'arrivées est atteint le 12 août avec environ 445 000 touristes présents en Corse.

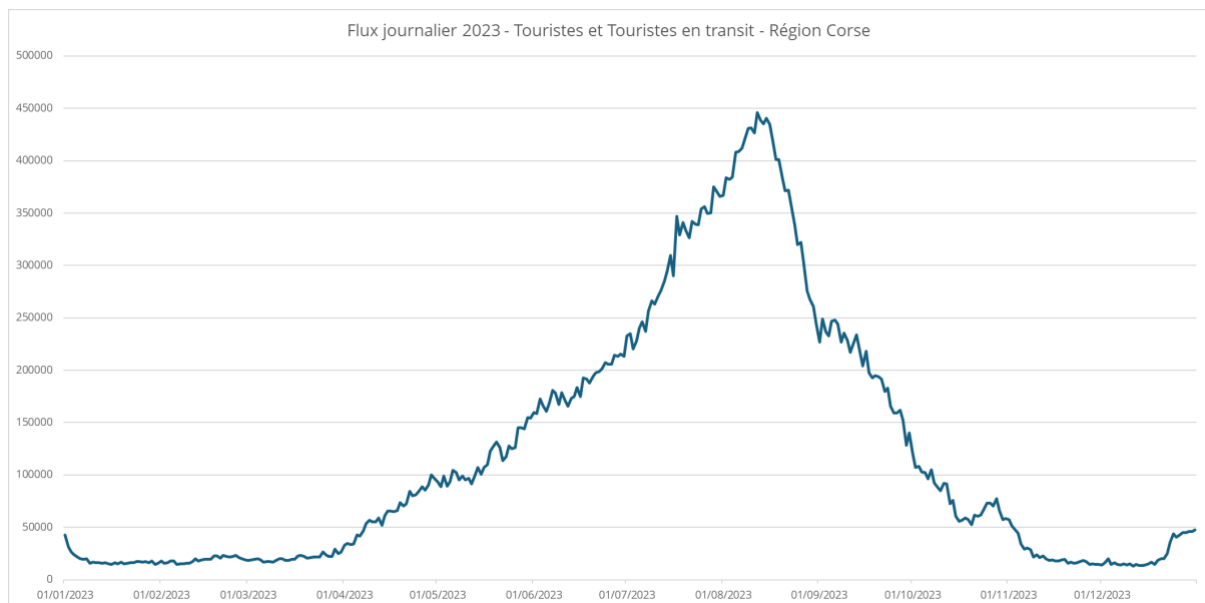


Figure 19 : Flux journalier 2023 - Touristes et touristes en transit - Région Corse (source : Orange Flux Vision)

2.2. Connectivité aérienne (source Mabrian)

En 2023, le nombre de sièges offerts à destination de la Corse a diminué de 7% par rapport à 2022. Malgré cela, la Corse a su diversifier son offre et fut connectée avec **22 pays** (soit 5 pays de plus par rapport à 2022) et **77 villes**³⁰ (soit 13 villes supplémentaires connectées par rapport à 2022).

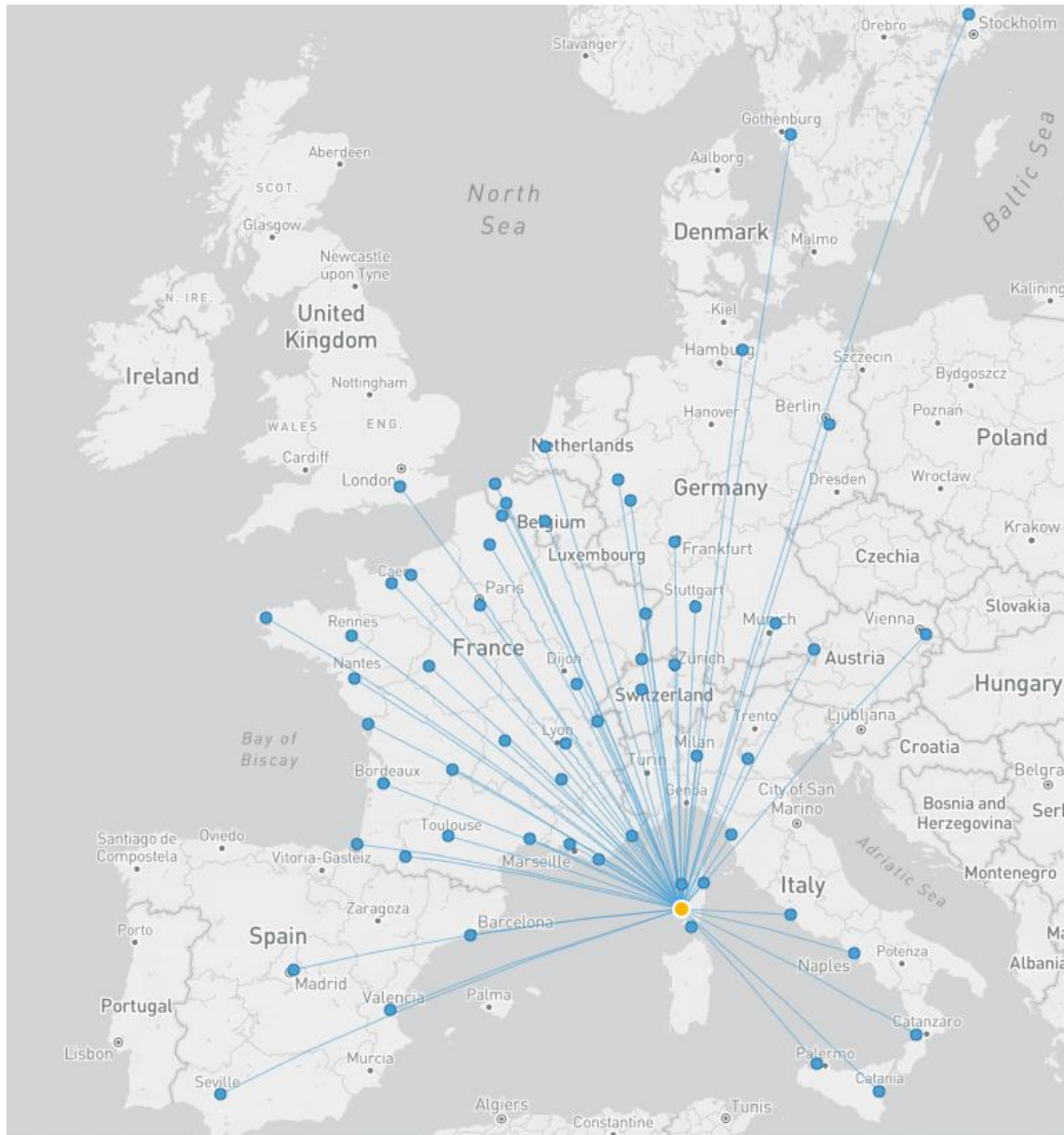


Figure 20 : Connectivité aérienne de la Corse en 2023 (Mabrian)

En 2023, parmi les marchés émetteurs internationaux, la Suisse, la Belgique et l'Allemagne sont les trois marchés internationaux sur lesquels l'offre en siège offerts était la plus importante, avec respectivement 120 700 sièges offerts pour la Suisse, 69 100 pour la Belgique et 42 900 pour l'Allemagne.

³⁰ Cette carte comprend toutes les lignes connectées avec la Corse, y compris les offres « Week-ends » de la compagnie Air Corsica.



	Total	Total%	YOY%
France	2.34M	87.1%	-5.2 % ▼
Switzerland	120.7K	4.5%	-31.5 % ▼
Belgium	69.1K	2.6%	-23.7 % ▼
Germany	42.9K	1.6%	-17.1 % ▼
United Kingdom	26.7K	1.0%	+1.1 % ▲
Italy	10.4K	0.4%	+18.6 % ▲
Netherlands	8.9K	0.3%	-6.1 % ▼
Austria	7.6K	0.3%	+5.2 % ▲
Sweden	5.7K	0.2%	-12.1 % ▼
Spain	4.6K	0.2%	+69.0 % ▲
Others	51K	1.9%	+42.5 % ▲

Figure 21: Connectivité aérienne en nombre de sièges offerts (aller simple) à destination de la Corse en 2023 (Mabrian)

A noter que 83% de l’offre de sièges offerts est proposée entre avril et octobre. A noter également le poids des deux seuls mois de l’été : 39%.

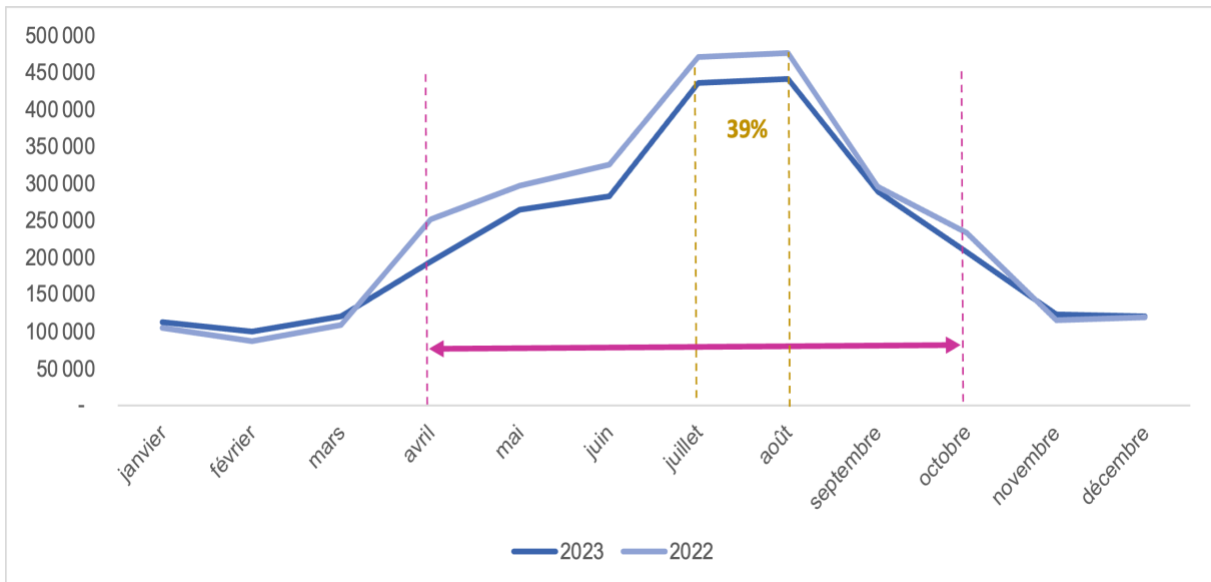


Figure 22: Répartition du nombre de sièges offerts sur l'année en 2023 vs 2022

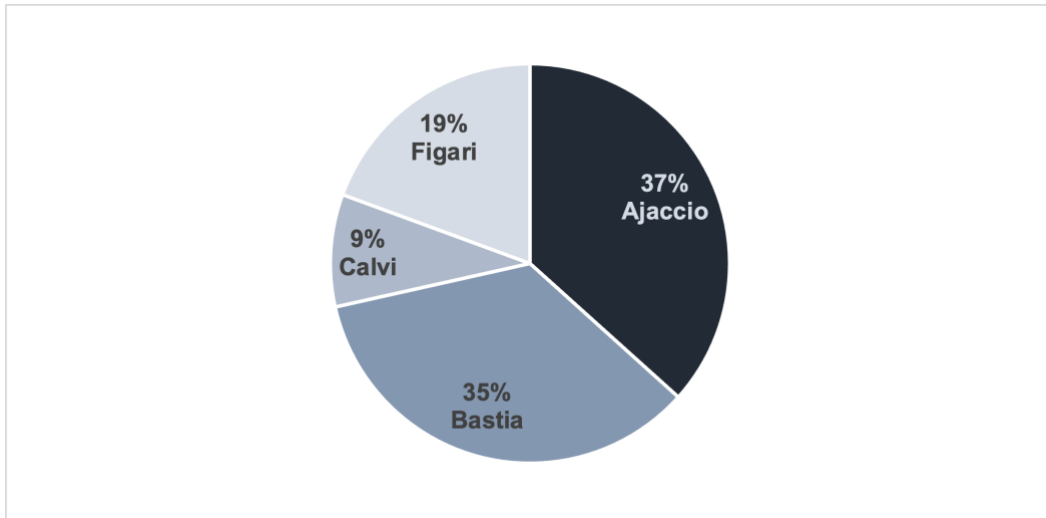


Figure 23: Répartition des sièges offerts (aller simple) par aéroport

La répartition du nombre de sièges offerts en 2023 est quasi-identique à celle de l'année 2022. Ainsi, en 2023, l'aéroport d'Ajaccio-Napoléon Bonaparte représente 37% des sièges offerts à destination de la Corse, Bastia-Poretta 35%, l'aéroport de Figari-Corse du Sud 19% et celui de Calvi-Sainte-Catherine 9% .

2.3. Connectivité maritime (hors-croisières)

Du 1^{er} janvier au 30 septembre 2023, les six ports de Corse sont connectés essentiellement avec les ports des continents français et italien, ainsi qu'avec la Sardaigne. Cela représentant au total une dizaine de villes.

En ce qui concerne le nombre d'escales, le port de Bastia représente 36% de l'ensemble des escales à destination de la Corse, suivi du port de Bonifacio (33%), du port d'Ajaccio (16%), l'île-Rousse (7%), Porto-Vecchio (5%) et Propriano (3%).

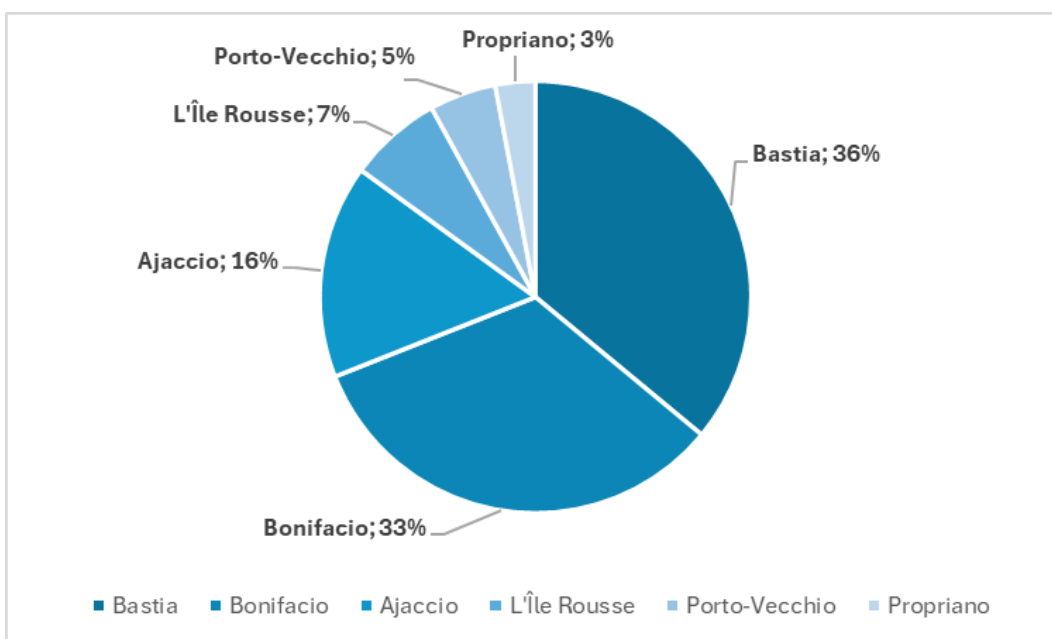


Figure 24: Répartition des ports en fonction du nombre d'escales (1er janvier-30 septembre 2023)

Si l'on considère le nombre de passagers transportés, le port de Bastia arrive en tête avec plus de la moitié du trafic réalisé. Vient ensuite le port d'Ajaccio qui transporte un peu moins d'un quart des passagers maritimes en 2023.

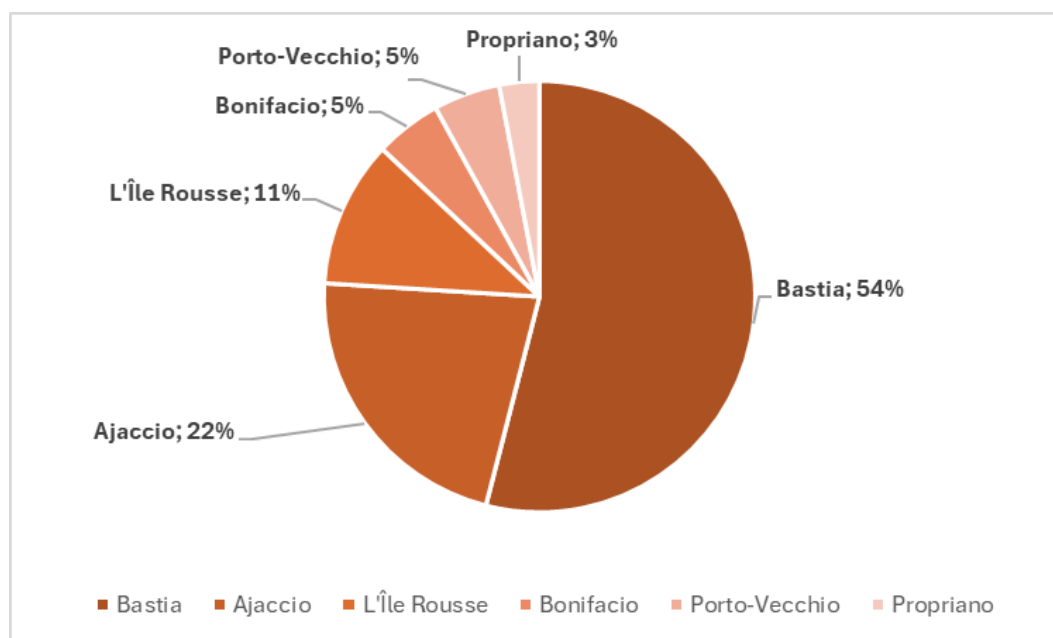


Figure 25: Répartition des ports en fonction du nombre de passagers transportés (1er janvier-31 octobre 2023)

3. La météo et l'inflation pèsent sur l'avant-saison touristique

Résumé :

La saison touristique démarre lentement en avril et se poursuit sur le même rythme tout au long du printemps.

Le nombre de sièges offerts (SO) sur la Corse pour la période, subit une baisse de 15% par rapport à l'année 2022. Cette baisse est essentiellement due à la forte diminution du nombre de SO des compagnies Low-Cost (-33%) qui ont reporté leur offre sur d'autres destinations.

Malgré cela, le nombre de passagers transportés est quasiment identique à celui de 2022.

Mais la plupart des secteurs liés à l'activité touristique, particulièrement l'hébergement marchand, ne semble pas bénéficier de cette manne de touristes.

3.1. Transport : un nombre de passagers transportés stable mais recul de l'aérien

Au printemps 2023, **2,2 millions de passagers** ont transité par les ports et aéroports de l'île. C'est quasiment stable par rapport au printemps 2022. A noter que cette stabilité est portée essentiellement grâce à l'augmentation du nombre de passagers maritimes.

Ainsi, même si l'aérien reste devant le maritime, sur cette période, le nombre de passagers aériens recule de 3,5% par rapport à 2022 : 1,2 millions de passagers ont été transportés par les airs (55,5%) et 981 894 par la mer (44,5%), contre respectivement 59% et 41% au printemps 2022.

Les compagnies maritimes voient le nombre de leurs passagers augmenter en 2023 (près de 100 000 passagers supplémentaires), alors que celui de l'aérien diminue (-71 000). Concomitamment, sur cette période le nombre de sièges offerts (SO) dans l'aérien sur la Corse enregistre une baisse de 15%, liée à la forte diminution de l'offre proposée par les compagnies Low Cost (- 33%), qu'elles ont reportée sur d'autres destinations concurrentes (Grèce, Baléares, etc.).

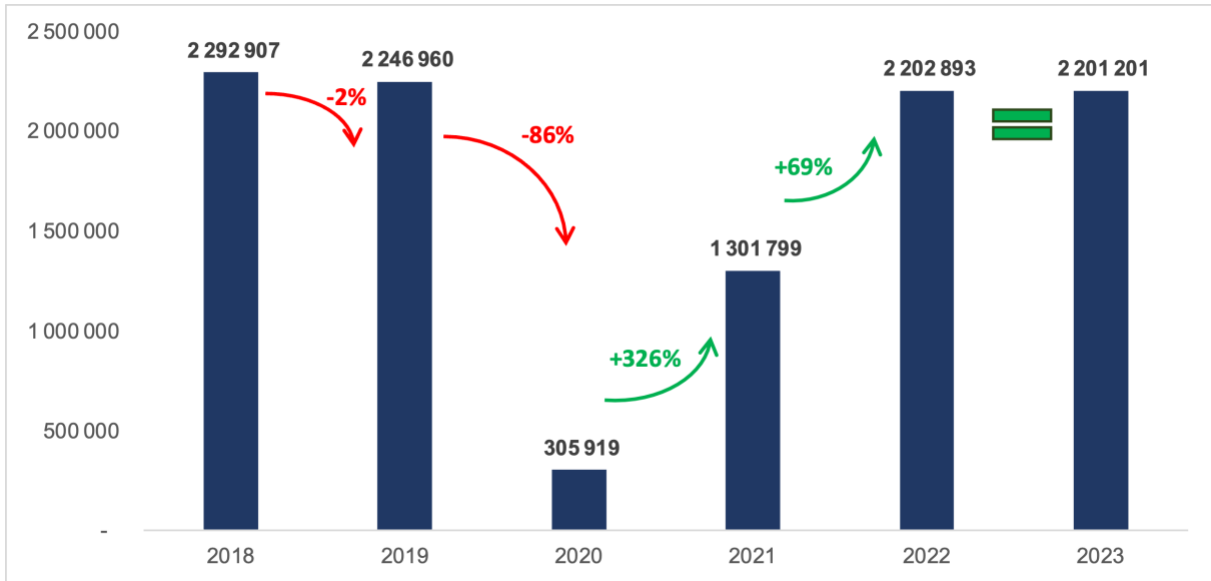


Figure 26: Evolution des flux de passagers transportés - Avant-saison (avril, mai, juin) 2018-2023 (à partir des données CCIC)

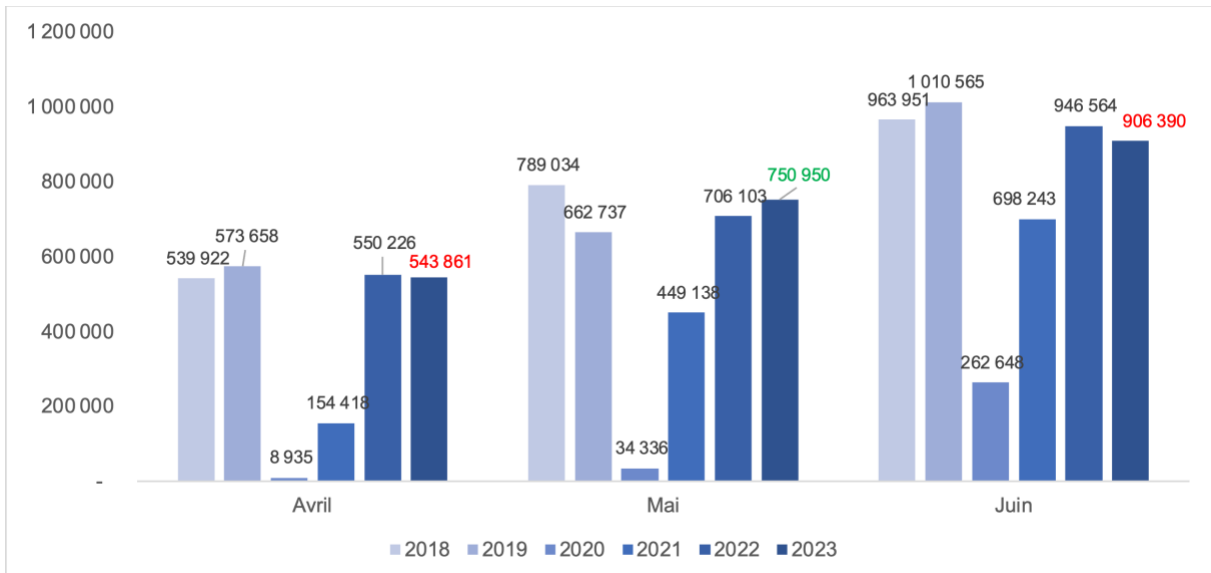


Figure 27: Evolution mensuelle des flux de passagers transportés - Avant-saison 2018-2023 (à partir des données CCIC)

Sur cette avant-saison, la stabilité du nombre de passagers transportés est portée aussi par le **dynamisme du mois de mai**, en particulier grâce aux nombreux ponts : en mai, le nombre de passagers transportés augmente de 6,3% par rapport à 2022 tandis que les mois d'avril et de juin enregistrent un recul du nombre de passagers transportés.

3.2. L'hébergement marchand ne profite pas des premiers visiteurs de la saison

Les mauvaises conditions météo conjuguées au contexte économique difficile ainsi qu'à l'ouverture depuis la fin de la crise sanitaire de nouvelles destinations, ont eu raison du bilan du début de saison des hébergements.

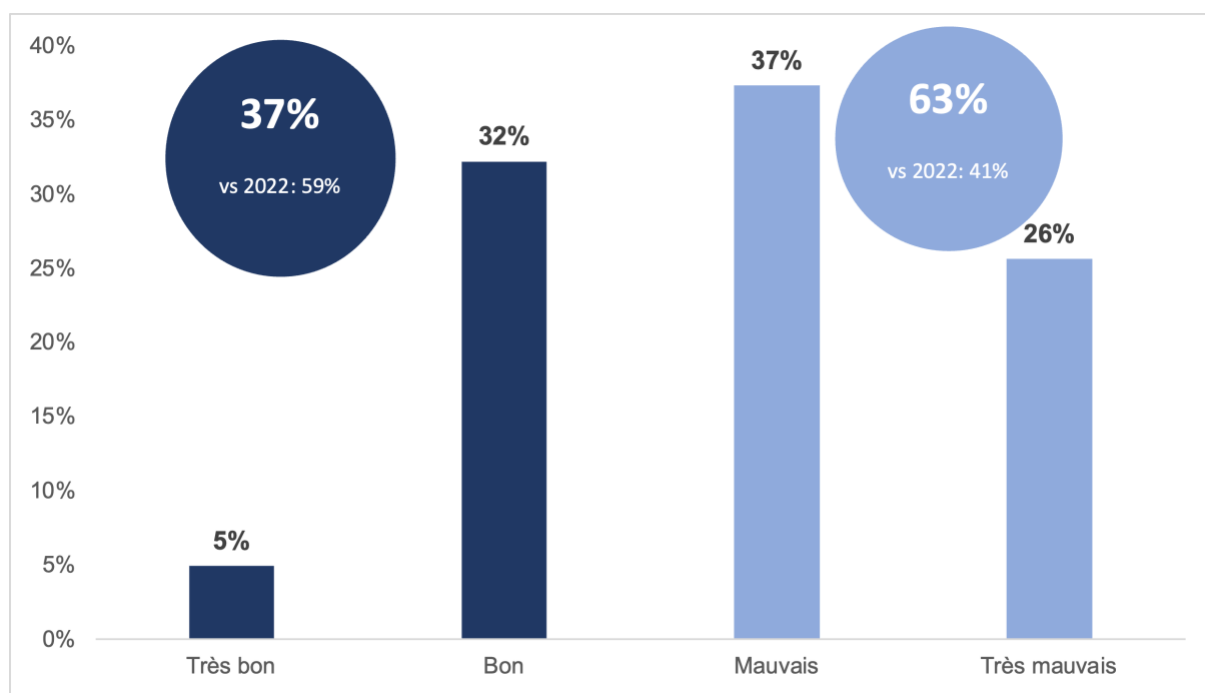


Figure 28: Bilan global des hébergements - Avant-saison 2023

Seuls 37% des professionnels de l'hébergement sont satisfaits de la fréquentation de leur établissement au printemps. Ces chiffres se situent nettement en dessous de ceux de 2022.

Dans ce document, nous nous intéresserons uniquement aux hébergements professionnels et non-professionnels marchands.



Hébergement professionnel marchand : hébergement payant : campings, hôtels, résidences de tourisme, village de vacances, locatif professionnel.

Hébergement non-professionnel marchand : hébergement payant : locatif de particulier à particulier.

Hébergement non-marchand : hébergement gratuit : au sein de la famille, chez des amis, en résidence secondaire.

Des résultats hétérogènes en fonction du type d'établissement et des régions

EN AVRIL LES ÉTABLISSEMENTS TARDENT À S'OUVRIRE ET À SE REMPLIR.

Seule la moitié des établissements sont ouverts : c'est 17% de moins qu'en avril 2022. Les hébergements collectifs (hôtels, campings, RT/VV) sont plus nombreux à être ouverts que les hébergements locatifs.

Le taux d'occupation moyen est de 28% (+10% / au mois précédent (mars 2023) et -5 points / avril 2022). **Les hôtels, les résidences de tourisme et villages de vacances ainsi que les Gîtes de France présentent les taux d'occupation les plus élevés (respectivement 40%, 29% et 27%).** On constate un niveau de fréquentation stable ou supérieur pour près de la moitié des hébergeurs, mais inférieur pour l'autre moitié pour la période considérée.

MALGRE LES PONTS, LE MOIS DE MAI N'AURA PAS TENU SES PROMESSES.

Seul un peu plus d'un tiers des hébergeurs est satisfait de la fréquentation de leur établissement sur cette période. 71% des établissements sont ouverts mais le taux moyen d'occupation plafonne à 35% : une fréquentation inférieure à celle du mois de mai 2022 pour plus de la moitié des hébergeurs.

Les hôtels et les Gîtes de France affichent les taux d'occupation les plus élevés (45% pour les deux catégories). Parmi les hôtels ce sont les 4* qui ont les taux d'occupation les plus forts (54%).

UN MOIS DE JUIN EN DEMI-TEINTE.

Bien qu'en augmentation, le taux d'occupation du mois de juin (49%) est loin des niveaux enregistrés en 2022 : -7%. Avec des taux d'occupation de 64% et 55% respectivement pour **les hôtels et les Gîtes de France qui comptent parmi les hébergements les plus sollicités pour ce printemps**. Parmi les hôtels, ce sont les 4* et 3* qui enregistrent les taux les plus forts, respectivement 71% et 65%.

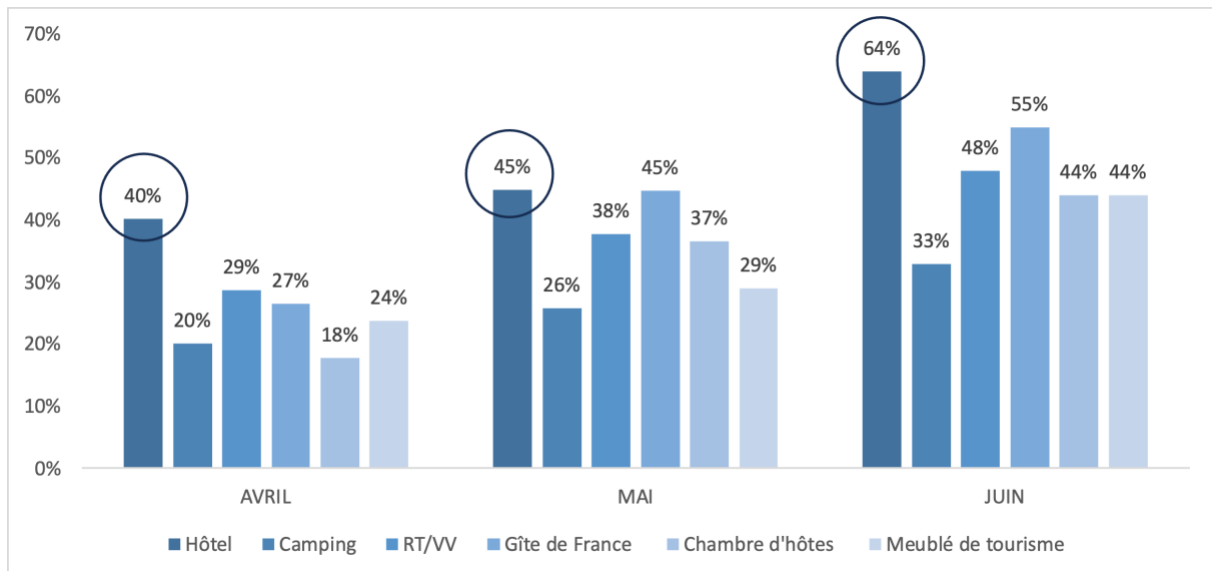


Figure 29: Taux d'occupation des hébergements – Avant-saison 2023

Au printemps, les régions qui bénéficient des taux d'occupation les plus importants sont le Centre-Corse (47%), Bastia-Cap-Corse (44%) et l'Extrême-sud (43%).

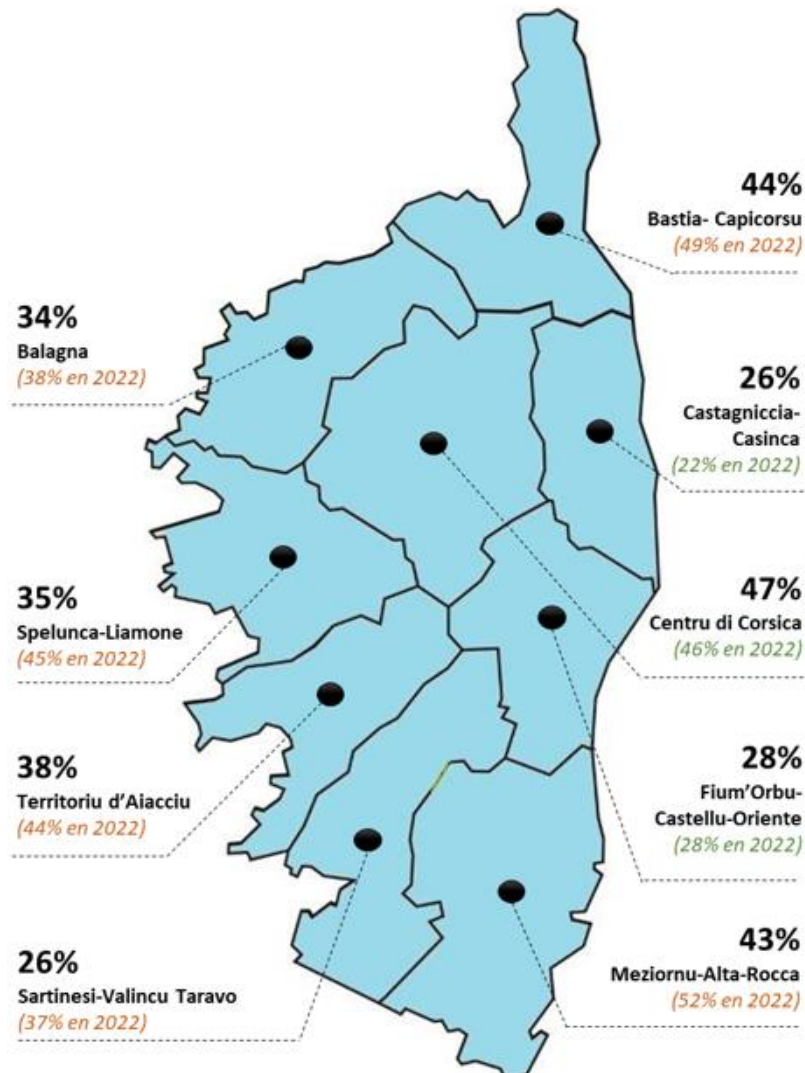


Figure 30: Taux d'occupation des hébergements par territoire en avant-saison

3.3. Une activité en baisse qui s'observe dans l'évolution des chiffres d'affaires des hébergements

La tendance baissière que l'on observe dans les taux d'occupation des hébergements marchands se note aussi dans l'évolution des chiffres d'affaires.

Toutefois, les évolutions semblent quasiment stables pour les mois d'avril et mai lorsque l'on compare 2023 avec 2022. Cela coïncide avec une fréquentation en baisse sur le début de saison que l'on constate depuis plusieurs années.

En revanche, la part des hébergements marchands enregistrant une baisse de leur CA en juin 2023 est beaucoup plus importante qu'en 2022.

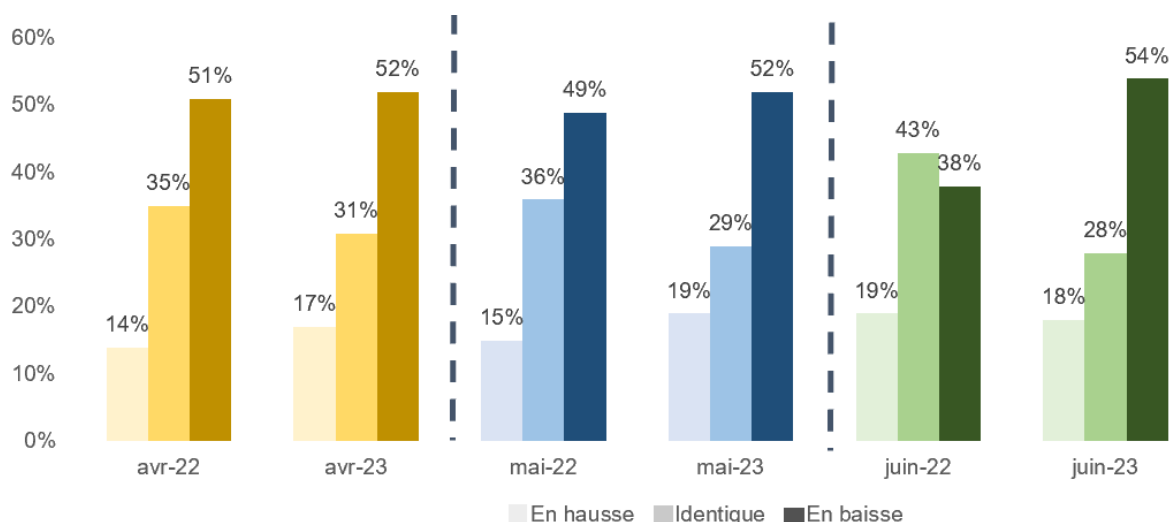


Figure 31: Evolution des CA des hébergements 2023 et 2022³¹ en avant-saison

3.4. Un printemps peu satisfaisant dans les autres activités touristiques³²

Malgré des taux d'ouverture très élevés dès le mois d'avril³³, les entreprises des activités et loisirs, de la restauration, des transports internes et des agences de voyage, n'enregistrent pas une forte activité. Pour 72% des entreprises interrogées le bilan d'avant-saison est médiocre et moins bon que celui de 2022, qui rappelons-le était une année exceptionnelle en termes de de fréquentation.

3.5. Une clientèle internationale définitivement de retour

Amorcé en 2022, le retour de la clientèle internationale se confirme avec la saison touristique 2023. La part des touristes étrangers passe de 20% en avril, à 27% en mai et 33% en juin, contre respectivement 18%, 19% et 28% en 2022.

³¹ L'évolution du CA 2023 se fait par rapport à 2022. L'évolution du CA 2022 se fait par rapport à une année classique (2021 n'étant pas une bonne année de référence).

³² Le nombre d'entreprises ayant répondu à notre enquête n'étant pas suffisamment important, ces données sont à analyser avec précaution.

³³ Les taux d'ouverture moyen de l'ensemble des entreprises sont de 77% en avril, 94% en mai et 98% en juin.

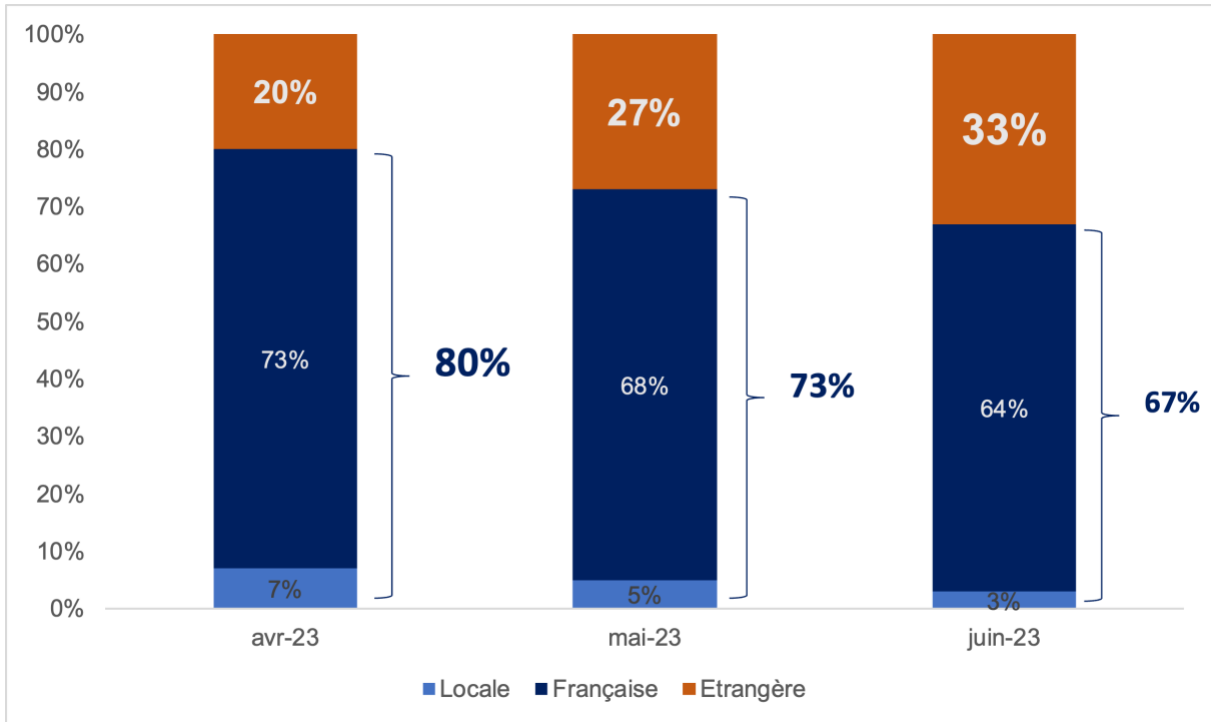


Figure 32: Evolution de la clientèle par origine en avant-saison

La clientèle d'affaires quant à elle se maintient dans les mêmes proportions que l'année précédente, oscillant entre 7% en avril, 10% en mai et 6% en juin.

Les professionnels des activités de loisirs et les restaurateurs constatent eux aussi la présence d'une clientèle internationale, plus de 22% de la clientèle d'avant-saison, mais qui semble être stable par rapport à l'an dernier.

Dans ces deux secteurs, l'activité est aussi portée par la présence importante de la clientèle locale qui pèse pour près de 29%.

Ce printemps 2023 a aussi été marqué par des difficultés de recrutement dans l'ensemble des secteurs d'activité liés au tourisme.



Touriste d'agrément : séjourne pour des vacances classiques. Il est non-affinitaire et le motif du voyage n'est pas professionnel.

Touriste affinitaire : séjourne et est hébergé gratuitement en famille, chez des amis ou dans sa résidence secondaire.

Touriste professionnel : le motif du séjour est lié au travail (tous types).

4. Un été mitigé

Résumé :

L'été est marqué par une baisse du nombre de passagers transportés dans l'aérien et le maritime, ainsi qu'une baisse du nombre de sièges offerts sur les lignes aériennes.

Le secteur touristique dans son ensemble, subit une baisse de son activité, particulièrement dans l'hébergement.

Toutefois, certains types de logement arrivent à tirer leur épingle du jeu comme les Gîtes de France et les hôtels 5* notamment, qui affichent des chiffres très satisfaisants.

4.1. Transport : un nombre de passagers transportés en recul sur l'été

Sur la haute-saison le nombre de passagers transportés suit une tendance baissière : - 5% en juillet par rapport à juillet 2022 et - 4% en août. Sur ces deux mois, la baisse globale du nombre de passagers est inhérente à une diminution simultanée de l'aérien et du maritime.

Pendant la saison estivale, 3,1 millions de passagers ont finalement transité par les ports et aéroports de la Corse, c'est 4% de moins qu'en 2022 et -2% qu'en 2019.

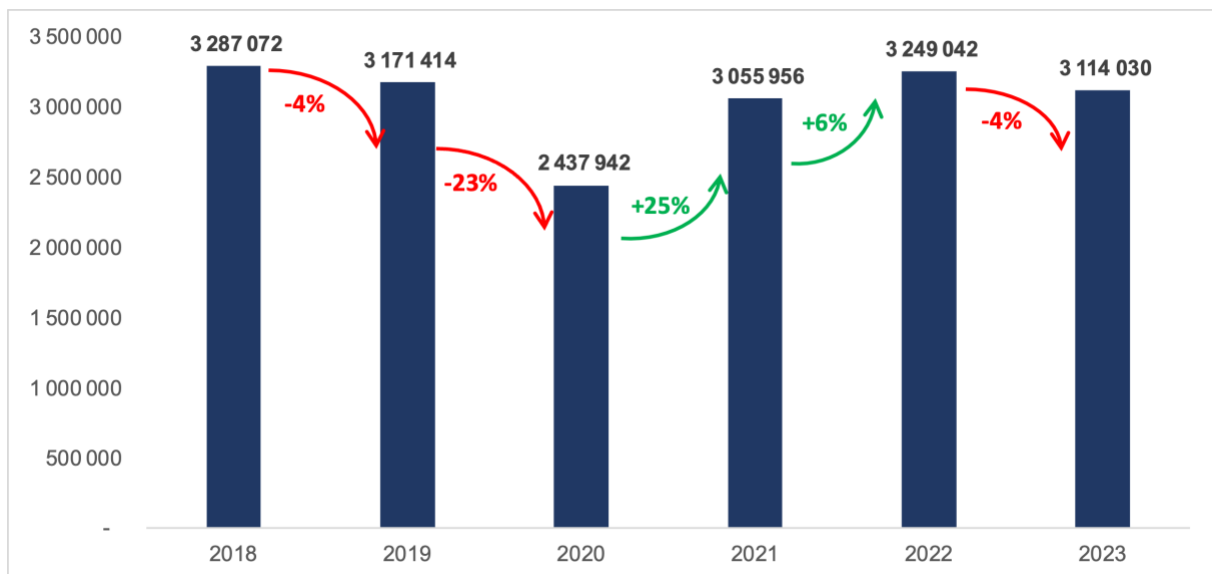


Figure 33: Evolution des flux de passagers transportés - Haute-saison (juillet-août) 2018-2023 (à partir des données CCIC)

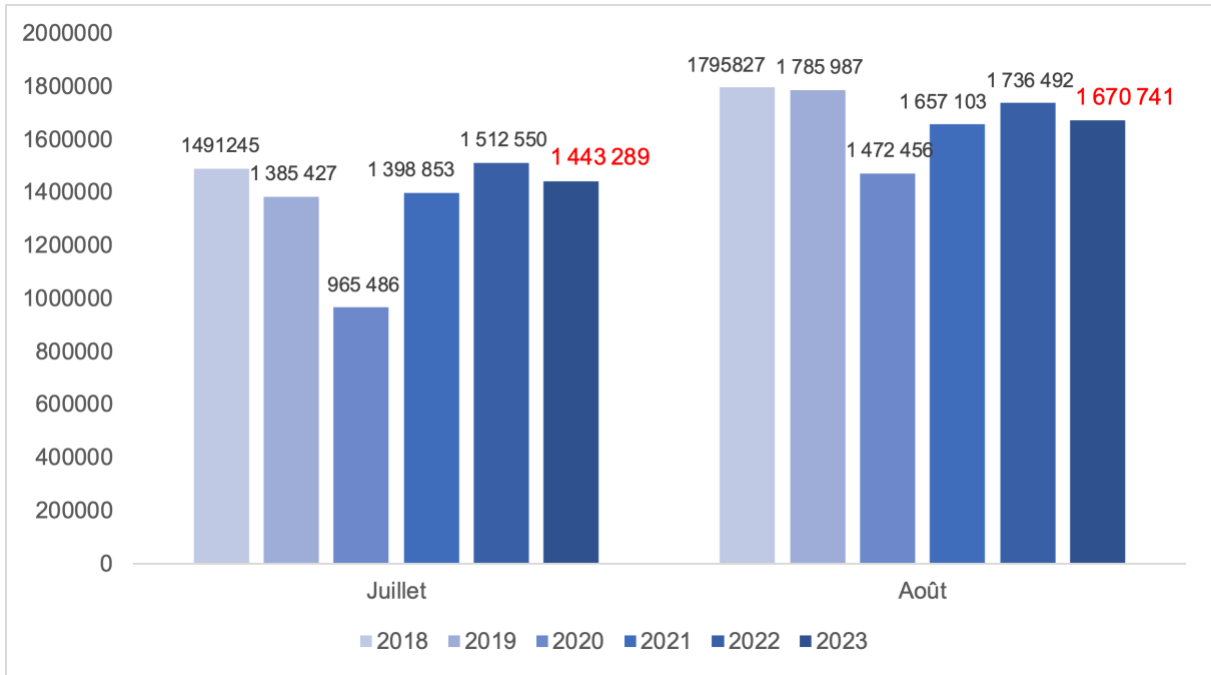


Figure 34: Evolution mensuelle des flux de passagers transportés - Haute-saison 2019-2023 (à partir des données CCIC)

Contrairement à l'avant-saison le nombre de passagers transportés par bateau est supérieur à celui transportés par avion : 53,6% contre 46,3% ; soit 1,68 million de passagers ayant voyagé par bateau contre 1,45 million par avion : une répartition identique à celle de 2022.

4.2. Une activité en retrait dans l'hébergement

Malgré des taux de remplissage plus élevés qu'au printemps, l'activité dans l'hébergement enregistre un retrait significatif pendant la haute saison et témoigne d'un taux de satisfaction largement en baisse par rapport à 2022.

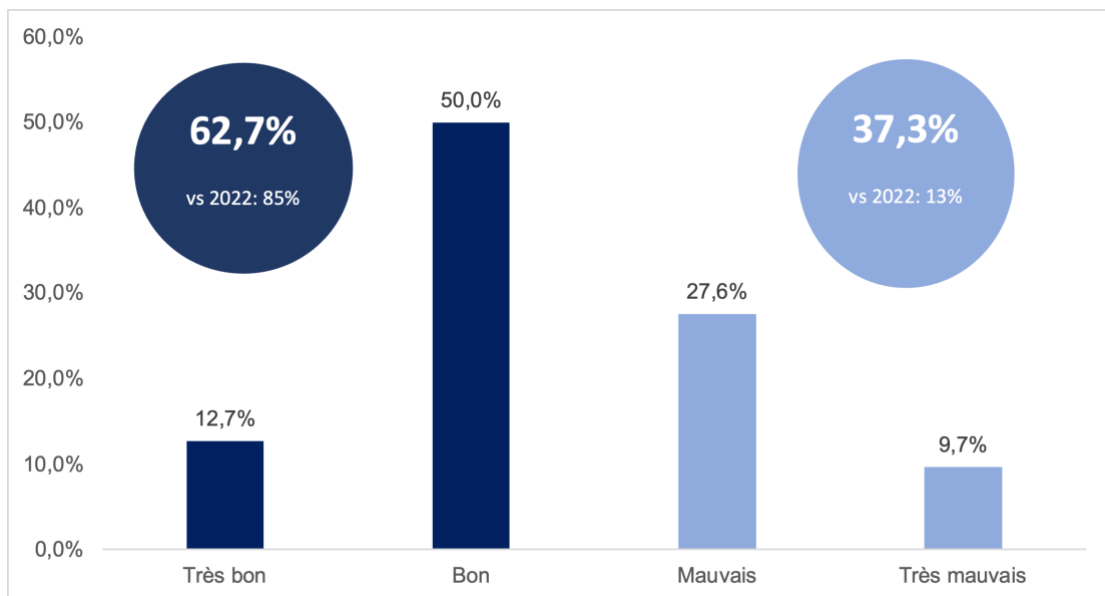


Figure 35: Bilan global des hébergements - Haute-Saison 2023

Plusieurs facteurs peuvent expliquer ces évolutions :

- Une concurrence accrue d'autres destinations notamment avec la fin du Covid et la « réouverture des frontières » ;
- Une forte inflation qui pèse sur les consommateurs et se voient contraints d'opérer des arbitrages dans leurs dépenses. Ces arbitrages se faisant au détriment de la restauration en premier lieu mais aussi de l'hébergement ;
- Les difficultés récurrentes de recrutement n'ont pas permis de toujours répondre à la demande et ont pesé sur l'activité.

Mais tous les hébergements ne sont pas logés à la même enseigne, les résultats sont différents en fonction du type d'offre. **Les Gîtes de France et les hôtels 5* notamment, enregistrent des chiffres très satisfaisants : près de 90% de taux d'occupation moyen en août pour ces derniers.**

UN MOIS DE JUILLET MITIGÉ

Même s'ils sont en léger recul par rapport à 2022, les touristes sont bien présents en ce début d'été : près de 1,5 million de passagers ont été transportés dans les ports et aéroports de l'île. Cependant les hébergements, qu'ils soient collectifs ou locatifs, enregistrent des taux d'occupation nettement plus bas que la saison précédente : 64% en moyenne (contre 76% en juillet 2022).

Avec des taux d'occupation respectifs de 70% et 68%, les Gîtes de France et les hôtels comptent parmi les hébergements les plus sollicités pour ce début d'été. Ils sont suivis des résidences de tourisme et villages de vacances (64%). Parmi les hôtels, ce sont les 5* et les 3* qui enregistrent les taux les plus forts, respectivement 75% et 71%.

UN MOIS D'AOUT MEILLEUR

72% des professionnels de l'hébergement sont satisfaits de la fréquentation du mois d'août. C'est nettement mieux qu'au début de l'été mais cela reste en retrait par rapport aux chiffres enregistrés en 2022. Néanmoins, le taux d'occupation moyen atteint un niveau plutôt convenable : 77% en moyenne sur l'ensemble des établissements (contre 82% en 2022).

Ces chiffres sont plutôt satisfaisants compte tenu de la baisse enregistrée du nombre de passagers dans les ports et aéroports insulaires au cours du mois d'août. Plus de 1.6 million de passagers ont été transportés selon la CCI de Corse, c'est -4% par rapport à août 2022 et -6% par rapport à août 2019.

Avec des taux d'occupation respectifs de 79%, 79% et 78%, les Gîtes de France, les hôtels ainsi que les résidences de tourisme et villages de vacances, arrivent en tête des hébergements choisis par les vacanciers. Ils sont suivis de très près par les meublés touristiques (77%). **Parmi les hôtels, les 5* performent avec un taux moyen d'occupation de près de 90%.**

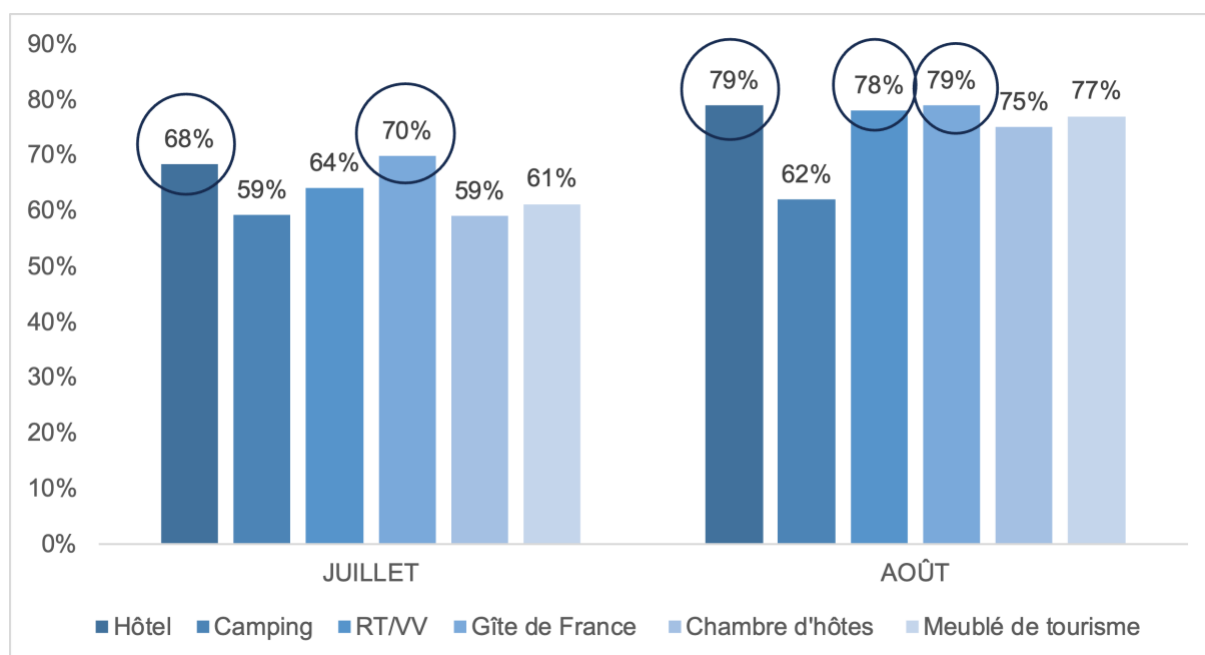


Figure 36: Taux d'occupation des hébergements - Eté 2023

La baisse de fréquentation dans les transports a des conséquences dans toutes les régions. Au cours de l'été, les plus attractives restent la Balagne (74%) et l'Extrême-Sud (73%).

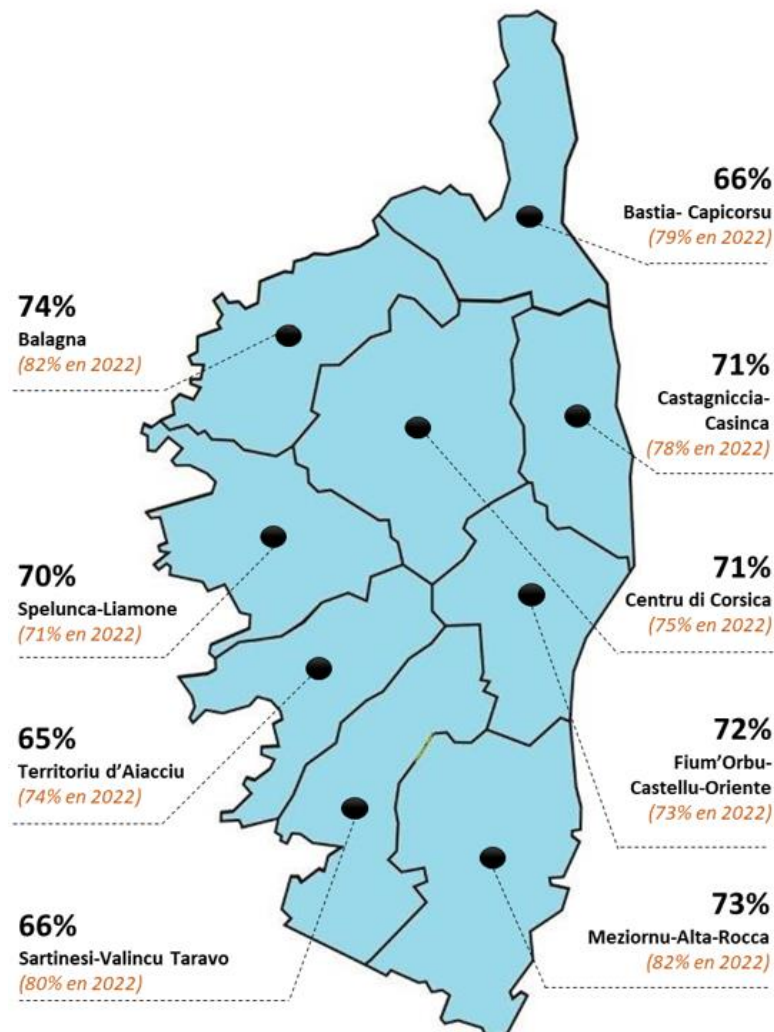


Figure 37: Taux d'occupation des hébergements marchands par territoire en haute-saison

4.3. Un retrait de l'activité qui s'observe dans les chiffres d'affaires

Même si les taux d'occupation moyens dans l'hébergement marchand s'améliorent d'un mois sur l'autre, l'activité est en net retrait par rapport à 2022. En juillet, 58% des hébergements enregistrent une baisse de leur activité en juillet 2023 ; ils étaient 35% en 2022. Au mois d'août l'activité reste en retrait mais s'améliore : 46% enregistrent une baisse de leurs chiffres d'affaires mais 42% enregistrent une activité stable par rapport à 2022.

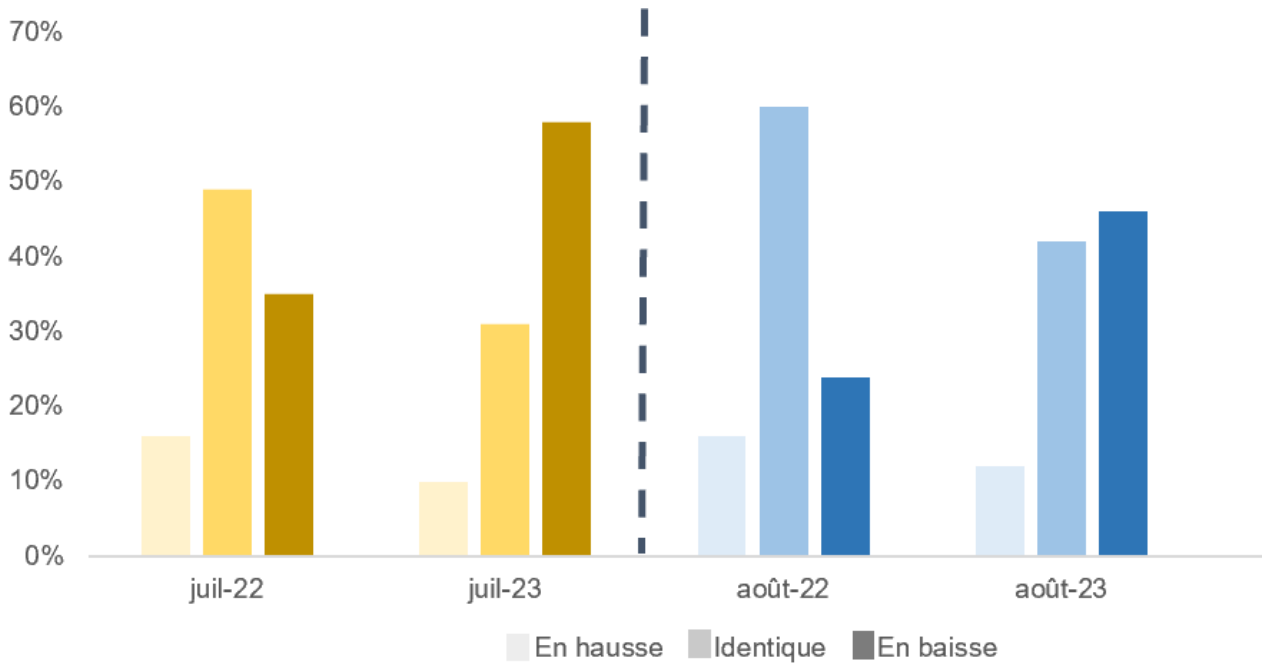


Figure 38: Evolution des CA des hébergements marchands 2023 et 2022 en haute-saison

4.4. La clientèle internationale toujours présente en été

La clientèle étrangère est encore fortement présente en ce début d'été même si elle diminue légèrement au mois d'août d'un point de vue proportionnel.

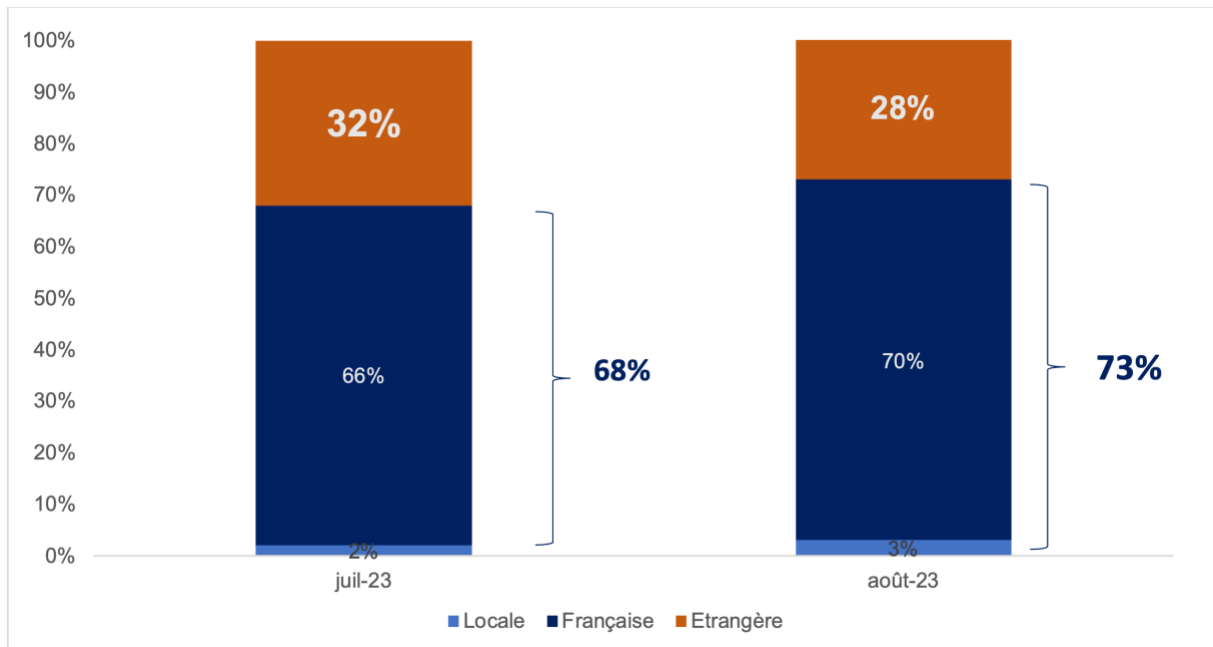


Figure 39: Evolution de la clientèle par origine en haute-saison

Parmi la clientèle, essentiellement d'agrément (98%) en ce premier mois d'été, les touristes internationaux restent au même niveau qu'en juin : 32% contre 68% de clientèle domestique (dont 2% de clientèle locale). En revanche, cette clientèle étrangère est plus



importante que l'an passé (+5%). Au mois d'août, la part de touristes internationaux semble diminuer : 28% contre 32% en juillet.

4.5. Une activité en recul pour les autres entreprises du secteur aussi

Du côté des entreprises des « autres activités touristiques », le bilan de l'été est loin d'être satisfaisant. Seulement 36% des entreprises estiment qu'il est bon. C'est beaucoup moins qu'en 2022 où le taux de satisfaction atteignait les 70%. Les prix des transports mais aussi la cherté de la vie sur l'île (liée en partie à la forte inflation de ces derniers mois) pèsent sur le budget des touristes qui doivent opérer des arbitrages dans leurs dépenses.

5. Arrière-saison : l'augmentation de fréquentation se confirme année après année !

Résumé :

L'arrière-saison est marquée par une augmentation de 2% du nombre de passagers transportés dans l'aérien et le maritime.

Le secteur touristique dans son ensemble semble se maintenir dans son activité, particulièrement dans les transports en septembre.

La clientèle étrangère est très présente pendant cette arrière-saison, avec +4% en septembre et +6% en octobre.

A nouveau, certains types de logement arrivent à tirer leur épingle du jeu comme les Gîtes de France et les hôtels, qui affichent des chiffres très satisfaisants sur cette période.

5.1. Transport : un nombre de passagers transportés en hausse constante depuis 2020

Entre septembre et octobre ce sont plus de 1.56 millions de passagers qui ont été transportés. C'est +2% par rapport à 2022 et +5% par rapport à 2019.

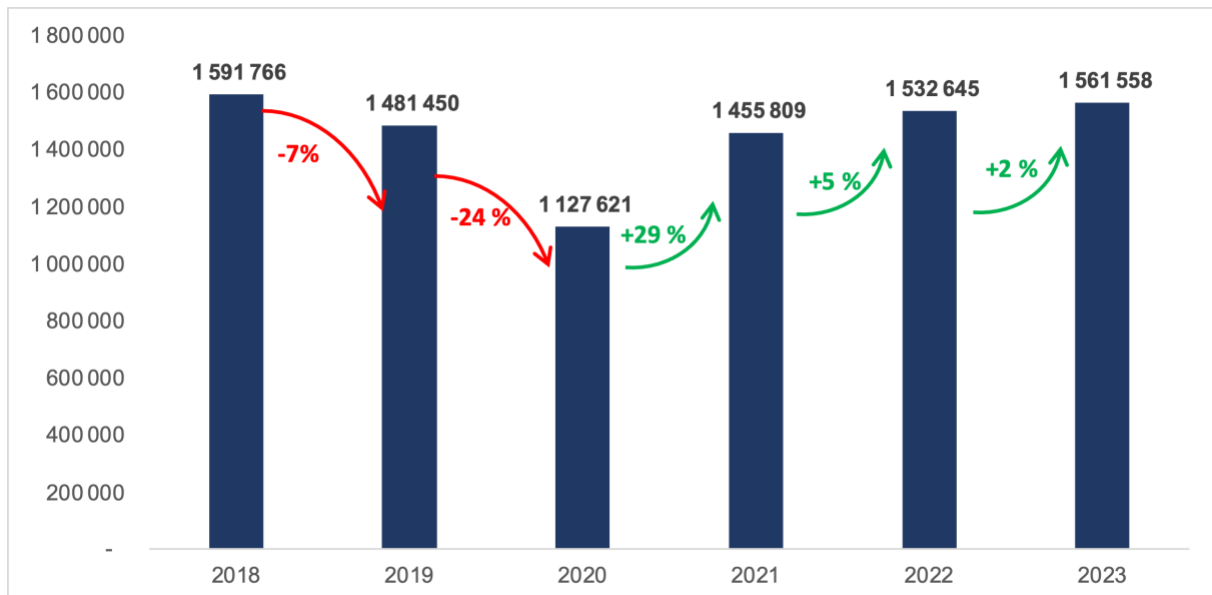


Figure 40: Evolution des flux de passagers transportés - Arrière-saison (septembre-octobre) 2018-2023 (à partir des données CCIC)

Le nombre de passagers transportés en septembre 2023 est le plus haut jamais enregistré depuis ces cinq dernières années, et le mois d'octobre est très proche du record enregistré en octobre 2022.

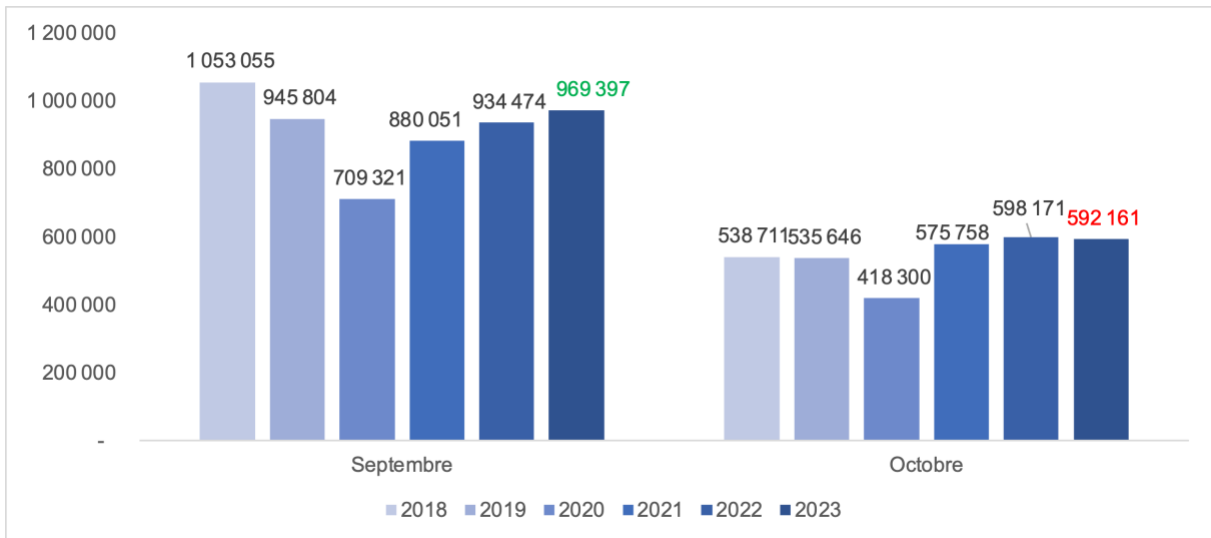


Figure 41: Evolution mensuelle des flux de passagers transportés - Arrière-saison 2018-2023 (à partir des données CCIC)

Tout comme au printemps, le nombre de passagers transportés à l'automne par les airs est supérieur à celui transporté par la mer : 54% contre 46%.

5.2. Hébergement : une activité toujours en retrait mais qui s'améliore

Après un bilan estival qui se termine en retrait de l'activité par rapport à 2022, l'arrière-saison évolue plutôt positivement. Même si le rattrapage ne s'opère pas totalement, les écarts se réduisent sur les principaux indicateurs par rapport à 2022.

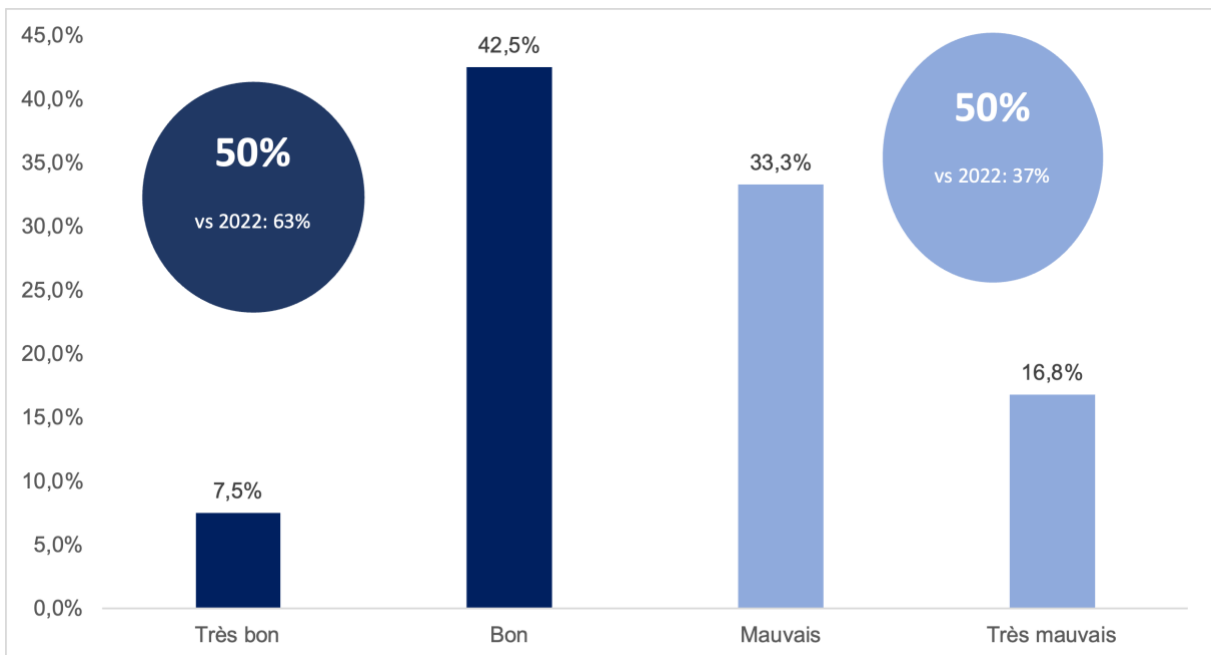


Figure 42: Bilan global des hébergements marchands – Arrière-saison 2023

LE MOIS DE SEPTEMBRE EST MARQUE PAR LE BON DYNAMISME DE L'ACTIVITE DES TRANSPORTS.

Cependant, ce dynamisme ne semble toujours pas profiter pleinement à l'hébergement marchand. Le taux d'occupation moyen dans l'hébergement en septembre est de 56%, ce qui, bien que satisfaisant (pour 60%), représente un léger retrait par rapport à l'année 2022, où le taux moyen d'occupation était de 61%. L'écart entre les taux d'occupation de 2023 et 2022 est moins important sur la période d'arrière-saison par rapport à la période de haute-saison.

Parmi les hébergements marchands choisis par les vacanciers, les hôtels et les Gîtes de France continuent de caracoler en tête, avec des taux d'occupation respectifs de 71% et 70%. **Les hôtels 3*, 4* et 5* enregistrent les taux d'occupation les plus élevés.**

LE MOIS D'OCTOBRE SE POURSUIT SUR LA DYNAMIQUE DU MOIS DE SEPTEMBRE.

En cette fin de saison, 57% des établissements sont ouverts. Le taux d'occupation moyen dans l'hébergement marchand (34%) est légèrement supérieur à celui enregistré en 2022. D'ailleurs, près de la moitié des hébergements se disent satisfaits de la fréquentation de leur établissement pour ce mois d'octobre (c'est +6% par rapport à 2022).

Les Gîtes de France (39%), les meublés touristiques (30%), les chambres d'hôtes (27%) mais aussi les campings (26%) ont des taux d'occupation plus élevés qu'à la même période l'an dernier.

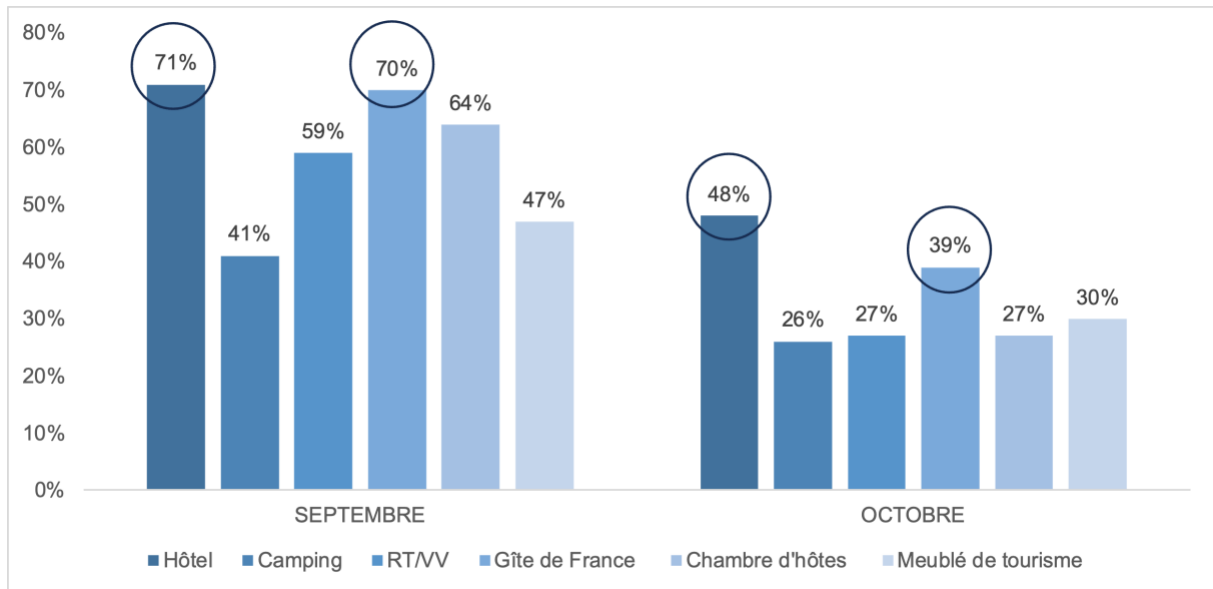


Figure 43: Taux d'occupation des hébergements marchands – Arrière-saison 2023

5.3. Un niveau d'activité qui se maintient sur l'automne

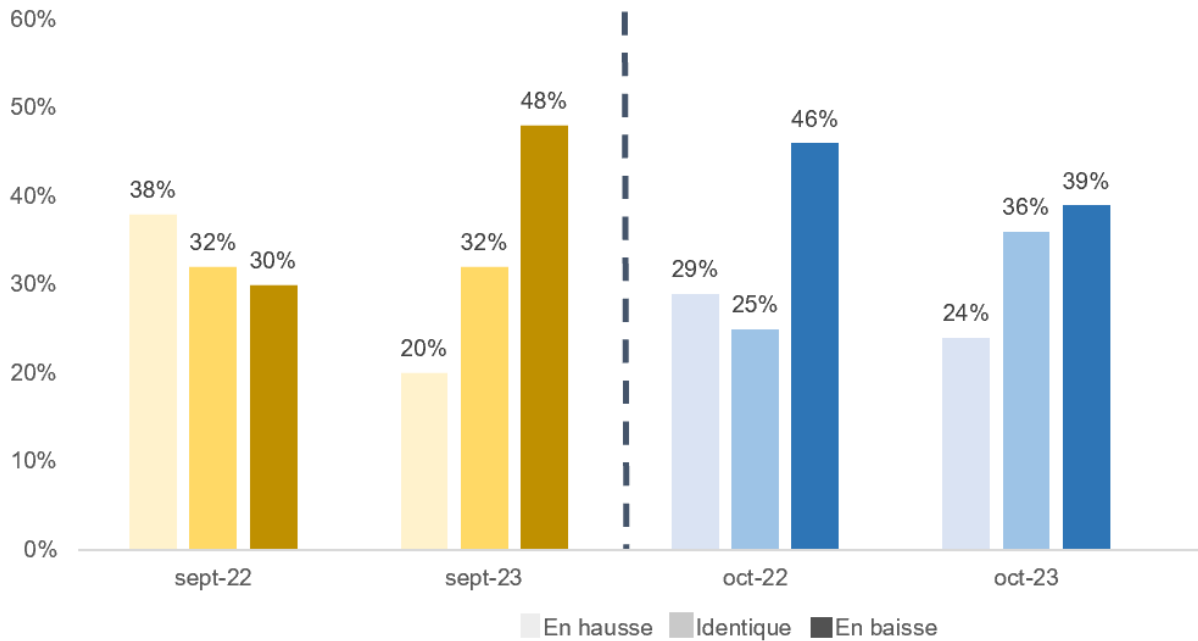


Figure 44: Evolution des CA des hébergements 2023 et 2022 en arrière-saison

La bonne évolution de cette fin de saison s'exprime également à travers l'évolution des chiffres d'affaires. Plus de la majorité des professionnels ont pu maintenir un niveau d'activité acceptable, comme en témoigne l'évolution de leur CA pour cette période : pour 52% les CA sont stables ou en augmentation. Une situation moins performante qu'en 2022. **Mais il convient de rappeler que l'année 2022 était une année particulièrement exceptionnelle en terme de fréquenti.** Et l'analyse de l'ensemble de ces chiffres doit se faire au regard de ce résultat.

En octobre 60% des professionnels de l'hébergement ont enregistré des chiffres d'affaires stables ou en hausse. C'est +8 points par rapport au mois dernier et +3 points par rapport à octobre 2022.

Au cours de l'automne, certaines régions enregistrent des taux de fréquentation (en termes d'hébergement) plus élevés qu'en 2022 : le Sartinesi-Valincu-Taravo (+8 points), la région du Fium'Orbu (+2 points) et les régions de Balagne et Spelunca-Liamone (+1 point).

Les régions les plus attractives correspondent aux bassins d'activités les plus importants : Bastia, Ajaccio et le Sud-Corse.

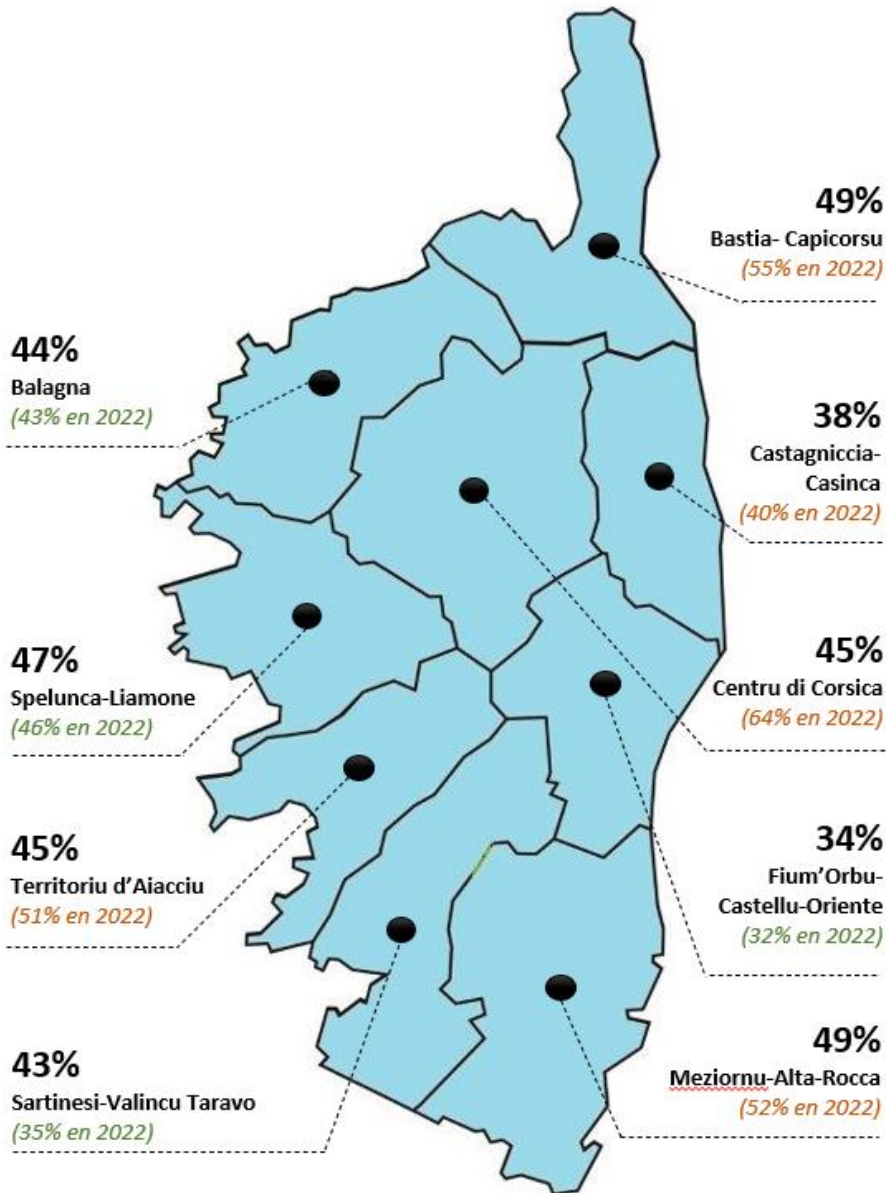


Figure 45: Taux d'occupation des hébergements marchands par territoire en arrière-saison

5.4. La clientèle internationale toujours très présente sur cette arrière-saison

La clientèle étrangère est en forte augmentation par rapport à l'année précédente : **+4 points en septembre et +6 points en octobre. Mais cette fin de saison marque aussi le retour de la clientèle d'affaires.** Sur le seul mois d'octobre elle représente 9% des visiteurs.

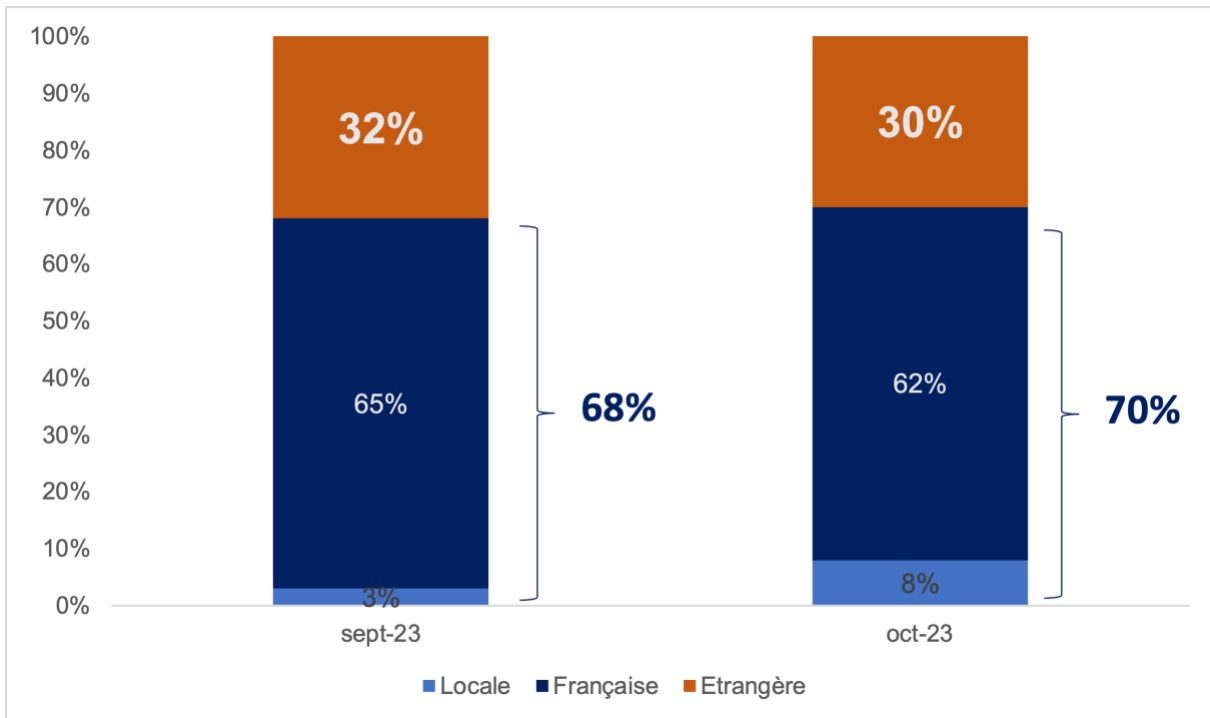


Figure 46: Evolution de la clientèle par origine en arrière-saison

5.5. Un automne satisfaisant également pour les autres acteurs du secteur

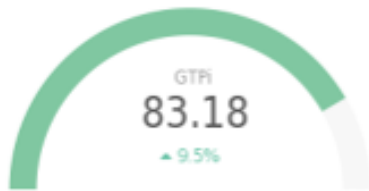
Même s'il est difficile de tirer des conclusions générales du fait d'un échantillon de taille non suffisante, il apparaît que pour 58% des entreprises interrogées le bilan de l'arrière-saison est bon. 62% des entreprises sont satisfaites de leurs chiffres pour le mois de septembre, 39% pour octobre. Ce bilan est, pour plus de la moitié des professionnels, meilleur ou identique à celui de 2022.

Cette dynamique s'observe à travers l'évolution des chiffres d'affaires des entreprises de ces secteurs, qui pour plus d'un professionnel sur deux, sont supérieurs ou identiques à ceux de 2022.

Enfin, la clientèle étrangère, présente dans le secteur, semble stable (23%) par rapport à l'an dernier. Dans les restaurants et les entreprises de loisirs, l'activité est portée par une part importante de de la clientèle locale (28%).

6. Corse : de bons indicateurs de satisfaction³⁴

NB : Si l'indice est inférieur à 60 la satisfaction est faible, lorsqu'il est compris entre 60 et 75 il est moyen, enfin lorsqu'il dépasse les 75 il est élevé.



La destination corse bénéficie d'une **très bonne image**. Le GTPi (Global Tourist Perception Index) est de 83.18/100. Cet indicateur mesure le niveau global de satisfaction des visiteurs vis-à-vis de la destination. Il combine les indices de satisfaction des Hôtels, du Produit, de la Sécurité et du Climat.

Les données Mabrian nous permettent de disposer d'indicateurs sur la perception de la Corse sur différents aspects.



Hotel Index

La **satisfaction de la clientèle concernant les hôtels 3*, 4* et 5* est bonne**.



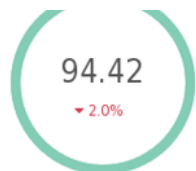
Product Index

L'indice de **satisfaction des produits touristiques**³⁵, qui mesure la satisfaction pour les produits d'une destination montre également un **bon niveau de satisfaction**.



Climate Index

L'**indice de perception du climat**³⁶ est **plutôt élevé**. Ce chiffre montre que les attentes très fortes très fortes (induites par les vidéos et photos sur la Corse) étaient en phase avec la réalité du séjour.



Security Index

En revanche, **la Corse est une destination où l'on se sent très fortement en sécurité** : le Security Index³⁷ est très élevé : 94.42/100.

³⁴ Les données portent sur la période du 1 octobre 2022 au 30 septembre 2023.

³⁵ Cet indice mesure le niveau de satisfaction pour les produits d'une destination. Il est obtenu en analysant la répartition des commentaires (positifs, neutre et négatifs) concernant chacun des produits.

³⁶ Il mesure la satisfaction des visiteurs vis-à-vis de la météo de la destination. Cet indice est évalué en suivant le volume de commentaires négatifs concernant le climat de la destination. Il permet de mieux appréhender la relation entre les attentes des visiteurs et la réalité lors du séjour.

³⁷ Cet indice mesure le niveau de sécurité de la destination perçu par les visiteurs. Il est obtenu via des techniques NLP avancées qui permettent aux algorithmes d'identifier et de comprendre quand un commentaire fait référence à des problèmes de sécurité.

7. Conclusion

Comme nous l'avions évoqué au sein du précédent bilan de saison 2022, l'année 2023 laissait entrevoir des incertitudes liées au contexte national et international.

L'inflation semble avoir principalement pesé sur les coûts, influençant ainsi le budget des vacances qui s'est ajusté à la baisse.

L'année 2022 fut une année exceptionnelle en termes de fréquentation, année de reprise après la crise Covid, il est donc normal que l'année 2023 présente un recul pour le secteur touristique par rapport celle-ci.

L'augmentation constante de l'offre de location de meublés de tourisme via les plateformes depuis 2015, conjuguée à une baisse de pouvoir d'achat et une inflation galopante depuis 2020, pèsent sur l'ensemble des acteurs du secteur, notamment ceux de l'hébergement et de la restauration.

Pour autant, le nombre de passagers transportés lors de la saison touristique 2023, soit du 1^{er} avril au 31 octobre, ne recule que de 2% par rapport à 2022, et est au même niveau que celui connu en 2019.

La saison 2024 devra certainement se préparer au regard d'un contexte toujours compliqué. La baisse du pouvoir d'achat, la desserte aérienne volatile en fonction des opportunités d'affaires des compagnies principalement low-cost, ou bien encore le changement climatique et ses conséquences sont des éléments avec lesquels il convient désormais de composer.

2024 sera aussi une année de « ponts » notamment sur l'avant-saison avec un mois de mai 2024 qui pourrait faire penser à mai 2018 et surtout l'année des JO à Paris... une opportunité pour attirer de nouveaux visiteurs en Corse ?



2024

Cahier du Tourisme n°23

Bilan de saison 2023

Agence du Tourisme de la
Corse - janvier 2024

MABRIAN - Big data for travel
intelligence

Photos et édition :
© ATC

Contacts Pôle Centre de Ressources

Robert Menasse

+33 (0)4 95 51 77 76
rmenasse@atc.corsica

Contacts de l'Observatoire

Anne Casabianca

+33 (0)4 95 51 77 55
acasabianca@atc.corsica

Marc Simoni

+33 (0)4 95 51 77 45
msimoni@atc.corsica

Agence du Tourisme de la Corse

17, boulevard du roi Jérôme
20181 Ajaccio Cedex 01

contact@atc.corsica
+33 (0)4 95 51 77 00

