

# CORSE

## LES CAHIERS DU TOURISME #24

### BILAN DE FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME

# CORSICA

## I QUATERNI DI U TURISIMU #24

### BILANCIU DI FRIQUENTAZIONE DI L'UFFIZII DI TURISIMU

ÉDITION **2024**



## Table des matières

I. PRÉAMBULE .....	2
II. INTRODUCTION .....	3
a) La loi NOTRe.....	3
b) Les offices de tourisme.....	3
c) Dotation des offices de tourisme de Corse .....	4
d) Les contrats de développement territorialisés .....	4
III. LA FRÉQUENTATION.....	5
a) Fréquentation globale .....	5
b) Évolution .....	5
c) Détail par office de tourisme .....	6
IV. CLIENTÈLES ET NATIONALITÉS .....	7
a) Répartition entre touristes français et touristes étrangers .....	7
b) Origine des touristes .....	7
V. LES DEMANDES D'INFORMATIONS .....	9
a) Classement global des demandes dans les bureaux des offices.....	9
b) Focus sur les demandes d'activités et les APN.....	10
c) Focus sur les demandes liées au patrimoine culturel et historique.....	10
d) La question environnementale .....	11
e) Évolutions des demandes et des besoins des touristes .....	11
VI. CONCLUSION .....	12

# I. PRÉAMBULE

Comme chaque année, l'Observatoire du tourisme de la Corse a réalisé le bilan de saison des OTI pour l'année 2023, avec pour objectifs :

1. D'obtenir les données de fréquentation d'avril à octobre ;
2. De mesurer les évolutions relatives aux demandes et aux comportements des touristes ;
3. De connaître l'origine des touristes.

Dans le but d'obtenir des résultats comparables aux années précédentes, la méthodologie d'enquête est restée inchangée depuis 2021 et a consisté en une enquête en ligne réalisée du 07/11/2023 au 18/01/2024 auprès des 20 offices de pôle.

Le nombre de répondants est de 19 offices sur les 20 sollicités.

Nous tenons à remercier l'ensemble des offices de tourisme ayant participé à notre enquête.

## II. INTRODUCTION

### a) La loi NOTRe

Depuis 2016 et l'instauration de la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République), l'échelon intercommunal s'est vu transférer l'exercice de plein droit de la compétence tourisme, dont la création d'offices de tourisme.

Ce transfert a pu engendrer des difficultés pratiques, s'agissant notamment de l'articulation de la compétence intercommunale avec le droit reconnu aux communes touristiques et aux stations classées de conserver leur office du tourisme municipal.

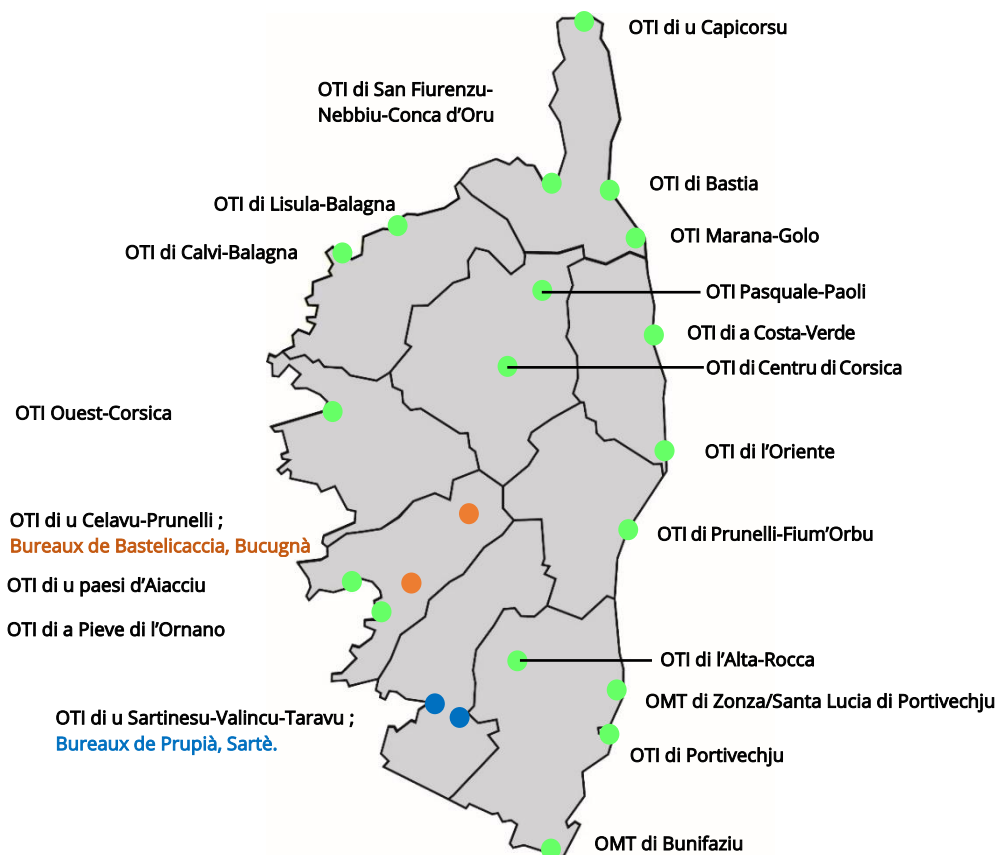
Ainsi, quand un office de tourisme communal est maintenu, il a nécessairement pour mission d'assurer la promotion de son territoire. Il appartient, dès lors, à l'office intercommunal de déterminer les compétences matérielles et géographiques qui lui reviennent dans le respect des compétences reconnues par la loi à l'office de tourisme communal.

### b) Les offices de tourisme

La Corse compte 48 structures d'accueil des touristes répartis sur l'ensemble des 9 régions touristiques :

- 20 offices de tourisme, soit intercommunaux (OTI) soit municipaux (OTM) ;
- 27 bureaux d'information et antennes touristiques.

Ce réseau emploie 140 salariés permanents ainsi qu'une centaine de personnels saisonniers.



Carte 1 – Localisation des 20 offices de tourisme<sup>1</sup> de Corse

<sup>1</sup> Note : certains sont constitués de 2 bureaux.

### **c) Dotation des offices de tourisme de Corse**

Les Offices de Tourisme sont financés à 80% par la taxe de séjour qui représente pour l'ensemble des structures un volume de près de 8,5 millions d'euros qui tend à progresser par l'amélioration de la collecte imputable notamment aux plateformes de commercialisation.

L'autre ressource qui a été développée par les Offices de Tourisme est liée à la commercialisation d'offres locales : visites guidées, billetterie d'évènements, organisation et/ou accompagnement d'évènements, création de leurs propres produits, ...

La troisième ressource émane de partenariats avec les socioprofessionnels pour financer différents supports de communication dédiés à la promotion des territoires.

Dans le cadre de son guide des aides 2022-2027, et afin de permettre aux offices de tourisme de mener à bien des projets leur permettant de progresser dans le cadre de leurs missions, l'Agence du Tourisme de la Corse aide financièrement les OT classés en catégories 1 et 2 (respectivement 15 000 et 10 000 €), et non-classés sous certaines conditions (5000 €).

En 2023, les OT ont bénéficié de 26 % du total des aides attribuées, soit un montant total de 945 777 €.

La répartition est la suivante :

- Aide au fonctionnement des OT : 50 000€
- Contrats développement territorialisés : 276 286€
- Autres (évènements, aménagement, numérique) : 619 491€

### **d) Les contrats de développement territorialisés**

Parmi ses missions, l'ATC est en charge de la coordination des acteurs du tourisme.

Le réseau des OT constitue l'une des pierres angulaires de cette coordination et le contrat est son mode opératoire : son objectif est de faire en sorte que les démarches ascendantes (venant des territoires) et descendantes (venant de l'institution chef de file) se rencontrent et mutualisent leurs efforts.

Les contrats doivent donner un contenu opérationnel et coordonné aux objectifs politiques de la destination Corse : en termes de structuration de l'offre, de promotion et de stratégie marketing. Ils se déclinent en 5 axes et 11 mesures à construire territoire par territoire avec un premier niveau à l'échelle de l'intercommunalité et un second niveau à l'échelle du « Pays Touristique » en coordination avec un ou plusieurs OT du territoire (volet convergeant).

En 2023, trois Offices de Tourisme étaient sous contrat avec l'ATC : l'OIT d'Aiacciu, l'OMT de Bunifaziu et l'OTI de Ouest Corsica.

### III. LA FRÉQUENTATION

#### a) Fréquentation globale

De mai à octobre 2023, **près d'un million de touristes** ont été accueillis dans les Offices de Tourisme de l'île.

C'est au mois d'août que les OTI sont les plus sollicités avec 230 000 visiteurs soit 23% de la fréquentation totale sur la période étudiée.

Les mois de juillet et septembre se situent en 2<sup>nd</sup>e et 3<sup>è</sup>me position avec des volumétries équivalentes.

	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	TOTAL
<b>TOTAL DES OTI</b>	122 246	160 899	198 386	231 161	197 999	83 457	994 148
<b>POIDS MENSUEL</b>	12%	16%	20%	23%	20%	8%	100%

Tableau 1 : Fréquentation mensuelle des OTI de Corse en 2023

La haute-saison touristique concentre 43% des visites dans les bureaux des OT, les deux ailes de saison regroupent 57% de la fréquentation (28% chacune).

	AVANT-SAISON	HAUTE-SAISON	ARRIERE-SAISON	TOTAL
<b>TOTAL DES OTI</b>	283 145	429 547	281 456	994 148
<b>POIDS DE LA PÉRIODE</b>	28%	44%	28%	100%

Tableau 2 : Fréquentation mensuelle des OTI de Corse en 2023, par période

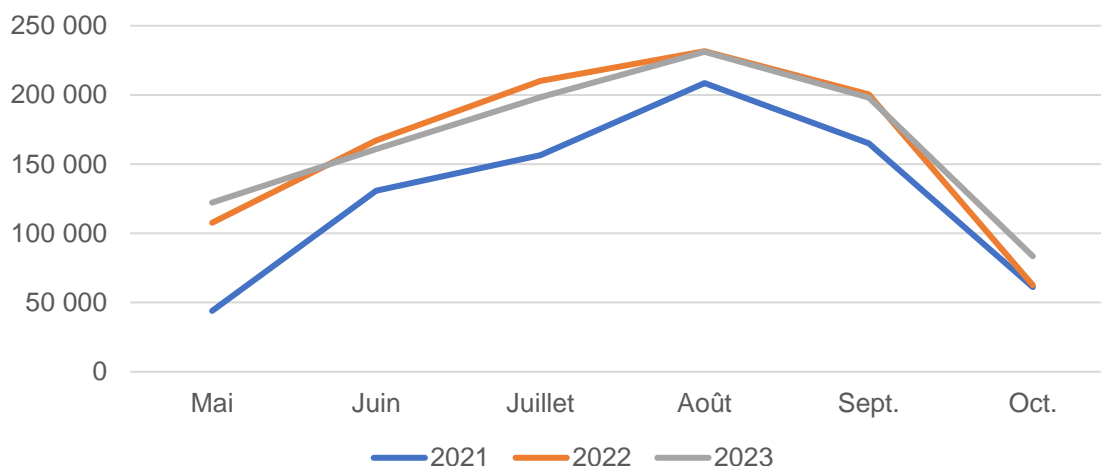
#### b) Évolution

La fréquentation totale de mai à octobre est en légère hausse par rapport à 2022 (+2%).

Il faut relever la forte augmentation de la fréquentation en octobre (+33%), qui vient confirmer la très bonne arrière-saison touristique.

	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	TOTAL
<b>2021</b>	43 993	130 875	156 574	208 570	165 053	61 305	<b>766 370</b>
<b>2022</b>	107 763	167 155	210 010	231 618	200 337	62 570	<b>979 453</b>
<b>2023</b>	122 246	160 899	198 386	231 161	197 999	83 457	<b>994 148</b>
Evolution 2022/2023	13%	-4%	-6%	0%	-1%	33%	2%

Tableau 3 : Évolutions mensuelles de la fréquentation des OTI de Corse entre 2021 et 2023



Graphique 1 – Évolutions mensuelles de la fréquentation des OTI de Corse entre 2021 et 2023

### c) Détail par office de tourisme

Avec près de 180 000 visiteurs accueillis de mai à octobre, soit 18% du total de l'ensemble des offices sur la période, l'OTI De Bonifacio reste l'office de tourisme qui enregistre la plus forte fréquentation.

Les OTI d'Ajaccio (116 000) et celui de l'Alta-Rocca (100 000) complètent le trio de tête.

La moitié (49% exactement) de la fréquentation globale des Offices de Tourisme de Corse est réalisée dans les quatre premiers offices, comme le montre le tableau ci-après.

OFFICE	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	TOTAL	%/Total
BUNIFAZIU	25 018	29 903	34 517	38 942	34 715	15 308	178 403	18%
PAESE D'AIACCIU	15 347	17 829	21 497	25 375	22 284	14 112	116 444	11%
ALTA ROCCA	9 690	17 624	16 175	25 224	24 117	5 422	98 252	10%
SVT <sup>2</sup>	11 238	15 110	16 919	19 382	19 252	8 260	90 161	9%
BASTIA	10 274	12 766	15 482	17 827	15 691	5 843	77 883	8%
CALVI-BALAGNE	10 928	13 968	16 050	16 557	15 068	4 929	77 500	8%
PORTIVECHJU	8 180	8 711	12 624	12 455	14 091	9 461	65 522	6%
CORTI/CENTRU DI C.	7 389	8 846	12 256	16 005	13 226	6 449	64 171	6%
ZONZA-ST. LUCIA	4 784	7 760	11 855	11 900	9 261	4 042	49 602	5%
SAN FIURENZU-N-CO <sup>3</sup>	7 045	7 937	9 191	9 981	9 477	3 249	46 880	5%
OUEST-CORSICA	4 385	5 499	6 500	6 528	6 092	2 317	31 321	3%
LISULA -BALAGNA	3 278	4 214	5 187	5 350	5 308	1 597	24 934	3%
COSTA VERDE	907	2 246	7 115	7 577	2 166	428	20 439	2%
PIEVE DE L'ORNANO	1885	2905	5082	4413	3265	2086	19 636	2%
FIUM'ORBU CASTELLU	421	2 038	4 086	5 478	1 838	157	14 018	1%
CAPICORSU	1 211	2 464	3 297	4 075	2 160	491	13 698	1%
PASQUALE PAOLI	200	850	3 000	5 500	1 394	100	11 044	1%
ORIENTE	1 515	2 538	1 310	1 001	1 431	1 115	8 910	1%
CELAVU-PRUNELLI	436	596	1 325	2 004	428	177	4 966	0%
<b>TOTAL</b>	<b>124131</b>	<b>163804</b>	<b>203468</b>	<b>235574</b>	<b>201264</b>	<b>85543</b>	<b>124131</b>	<b>100%</b>

Tableau 4 : Fréquentation mensuelle des Offices de Tourisme de Corse en 2023

La quasi-totalité des Offices enregistrent des hausses de leurs fréquentations. Ce sont les OTI du Fium'Orbu-Castellu (+117%) et de Pasquale-Paoli (+114%) qui enregistrent les deux plus fortes hausses.

OFFICE DE TOURISME	TOTAL 2022	TOTAL 2023	ÉVOLUTION
OTI DU PAYS D'AJACCIO	109 017	116 444	76%
OTI DU CELAVU-PRUNELLI	6 293	4 966	-4%
OTI DE CALVI-BALAGNE	73 282	77 500	58%
OTI DE LISULA -BALAGNA	26 530	24 934	11%
OTI DE BASTIA	80 493	77 883	46%
OTI DE SAINT FLORENT-NEBBIU-CONCA D'ORO	39 506	46 880	226%
OTI DE LA COSTA VERDE	16 863	20 439	41%
OTI DU CENTRU DI CORSICA	60 674	64 171	38%
OMT PASQUALE PAOLI	7 571	11 044	114%
OTI DE L'ORIENTE	10 574	8 910	-55%
OTI FIUM'ORBU CASTELLU	16 559	14 018	117%
OTI OUEST-CORSICA	34 911	31 321	5%
OMT DE BONIFACIO	193 821	178 403	16%
OTI DE L'ALTA ROCCA	109 437	98 252	18%
OMT DE PORTO-VECCHIO	70 681	65 522	25%
OMT DE ZONZA	39 879	49 602	45%
OTI DU SARTENAIS-VALINCU-TARAVO	83 362	90 161	-18%
<b>TOTAL</b>	<b>979 453</b>	<b>994 148</b>	<b>2%</b>

Tableau 5 : Évolution de la fréquentation des Offices de Tourisme de Corse entre 2022 et 2023  
OT du Capicorsu et Pieve di l'Ornano non représentés en raison de données manquantes en 2022

<sup>2</sup> SVT = Sartonais-Valincu-Taravu

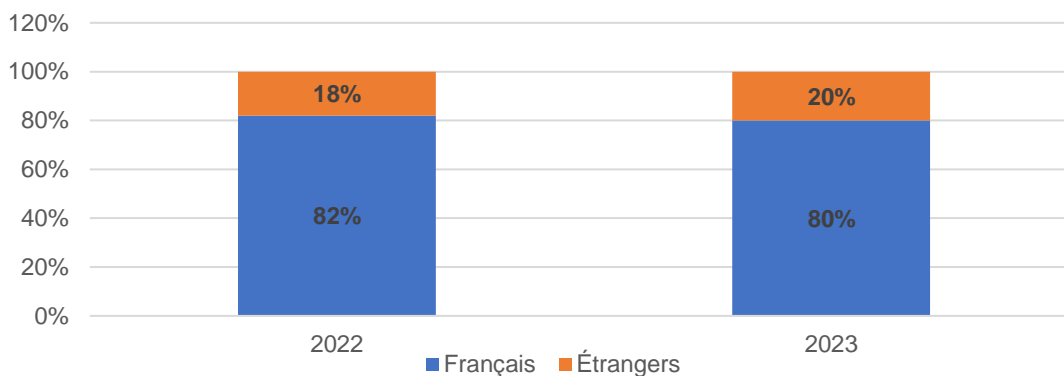
<sup>3</sup> St-Florent-N-CO = St. Florent-Nebbiu-Conca d'Oru

## IV. CLIENTÈLES ET NATIONALITÉS

### a) Répartition entre touristes français et touristes étrangers

**Question posée : Quelle est la répartition entre touristes français et étrangers ?**

La proportion des touristes étrangers est de 20 % en moyenne dans les bureaux des offices de tourisme, soit une hausse de deux points entre 2022 et 2023.



Graphique 2 - Répartition des touristes Français-Étrangers - Comparaison 2022-2023

Les offices de Corte (38% d'étrangers), Calvi (37%) et de l'Oriente (33%) sont, en proportion, les plus fréquentés par les clientèles étrangères.

A l'opposé, la clientèle française est omniprésente dans les bureaux du Celavu-Prunelli (91%), de la Costa-Verde (91%) et du Fium'Orbu (90%).

La moitié des répondants (10 sur 19) estime que la répartition entre touristes français et étrangers est identique à celle de 2022 ; néanmoins, 7 offices signalent davantage d'étrangers.

Après une année 2022 marquée par le retour des touristes étrangers, la répartition entre touristes français et étrangers se stabilise pour revenir au niveau généralement observé de 80%/20%.

### b) Origine des touristes

**Question posée : Touristes étrangers : classez ces différentes nationalités par ordre croissant d'affluence dans votre office.**

*Les répondants devaient classer les nationalités de 1 à 9 selon qu'ils soient très présents (note de 1), ou très peu présents (9). On obtient ainsi un classement moyen.*

Sans surprise, la clientèle allemande est la plus représentée : elle constitue la première clientèle étrangère pour 72% des offices de tourisme (13 offices sur 19).

Les touristes transalpins et belges complètent le classement.



Position	Nationalité	Classement moyen
1	Allemands	1,5
2	Italiens	2,7
3	Belges	2,9
4	Suisses	4,7
5	Britanniques	4,9
6	Pays-Bas	5,9
7	Autre	6,7
8	Europe du Nord/Scandinavie	7,8
9	Europe de l'Est	7,8

Tableau 6 : Classement des clientèles étrangères

Le classement des nationalités étrangères est assez homogène dans l'ensemble des offices, on peut toutefois relever que :

- les touristes belges constituent la première clientèle étrangère dans les offices de Portivechju, de la Pieve di l'Ornano, de l'Oriente et de Pasquale-Paoli.
- les touristes britanniques sont mentionnés comme seconde clientèle étrangère par l'office de tourisme d'Ajaccio, conséquence de la clientèle des bateaux de croisières.
- le classement signalé par l'office de tourisme Pasquale Paoli est le plus étonnant puisque ce sont les belges, les touristes d'Europe de l'Est et les Italiens qui constituent le trio de tête.

**Question posée : Touristes français : classez ces différentes régions par ordre croissant d'affluence dans votre office.**

Les répondants devaient classer les nationalités de 1 à 13 selon qu'ils soient très présents (note de 1), ou très peu présents (13). On obtient ainsi un classement moyen.

Sans surprise, les touristes français sont majoritairement originaires des régions Auvergne-Rhône-Alpes (classés premiers par 9 OT sur 19), Île-de-France, et PACA.

Région	Classement moyen
Auvergne-Rhône-Alpes	2,5
IDF	3,3
PACA	4,3
Occitanie	5,5
Nouvelle-Aquitaine	6,2
Bretagne	6,6
Pays de la Loire	6,9
Grand Est	7,3
Hauts-de-France	8,2
Bourgogne-Franche-Comté	8,5
Normandie	9,1
Centre-Val de Loire	9,6

Tableau 7 : Classement des clientèles françaises par région d'origine

## V. LES DEMANDES D'INFORMATIONS

### a) Classement global des demandes dans les bureaux des offices

**Question posée : Classez les thèmes les plus récurrents dans les demandes de renseignements, des plus aux moins fréquentes.**

Les demandes relatives aux APN (Activités de Pleine Nature) sont les plus fréquentes et se détachent très nettement des autres propositions ; 10 répondants sur 18 les plaçant en première position.

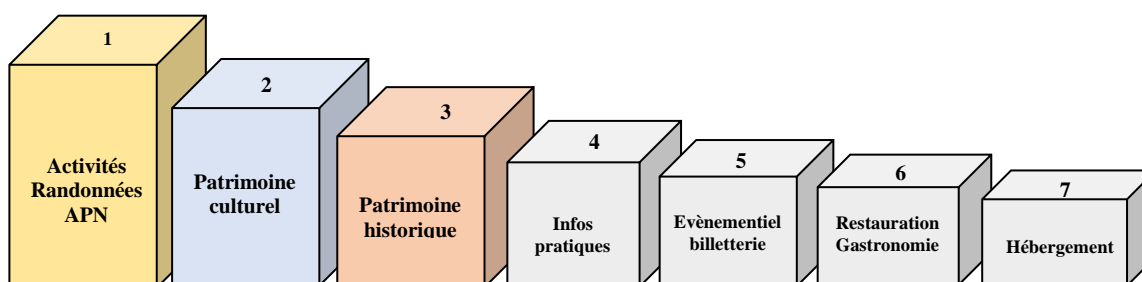
Elles sont suivies, à des niveaux quasi-semblables, par les demandes de renseignements sur le patrimoine culturel & historique, puis celles relatives au patrimoine naturel.

Comme en 2022, les demandes d'informations pratiques occupent la 4<sup>ème</sup> position.

Le thème de l'évènementiel et de la billetterie se situe en 5<sup>ème</sup> position. Ce sujet est classé second par les offices de tourisme de Bastia, du Sartonais-Valinco et de la Costa-Verde.

Suivent les sollicitations relatives à la restauration et la gastronomie.

Enfin, les demandes relatives à l'hébergement sont les moins fréquentes, et sont classées dernières en termes de fréquence par 65% des répondants (11 sur 18), ce qui vient confirmer la faible part de touristes réservant leurs logements sur place.



Graphique 2 - Classement des demandes dans les offices, des plus aux moins fréquentes.

Ce classement est cohérent avec les tendances relevées par les études menées par ADN Tourisme quant aux aspirations des français<sup>4</sup>.

En effet, en 2023, 66% des français projetaient de profiter de leurs vacances pour visiter des espaces naturels, 65% comptaient effectuer des visites de marchés et de foires, et 56% avaient l'intention de visiter des sites patrimoniaux et historiques.

<sup>4</sup> <https://www.adn-tourisme.fr/de-bonnes-perspectives-pour-le-tourisme-francais-cet-ete-marque-par-la-confirmation-du-retour-des-clienteles-internationales/>

## b) Focus sur les demandes d'activités et les APN

**Question posée : Classez les demandes relatives aux activités, des plus aux moins fréquentes.**

Position	Type d'activités
1	Randonnée et promenades en montagne
2	Promenades et sorties en mer, location de bateaux ...
3	Sports de rivière : Canyoning, Kayak, ...
4	Activités nautiques : paddle, surf, kitesurf, scooter des mers, engins tractés, ...
5	Activités type Via Ferrata, Accrobranche, ...
6	Plongée sous-marine
7	Sports extrêmes : escalade, parachutisme, parapente ...

Tableau 8 : Classement des demandes relatives aux activités

Parmi les activités de loisirs, les demandes portant sur les randonnées et promenades occupent à nouveau la première place en 2023. Elles précèdent les recherches d'informations relatives aux sorties en mer et à la location de bateaux. Les sports de rivière comme le canyoning ou le kayak viennent en 3<sup>ème</sup> position.

Hormis quelques variations liées à la géographie et à l'offre sur certains territoires (canyoning et kayak en Alta-Rocca, promenades en mer à Ajaccio et Bonifacio, ...), ce classement des demandes relatives aux activités et aux APN reste inchangé par rapport à 2022 et on ne constate pas de nouvelles tendances.

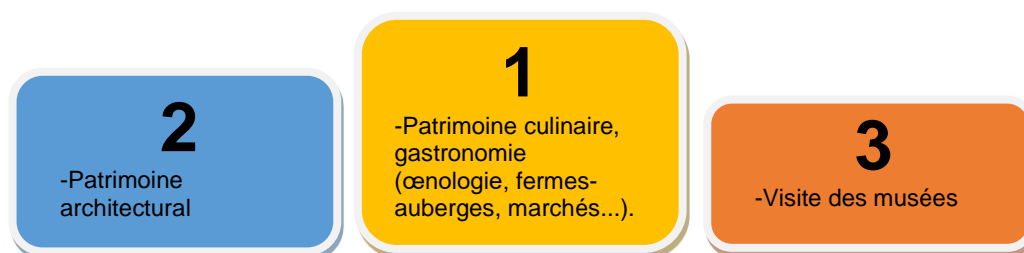
## c) Focus sur les demandes liées au patrimoine culturel et historique

**Question posée : Classez les demandes relatives au patrimoine culturel et historique, des plus aux moins fréquentes.**

A l'inverse des deux chapitres précédents, le classement de ces demandes est très variable d'un territoire à l'autre.

Les demandes liées au patrimoine culinaire, à la gastronomie (œnologie, fermes-auberges, marchés...) sont les plus fréquentes, mais cela reste disparate selon les régions.

La découverte du patrimoine architectural est une demande en hausse si l'on se réfère aux années précédentes, et la visite des musées reste une occupation très recherchée.



Graphique 3 - Classement des demandes relatives au patrimoine culturel et historique.

Dans son enquête sur le profil des vacanciers réalisée en 2022<sup>5</sup> l'Observatoire relevait également un attrait important des touristes pour les richesses du terroir, qu'elles soient gastronomiques, culturelles ou patrimoniales, ces deux derniers thèmes constituant les deux principales « activités payantes » pratiquées à la fois par les Français et les étrangers.

<sup>5</sup> Cf. <https://www.corsica-pro.com/fr/observatoire/etudes/les-cahiers-de-lobservatoire/>

#### d) La question environnementale

**Question posée : Constatez-vous une évolution notable liée aux considérations écologiques et environnementales ?**

En 2022, les réponses à cette question n'allaient pas dans le sens d'un bouleversement des comportements. En 2023, il semble y avoir un léger changement sur ce sujet puisqu'une majorité de répondants (12 sur 19) constatent une évolution positive.

Évolution quant aux considérations écologiques et environnementales ?	OUI	NON	NSP
2022	7	6	4
2023	12	3	4

Tableau 9 : Évolution quant aux considérations écologiques et environnementales

Cette tendance est confirmée par les études menées par ADN Tourisme quant aux aspirations des français. En effet, en 2023, 23% des français qui partaient en vacances déclaraient vouloir séjourner de manière responsable (pratique du tri, respect des sites, hébergements éco-labelisés).

De même, l'étude menée sur le suivi des aspirations des Français en matière de tourisme<sup>6</sup> montrent qu'ils sont effectivement de plus en plus vigilants à l'impact de leur comportement sur l'environnement.

#### e) Évolutions des demandes et des besoins des touristes

**Question posée : Quelles sont les évolutions notables concernant les demandes et besoin des visiteurs ?**

Au travers des réponses fournies par les Offices de Tourisme, deux tendances se dessinent :

- Au-delà d'un tourisme toujours fortement basé sur le patrimoine naturel et notamment les plages et le farniente, les touristes s'inscrivent dans une optique de séjour basé sur l'authenticité, avec davantage de sens et de contenu ;
- Les touristes sont désireux de découvrir une culture, un patrimoine pour donner du sens à leurs vacances. Ainsi, la culture et le patrimoine, les productions locales et l'artisanat sont très présents dans les demandes des vacanciers.

Tout ceci est en phase avec ce qui est constaté au niveau national, et notamment dans les études mentionnées plus haut <sup>7 8</sup> de suivi et de mesure des tendances des aspirations des Français en matière de vacances.

<sup>6</sup> Cf. <https://www.adn-tourisme.fr/les-nouvelles-aspirations-des-francais-pour-leurs-vacances-mars-2023/>

<sup>7</sup> Cf. <https://www.adn-tourisme.fr/les-nouvelles-aspirations-des-francais-pour-leurs-vacances-mars-2023/>

<sup>8</sup> <https://www.adn-tourisme.fr/de-bonnes-perspectives-pour-le-tourisme-francais-cet-ete-marque-par-la-confirmation-du-retour-des-clienteles-internationales/>

## VI. CONCLUSION

En 2023, un million de touristes se sont rendus dans les bureaux des offices de tourisme pour y être conseillés. Ce volume reste stable par rapport à 2022.

La hausse importante de fréquentation au mois d'octobre 2023 est à noter et conforte les données allant dans le sens d'une bonne arrière-saison touristique.

Quatre offices de tourisme (Bunifaziu, Paesi d'Aiacciu, Alta-Rocca, Sartinesu-Valincu-Taravu), accueillent plus de la moitié des vacanciers en recherche d'informations touristiques

Les touristes étrangers, majoritairement allemands et italiens, représentent 20% de la fréquentation des offices et l'origine régionale des clientèles françaises reste inchangée par rapport à 2022 avec un podium toujours représenté par l'Auvergne-Rhône-Alpes, l'Île de France et la région PACA.

Comme les années précédentes, les demandes portent essentiellement sur les activités de pleine nature, le patrimoine culturel et naturel.

Les touristes manifestent des besoins de séjour au plus près de la nature, en lien avec le patrimoine historique de l'île, avec une recherche de tranquillité, d'authenticité et de sens.

Enfin, les visiteurs semblent avoir initié des changements de comportements quant à l'écologie et à l'environnement, les prochaines études qui seront menées permettront de savoir si cela s'inscrit dans la durée.