

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #33

ANALYSE CONCURENTIELLE DU
TOURISME DANS LES ILES BALEARES

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #33

ANALISI DI U SETTORE TURISTICU IND'È
L'ISULE BALEARI

ÉDITION **2026**



Table des matières

1.	Table des illustrations	3
2.	Contexte et objectifs.....	4
3.	Chiffres-clés du tourisme aux Baléares	5
4.	Profil général des Baléares	6
4.1.	DONNEES GEOGRAPHIQUES, DEMOGRAPHIQUES, INSTITUTIONNELLES	6
4.1.1.	<i>La géographie.....</i>	6
4.1.2.	<i>La population.....</i>	6
4.1.3.	<i>Les institutions.....</i>	7
4.2.	ECONOMIE REGIONALE ET PLACE DU TOURISME	8
4.3.	LES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT	9
4.3.1.	<i>Les données aéroportuaires</i>	10
4.3.2.	<i>Les données portuaires.....</i>	17
4.3.3.	<i>Les croisières</i>	18
4.4.	NAISSANCE ET EVOLUTION DU MODELE TOURISTIQUE DES BALEARES	19
4.4.1.	<i>Naissance du tourisme aux Baléares (fin XIXe – années 1950)</i>	19
4.4.2.	<i>L'essor du tourisme de masse (1960-1990)</i>	19
4.4.3.	<i>Les années 1990 : crise du modèle et tentatives de régulation</i>	20
4.4.4.	<i>Vers une diversification et une durabilité (2000 à nos jours).....</i>	21
4.4.5.	<i>Analyse du modèle touristique des Baléares à travers le modèle du cycle de vie de Butler (1980).....</i>	22
4.5.	AXES PRINCIPAUX DE LA STRATEGIE DE LA PROMOTION TOURISTIQUE	24
5.	Analyse structurelle de l'offre touristique aux Iles Baléares.....	25
5.1.	TYPLOGIE DES HEBERGEMENTS	25
5.2.	CAPACITES D'ACCUEIL	26
5.2.1.	<i>Les hébergements collectifs.....</i>	26
5.2.2.	<i>Capacité en lits touristiques des meublés.....</i>	28
5.3.	L'ACTIVITE AGRITOURISTIQUE	28
6.	Analyse de la demande touristique	29
6.1.	FREQUENTATION TOURISTIQUE	30
6.2.	DYNAMIQUE ANNUELLE ET VARIATIONS SAISONNIERES	32
6.3.	PROFILS ET COMPORTEMENTS DES VISITEURS	36
6.3.1.	<i>Profil des touristes selon les activités pratiquées.....</i>	36
6.3.2.	<i>Une demande qui évolue.....</i>	38
7.	Tourisme durable : défis et stratégies	41
7.1.	7.1. CONTEXTE ET ENJEUX	41
7.2.	UNE STRATEGIE DE TRANSFORMATION RENFORCEE APRES LA CRISE SANITAIRE	42
7.3.	LES INSTRUMENTS CLES DE LA POLITIQUE DE DURABILITE.....	42
8.	Bilan stratégique.....	44
8.1.	ÎLES BALEARES – SWOT TOURISTIQUE	44
8.2.	CORSE – SWOT TOURISTIQUE.....	45
8.3.	COMPARAISON SYNTHETIQUE	46
9.	Conclusion	47
10.	Bibliographie.....	48

Table des illustrations

FIGURE 1: CHIFFRES CLES DU TOURISME AUX ILES BALEARES EN 2024.....	5
FIGURE 2: CARTE DES ILES BALEARES (CLUB DES VOYAGES)	6
FIGURE 3: DONNEES ECONOMIQUES BALEARES VS. CORSE	8
FIGURE 4: DONNEES DEMOGRAPHIQUES ET TOURISTIQUES BALEARES VS. CORSE	9
FIGURE 5: PRINCIPAUX AEROPORTS DE L'ARCHIPEL DES BALEARES	11
FIGURE 6: ARRIVEES DE PASSAGERS AERIENS AUX ILES BALEARES VENTILEES PAR ANNEE ET PAR PAYS D'ORIGINE (2018-2024), AETIB.....	12
FIGURE 7: REPARTITION DES ARRIVEES PAR AVION PAR REGION (2024)	13
FIGURE 8: PRINCIPALES ARRIVEES PAR VOLS EN FONCTION DES ILES (2024)	13
FIGURE 9: EVOLUTION DU NOMBRE DE PASSAGERS PAR AEROPORTS	14
FIGURE 10: CAPACITE ET CONNECTIVITE AERIEENNE DE MAJORQUE EN 2024 (MABRIAN).....	14
FIGURE 11: CAPACITE AERIEENNE VERS MAJORQUE DEPUIS LES PRINCIPAUX POINTS D'ORIGINE EN 2024 (MABRIAN)	15
FIGURE 12: CONNECTIVITE AERIEENNE DES COMPAGNIES AVEC MAJORQUE EN 2024 (MABRIAN).....	15
FIGURE 13: CONNECTIVITE AERIEENNE DE L'AEROPORT DE MAJORQUE AVEC LES AUTRES AEROPORTS DU MONDE EN 2024 (MABRIAN)	15
FIGURE 14: RECHERCHES DE VOLS VERS LA CORSE (MABRIAN).....	16
FIGURE 15: RECHERCHES DE VOLS VERS MAJORQUE (MABRIAN)	16
FIGURE 16: REPARTITION DES RECHERCHES DE VOLS A DESTINATION DE MAJORQUE EN FONCTION DES PRINCIPAUX MARCHES EMETTEURS EN 2024 (MABRIAN)	16
FIGURE 17: ARRIVEES DE PASSAGERS DE LIGNES MARITIMES REGULIERES DANS LES PORTS DES ILES BALEARES (2017-2023), AETIB.....	17
FIGURE 18: ETAPES DE LA CROISSANCE TOURISTIQUE AUX BALEARES (FURT, SEGUI LLINAS, 2024)	22
FIGURE 19: ANALYSE DU CYCLE DE VIE D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE (BUTLER, 1980)	23
FIGURE 20 : EVOLUTION DES BALEARES SELON LE CYCLE DE VIE DE LA DESTINATION	23
FIGURE 21: TYPOLOGIE D'HEBERGEMENT ESPAGNE VS. FRANCE	26
FIGURE 22: REPARTITION DES LITS TOURISTIQUES EN FONCTION DES CATEGORIES D'HEBERGEMENT (2024, D'APRES AETIB).....	26
FIGURE 23: CAPACITE D'ACCUEIL DES HEBERGEMENTS MARCHANDS COLLECTIFS EN CORSE ET AUX BALEARES	27
FIGURE 24: REPARTITION DE LA CAPACITE HOTELIERE EN CORSE ET AUX BALEARES	27
FIGURE 25: ANALYSE CHRONOLOGIQUE DU DEVELOPPEMENT DE L'AGRITOURISME AUX ILES BALEARES.....	29
FIGURE 26: ARRIVEES DE TOURISTES PAR ILES ET PAR PROVENANCE (AETI, 2024)	30
FIGURE 27: ARRIVEES DE TOURISTES PAR ILES EN 2024 (AETIB).....	31
FIGURE 28: ARRIVEES DE TOURISTES A MAJORQUE EN FONCTION DU LIEU DE RESIDENCE EN 2024 (AETIB)	31
FIGURE 29: ARRIVEES DE TOURISTES A MINORQUE EN FONCTION DU LIEU DE RESIDENCE EN 2023 (AETIB)	31
FIGURE 30: ARRIVEES DE TOURISTES A IBIZA-FORMENTERA EN FONCTION DU LIEU DE RESIDENCE EN 2024 (AETIB).....	31
FIGURE 31: ARRIVEES DE TOURISTES AUX ILES BALEARES EN FONCTION DU LIEU DE RESIDENCE EN 2024 (AETIB)	31
FIGURE 32: TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS AUX BALEARES 2018-2020 (AETIB)	33
FIGURE 33: EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS AUX BALEARES 2023-2024 (AETIB)	33
FIGURE 34: EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS A MAJORQUE 2023-2024 (AETIB) ..	34
FIGURE 35: EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS A MINORQUE 2023-2024 (AETIB) ..	34
FIGURE 36: EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS A IBIZA 2023-2024 (AETIB).....	35
FIGURE 37: EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION MOYEN (%) DES HOTELS A FORMENTERA 2023-2024 (AETIB)	35
FIGURE 38: EVOLUTION DES TAUX D'OCCUPATION MOYENS DES HOTELS BALEARES VS CORSE 2028-2024 (D'APRES INSEE ET AETIB).....	36
FIGURE 39: REPARTITION DES TOURISTES PAR TRANCHE D'AGE ET PAR DESTINATION 2024 (MABRIAN).....	40
FIGURE 40: INDICES DE SATISFACTION DANS LES DIFFERENTES DESTINATIONS 2024 (MABRIAN).....	41
FIGURE 41: ANALYSE SWOT TOURISTIQUE DES BALEARES.....	44
FIGURE 42: FIGURE 31: ANALYSE SWOT TOURISTIQUE DE LA CORSE	45

1. Contexte et objectifs

Le tourisme constitue aujourd'hui l'un des principaux moteurs économiques des territoires insulaires méditerranéens. Qu'il s'agisse de la Corse, des Baléares, de la Sardaigne ou de la Crète, ces espaces partagent une même tension entre attractivité touristique et fragilités structurelles. L'intensité des flux, leur forte saisonnalité, la pression sur les ressources naturelles et l'impact sur les populations locales font du tourisme un objet d'analyse complexe, au croisement de l'économie, de l'aménagement du territoire et de la durabilité.

Dans ce contexte, comprendre les trajectoires et les modèles de développement de territoires comparables à la Corse apparaît comme un enjeu stratégique majeur.

C'est dans cette perspective qu'a été réalisée cette étude consacrée au tourisme des îles Baléares. Elle s'inscrit dans la volonté de l'Observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse d'approfondir toujours plus, la connaissance des territoires concurrents, afin d'éclairer les orientations stratégiques futures en matière de positionnement, de structuration de l'offre et de gouvernance touristique.

Cette étude repose sur l'exploitation croisée de données internes, acquises par l'Agence du Tourisme de la Corse (comme celles issues de la plateforme Mabrian...) et de données externes issues de diverses sources de statistiques institutionnelles des Baléares.

L'intérêt porté aux Baléares repose sur plusieurs raisons. Ce territoire, emblématique du tourisme méditerranéen, illustre à la fois la réussite d'un modèle économique basé sur l'attractivité internationale et les limites d'une croissance touristique intensive. Souvent présentées comme un terrain d'observation privilégié des effets socio-économiques du tourisme de masse, les îles Baléares constituent une source d'enseignements pertinente pour les territoires touristiques confrontés à des enjeux similaires, notamment ceux qui mettent en œuvre des politiques de tourisme durable.

L'approche adoptée se veut à la fois analytique et comparative. Elle vise à comprendre comment se structure le système touristique baléaire, son environnement socio-économique, la formation de l'offre et l'évolution de la demande, mais aussi à dégager les enseignements et pratiques applicables à la Corse.

Cette étude ne se limite pas à une simple observation descriptive. Elle s'inscrit dans une démarche de connaissance visant à mieux comprendre les mécanismes de réussite et les défis du tourisme baléaire pour nourrir la réflexion sur le positionnement du tourisme en Corse.

2. Chiffres-clés du tourisme aux Baléares 2024



Figure 1: Chiffres clés du tourisme aux Iles Baléares en 2024

3. Profil général des Baléares

3.1. Données géographiques, démographiques, institutionnelles

3.1.1. La géographie

Situées au cœur de la méditerranée occidentale, les Iles Baléares constituent un archipel de cinq îles principales regroupées en deux groupes :

- d'un côté les îles Gymésies composées de Majorque, Minorque et Cabrera ;
- de l'autre côté, les îles Pityuses composées d'Ibiza et Formentera.



Figure 2: Carte des Iles Baléares (Club des Voyages)

Les Baléares bénéficient d'un climat méditerranéen typique, marqué par des étés chauds et secs et des hivers doux et humides.

3.1.2. La population

L'archipel des Baléares compte environ **1,2 million d'habitants**, dont 80% vivent sur l'île de Majorque, principalement à Palma, la capitale. Les autres îles présentent des populations plus modestes : Ibiza abrite environ 160 000 habitants, Minorque en compte 95 000, tandis que Formentera en accueille environ 12 000. Cabrera, classée réserve naturelle, est quant à elle inhabitée. La densité de population est

particulièrement élevée à Majorque et Ibiza, où se concentrent les principaux pôles urbains et touristiques.

Au cours des dernières décennies, les Baléares ont connu une forte croissance démographique, largement portée par le développement du tourisme et une immigration soutenue, tant nationale qu'européenne, notamment allemande et britannique dans un premier temps, puis est apparue une immigration en provenance d'Amérique du Sud et du Maroc. Aujourd'hui aux Baléares les Marocains représentent la première nationalité étrangère. Cette dynamique n'est pas nouvelle : dès les années 1960, le passage d'une économie fondée sur le secteur primaire à un modèle centré sur le tourisme avait déjà entraîné une hausse notable de la population.

Entre 2000 et 2023, la population des Baléares a augmenté de 43 %, soit plus du double de la moyenne nationale espagnole (18,7 %), selon l'Institut national de la statistique espagnol (INE). Il s'agit de la plus forte croissance enregistrée parmi les communautés autonomes du pays. Cette évolution est principalement due à un solde migratoire très positif, car le solde naturel, pénalisé par une faible natalité, est l'un des plus bas d'Espagne.

Ce phénomène s'inscrit dans un contexte plus large : longtemps pays d'émigration, l'Espagne est devenue à partir de 1999 la première destination européenne des flux migratoires internationaux. Malgré une interruption temporaire durant la crise économique de 2008, la proportion de résidents étrangers est passée de 2,2 % en 2000 à 11,6 % en 2023. Aux Baléares, cette part atteint 18,8 %. Les migrants y sont attirés non seulement par les opportunités économiques, mais aussi par les aménités offertes par l'environnement insulaire : climat agréable, cadre de vie attractif, géographie, etc. (Lama & Calmaestra, 2024).

Selon les projections de l'INE, cette dynamique pourrait se poursuivre dans les prochaines décennies : la population des Iles Baléares pourrait croître encore de 21% entre 2024 et 2074.

La Corse connaît une évolution démographique assez similaire mais dans des proportions beaucoup moins fortes. En effet, la population insulaire augmente depuis 2015 de 1% par an, exclusivement grâce à un solde migratoire positif, le solde naturel étant négatif depuis 2013. Ainsi en 2025, la population corse s'établit à 360 200 habitants, soit 32 900 habitants supplémentaires depuis 2015.

3.1.3. *Les institutions*

Les Iles Baléares forment l'une des 17 communautés autonomes d'Espagne depuis 1983, année de l'adoption de leur statut d'autonomie¹. Il s'agit d'une province unique, dont la capitale régionale est Palma de Majorque, principale ville de l'archipel.

¹ L'Espagne est un Etat décentralisé, composé de 17 communautés autonomes et de deux villes autonomes (Ceuta et Melilla). Ces entités territoriales disposent d'une autonomie politique et administrative, encadrée par la Constitution de 1978 et par leur propre statut d'autonomie. Ce texte fondamental définit leur organisation, leur gouvernement ainsi que l'étendue de leurs compétences.



Sur le plan institutionnel, la région dispose de plusieurs organes de gouvernance. Le Parlement des Baléares (*Parlament de les Illes Balears*) exerce le pouvoir législatif, tandis que le Conseil de gouvernement, dirigé par un président élu, détient le pouvoir exécutif. A cela s'ajoutent les conseils insulaires (*consells insulars*) de Majorque, Minorque, Ibiza et Formentera, qui disposent de compétences propres pour gérer les affaires spécifiques à chaque îles.

L'autonomie régionale permet aux Baléares de gérer directement plusieurs domaines clés tels que l'éducation, la santé, la culture, l'urbanisme et, partiellement le tourisme.

3.2. Economie régionale et place du tourisme

Les Iles Baléares figurent parmi les régions les plus dynamiques d'Espagne. Leur PIB (42 milliards d'euros) a progressé de 4% en 2024, dépassant la moyenne nationales (3,2%). Cette croissance soutenue s'explique principalement par la reprise du tourisme (CaixaBank Research).

L'économie des îles Baléares est largement dominée par le secteur tertiaire, en particulier le tourisme, qui représente en 2023 près de **45% du PIB régional** (Exceltur², 2024) ou 41,3% (Impactur³, 2020), alors qu'il est de 12,8% pour l'ensemble de l'Espagne.

Cette hyperspécialisation permet de dégager un revenu par habitant de 34 381€ contre 29 260€ en Corse (Insee, 2022). Malgré cela, le tourisme fait face à un rejet de plus en plus marqué. Point que nous aborderons plus loin dans ce document.

	Baléares ⁴	Corse
PIB	42 Mds€	10,3 Mds€
PIB/habitant	34 380 €	29 300 €
Chômage	8,2%	6,4%
Emplois	530 000 ⁵	143 000
Part de l'emploi touristique dans l'emploi total	41,6%	12%

Figure 3: Données économiques Baléares vs. Corse

Le nombre d'emplois lié à l'activité touristique en 2019 est de 219 469, soit 41,6% de l'emploi total régional (Impactur, 2020). Cependant, le secteur touristique peine à intégrer durablement la population résidente et s'appuie de plus en plus sur une main-d'œuvre immigrée, qu'elle soit européenne ou issue d'autres régions du

² Exceltur (Alliance pour l'Excellence Touristique) est une association à but non lucratif formée par plus de 30 des plus importantes entreprises touristiques d'Espagne issues de divers secteurs (transport, hébergement, agences, etc.) qui publie des analyses et promeut un tourisme compétitif et durable.
³ Impactur est une étude économique réalisée par Exceltur pour mesurer l'impact du tourisme sur l'économie régionale (PIB, emploi, fiscalité, etc.).
⁴ Source : Impactour, 2022.
⁵ Données d'emplois pour 2019.



monde (Maroc et Amérique Latine). Cette dépendance soulève des tensions, dans un territoire où les habitants ont longtemps accepté la transformation de leur environnement naturel en échange d'une promesse de croissance durable et équitablement partagée.

De par sa situation, l'archipel attire chaque année des millions de visiteurs, faisant de cette activité le principal moteur économique de la région. Cette dépendance au tourisme implique toutefois une forte saisonnalité de l'activité économique, avec une concentration des emplois sur les mois d'été.

Le secteur des services dans son ensemble — hôtellerie, restauration, commerce, transports et activités de loisirs — est complété par un secteur de la construction dynamique (8,4%), soutenu par l'essor de l'immobilier, souvent lié à la demande étrangère de résidences secondaires.

L'agriculture et la pêche (2 à 3%), bien que minoritaires dans le tissu économique, jouent encore un rôle local, notamment dans les zones rurales de Majorque et Minorque. On y cultive principalement des oliviers, des amandiers, de la vigne et des agrumes. La production viticole, en particulier, connaît un renouveau avec des vins locaux reconnus.

Enfin, les Baléares bénéficient de compétences régionales en matière de santé, d'éducation, de culture et d'urbanisme, ce qui permet un certain ancrage de l'emploi public dans les institutions locales.

	Baléares	Corse
Nombre d'habitants	1.2 M.	343 700
Superficie	5 040 km ²	8 722 km ²
Part du tourisme dans le PIB	45%	39% ⁶
Dépense touristique	22,4 Mds d'€	2,7 Mds d'€
Nombre de touristes/an	18 M.	3 M.
Touristes/habitant	150	8.7
Densité touristique	3 571 touristes/km ²	344 touristes/km ²

Figure 4: Données démographiques et touristiques Baléares vs. Corse

3.3. Les infrastructures de transport

La structure du trafic de passagers diffère nettement entre les Baléares et la Corse, principalement sous l'effet du poids du tourisme. En 2024, les Baléares ont enregistré environ 53 millions de passagers (aériens et maritimes confondus), soit près de 6,6 fois plus que la Corse, qui en a accueilli 8,3 millions.

⁶ En 2027 l'Insee a évalué la consommation touristique équivalent à 39% du PIB en Corse. Cf. Insee Analyse Corse, décembre 2021.

Le transport aérien domine largement aux Baléares, représentant **87% du trafic total**, reflet d'une forte orientation internationale.

A l'inverse, la Corse présente une répartition plus équilibrée entre les deux modes de transport, bien que l'aérien soit désormais légèrement majoritaire : 52% par avion contre 48% par bateau.

Note méthodologique – Données « passagers »

Les données sur les passagers mentionnés dans ce rapport comprennent l'ensemble des flux aériens et maritimes, en arrivées et départs confondus, conformément aux usages statistiques des opérateurs (AENA pour les aéroports, Autoridad Portuaria de Baleares pour les ports).

Chaque déplacement d'un passager (à l'arrivée ou au départ) est comptabilisé individuellement, ce qui signifie qu'un aller-retour représente deux passagers dans les statistiques.

*Il convient également de distinguer les **passagers des lignes régulières** (ferries, vols commerciaux) et les **passagers de croisières**, comptabilisés à part car il s'agit de flux touristiques ponctuels, sans embarquement local permanent.*

3.3.1. Les données aéroportuaires

3.3.1.1. Les infrastructures aéroportuaires

Les aéroports des Baléares ont vu transiter près de 47 millions de passagers en 2024, confirmant leur statut de hub aérien de premier plan en Méditerranée. La Corse dispose quant à elle de quatre aéroports pour un peu plus de 4 millions de passagers transportés.

Les Iles Baléares sont desservies par trois aéroports principaux :

- **Palma de Majorque** (Son Sant Joan) : avec 33 millions de passagers transportés en 2024, il est le troisième plus grand aéroport d'Espagne.
- **Mahó-Mahón à Minorque** : 4,1 millions de passagers.
- **Ibiza** : 9 millions de passagers.

Formentera n'a pas d'aéroport propre, mais les visiteurs peuvent arriver à Ibiza et prendre un ferry pour Formentera.

Ces plateformes sont gérées par l'AENA (*Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea*), l'entreprise publique espagnole chargée de l'exploitation des aéroports à l'échelle nationale. Elles sont intégrées dans un réseau aéroportuaire unifié, ce qui garantit une gestion centralisée des infrastructures, des normes de sécurité et de services.

Les aéroports des Baléares figurent parmi les principaux hubs aériens méditerranéens, grâce à un trafic international intense largement porté par le tourisme.

À la différence d'autres territoires insulaires comme la Corse, le modèle Baléaire repose sur une **ouverture totale à la concurrence** : aucune ligne n'est subventionnée et il n'existe pas de régulation tarifaire directe. Les compagnies aériennes fixent librement leurs tarifs et leurs fréquences, selon les règles du marché.

Ce fonctionnement libéralisé, adossé à une forte demande touristique, permet aux aéroports de l'archipel d'être rentables, dynamiques et bien connectés, sans intervention financière directe de l'État ou de la région.

Pour aller plus loin...

Aux Baléares, il n'existe pas de régulation directe des tarifs des vols commerciaux, mais les résidents bénéficient d'une aide publique spécifique. Une **réduction de 75%** sur le prix des billets d'avion et de bateau est accordée pour leurs déplacements vers la péninsule espagnole. Cette subvention, financée par l'Etat espagnol dans le cadre du **principe de continuité territoriale**, s'applique uniquement aux personnes résidant légalement dans l'archipel.



Figure 5: Principaux aéroports de l'archipel des Baléares

3.3.1.2. Le trafic de passagers aériens

En 2024, le nombre d'arrivées par avion sur l'ensemble de l'archipel des Baléares est de 23 millions, soit une augmentation de 6% par rapport à 2023.

Ces vols proviennent principalement d'Espagne (32%), d'Allemagne (23%), du Royaume-Uni (18%) et dans une moindre mesure de France (5%).

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	%
Espagne	5 979 807	6 273 393	2 753 260	4 406 928	6 637 622	7 258 449	7 485 522	32%
Europe	14 165 753	14 230 119	1 881 166	6 422 272	13 633 228	14 714 291	17 482 975	68%
Allemagne	5 311 823	5 385 495	876 548	2 670 494	4 807 950	4 951 671	5 378 414	23%
Autriche	319 073	358 682	35 136	160 201	359 386	394 822	414 141	2%
Belgique	219 350	221 662	34 844	150 253	221 680	241 793	268 534	1%
Bulgarie	7 655	7 352	2 551	4 678	15 032	15 139	17 966	0%
Danemark	304 388	245 271	22 495	157 548	276 175	282 640	289 095	1%
Slovaquie	19 654	13 538	1 514	8 088	17 833	21 351	25 820	0%
Slovénie	3	21	3	228	5	251	58	0%
Estonie	615	1 320	6	13	475	22	2 479	0%
Finlande	69 897	56 583	913	4 948	24 967	31 261	37 681	0%
France	625 391	667 870	176 403	568 181	907 750	1 008 969	1 075 695	5%
Grèce	434	3 817	197	799	2 711	9 270	12 948	0%
Hongrie	13 603	20 758	4 779	18 269	44 994	41 906	44 929	0%
Irlande	150 674	179 181	6 467	44 700	218 175	230 344	254 206	1%
Islande	2 443	323	1	12	2 604	2 553	2 584	0%
Italie	785 248	795 646	126 644	345 491	895 928	951 866	972 620	4%
Letonie	3 515	6 648	36	3 020	3 599	4 555	4 645	0%
Lituanie	15 272	13 268	1 142	7 843	8 119	12 934	15 658	0%
Luxembourg	57 917	63 143	19 687	59 408	90 187	98 706	102 222	0%
Malte	147	1 112	15	83	106	268	1 656	0%
Norvège	195 318	149 240	2 418	9 995	152 276	156 500	169 299	1%
Pays Bas	578 204	574 874	99 129	407 384	559 521	610 974	602 074	3%
Pologne	142 293	125 852	40 380	101 963	162 792	223 900	279 863	1%
Portugal	77 196	92 195	10 433	50 704	136 652	204 719	201 413	1%
Royaume-Uni	4 215 492	4 261 753	272 260	1 078 694	3 754 421	4 122 572	4 298 341	18%
République Tchèque	66 491	71 872	11 531	47 444	81 447	97 010	9 204	0%
Roumanie	11 404	13 070	3 325	17 181	31 097	40 320	38 848	0%
Suède	373 983	307 626	26 909	107 519	223 724	222 650	271 799	1%
Suisse	598 228	591 910	105 392	397 115	633 579	735 299	780 924	3%
Chypre	42	37	8	16	43	25	74	0%
Autres	104 606	136 743	8 167	11 669	29 869	59 790	199 095	1%
TOTAL	20 250 166	20 640 255	4 642 593	10 840 869	20 300 719	22 032 530	23 257 817	100%

Figure 6: Arrivées de passagers aériens aux Îles Baléares ventilées par année et par pays d'origine (2018-2024), AETIB⁷

L'attractivité des îles Baléares varie sensiblement comme en témoigne la répartition du trafic aérien : Majorque concentre à elle seule 72% des arrivées aériennes, loin devant Ibiza (19%) et Minorque (9%). Une domination qui s'explique en partie par sa taille mais aussi par son poids touristique bien plus important.

⁷ AETIB : Agència d'Estratègia Turística Illes Balears.

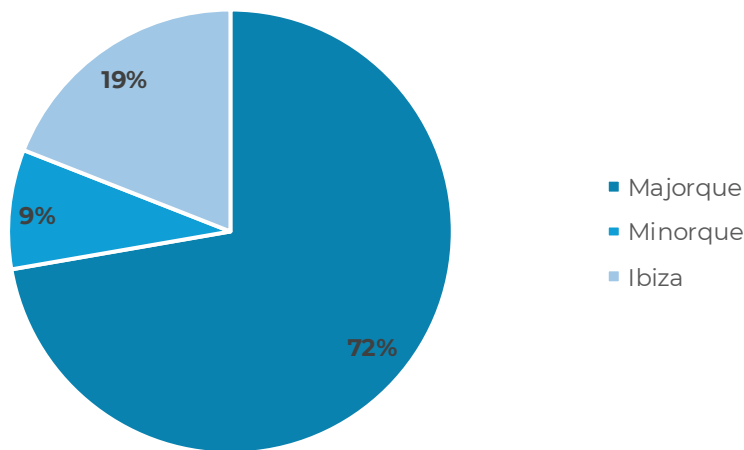


Figure 7: Répartition des arrivées par avion par région (2024)

Majorque accueille principalement des vols en provenance d'Allemagne (30%), d'Espagne (27%) et du Royaume-Uni (17%). La France arrive loin derrière, avec seulement 4% des vols.

À Minorque, les vols proviennent majoritairement d'Espagne (51%), suivie du Royaume-Uni (24%), puis dans une moindre mesure de la France (9%) et de l'Italie (6%).

Enfin, Ibiza reçoit surtout des vols en provenance d'Espagne (42%) et du Royaume-Uni (20%), suivis de l'Italie (10%), de l'Allemagne (8%) et des Pays-Bas (6%).

MAJORQUE	% VAR. 24/23	MINORQUE	% VAR. 24/23	IBIZA	% VAR. 24/23
Allemagne (30%)	+8.7%	Espagne (51%)	-1.5%	Espagne (42%)	+1.3%
Espagne (27%)	+5.1%	Royaume-Uni (24%)	+5.3%	Royaume-Uni (20%)	-0.3%
Royaume-Uni (17%)	+5.6%	France (9%)	+13.6%	Italie (10%)	+0.5%
France (4%)	+4.3%	Italie (6%)	+16.4%	Allemagne (8%)	+10.2%
				Pays-Bas (6%)	-7.6%

Figure 8: Principales arrivées par vols en fonction des îles (2024)



Pour rappel, en 2024, les aéroports des Baléares ont accueilli au total 46,6 millions de passagers, avec une progression notable par rapport à 2023 et 2019. Majorque reste en tête avec plus de 33 millions de passagers (+1,6 % vs 2023), suivi d'Ibiza avec plus de 9 millions (+3,2 %) et de Minorque avec 4,2 millions (+7 %).

	2024	Var. 2023	Var. 2019
Majorque	33 298 379	1,60%	11%
Minorque	4 172 691	7%	12%
Ibiza	9 073 223	3,20%	19,40%
TOTAL	46 554 157		

Figure 9: Evolution du nombre de passagers par aéroports

Pour aller plus loin avec les données Mabrian

Grâce aux données de la **plateforme Mabrian**, il est possible d'obtenir une analyse plus fine des flux aériens. Ces données se rapportent exclusivement à l'aéroport de de Majorque, qui concentre à lui seul 72% des arrivées aériennes, ce qui en fait un indicateur représentatif bien que partiel de la dynamique globale.

En 2024, le nombre total de sièges offerts à destination de Majorque a augmenté de près de 8% par rapport à l'année précédente, passant d'environ 17 millions de sièges à 18,3 millions. Cela indique une forte croissance de la demande ou de la capacité pour les vols vers cette destination. Les principaux marchés émetteurs sont l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni.

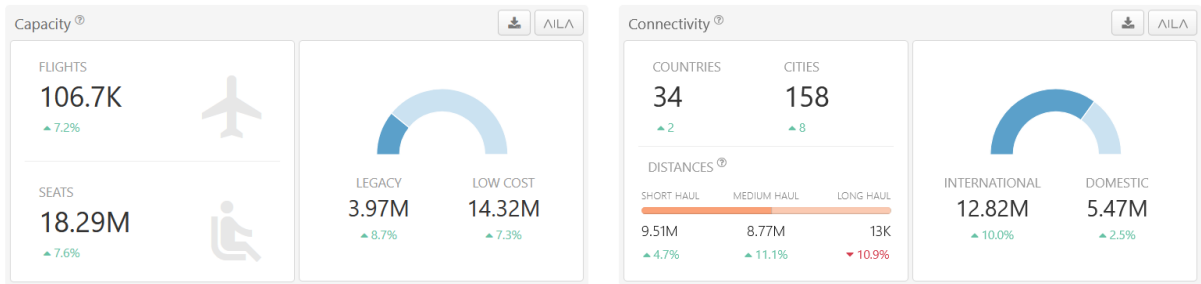


Figure 10: Capacité et connectivité aérienne de Majorque en 2024 (Mabrian)

Les compagnies aériennes à bas prix représentent une part importante des sièges entrants, avec 14,3 millions de sièges en 2024, contre 13,3 millions en 2023, soit une augmentation de 7%. Les compagnies aériennes low cost sont un acteur majeur du marché, susceptible d'attirer davantage de voyageurs soucieux de leur budget à Majorque.



	Total	Total%	YOY%
Spain	5.47M	29.9%	+2.5 % ▲
Germany	5.24M	28.7%	+12.2 % ▲
United Kingdom	3.16M	17.3%	+7.2 % ▲
France	799.2K	4.4%	+6.5 % ▲
Switzerland	724.1K	4.0%	+6.2 % ▲
Italy	436.6K	2.4%	+5.5 % ▲
Austria	378.1K	2.1%	+6.2 % ▲
Netherlands	336K	1.8%	+3.8 % ▲

Figure 12: Capacité aérienne vers Majorque depuis les principaux points d'origine en 2024 (Mabrian)

	Total	Total%	YOY%
FR - Ryanair *	4.46M	24.4%	+3.1 % ▲
EW - Eurowings *	2.39M	13.1%	+10.7 % ▲
VY - Vueling Airlines *	1.93M	10.5%	-1.9 % ▼
U2 - easyJet *	1.61M	8.8%	+12.5 % ▲
IB - Iberia	1.18M	6.5%	+9.0 % ▲
UX - Air Europa Lineas Aereas	1.15M	6.3%	-2.1 % ▼
DE - Condor Flugdienst *	901K	4.9%	+9.5 % ▲
LS - Jet2 *	774.7K	4.2%	+11.2 % ▲
TOM - TUI Airways	470.3K	2.6%	+7.3 % ▲
X3 - TUIfly	280.3K	1.5%	+18.0 % ▲
Others	3.15M	17.2%	+18.2 % ▲

Figure 11: Connectivité aérienne des compagnies avec Majorque en 2024 (Mabrian)

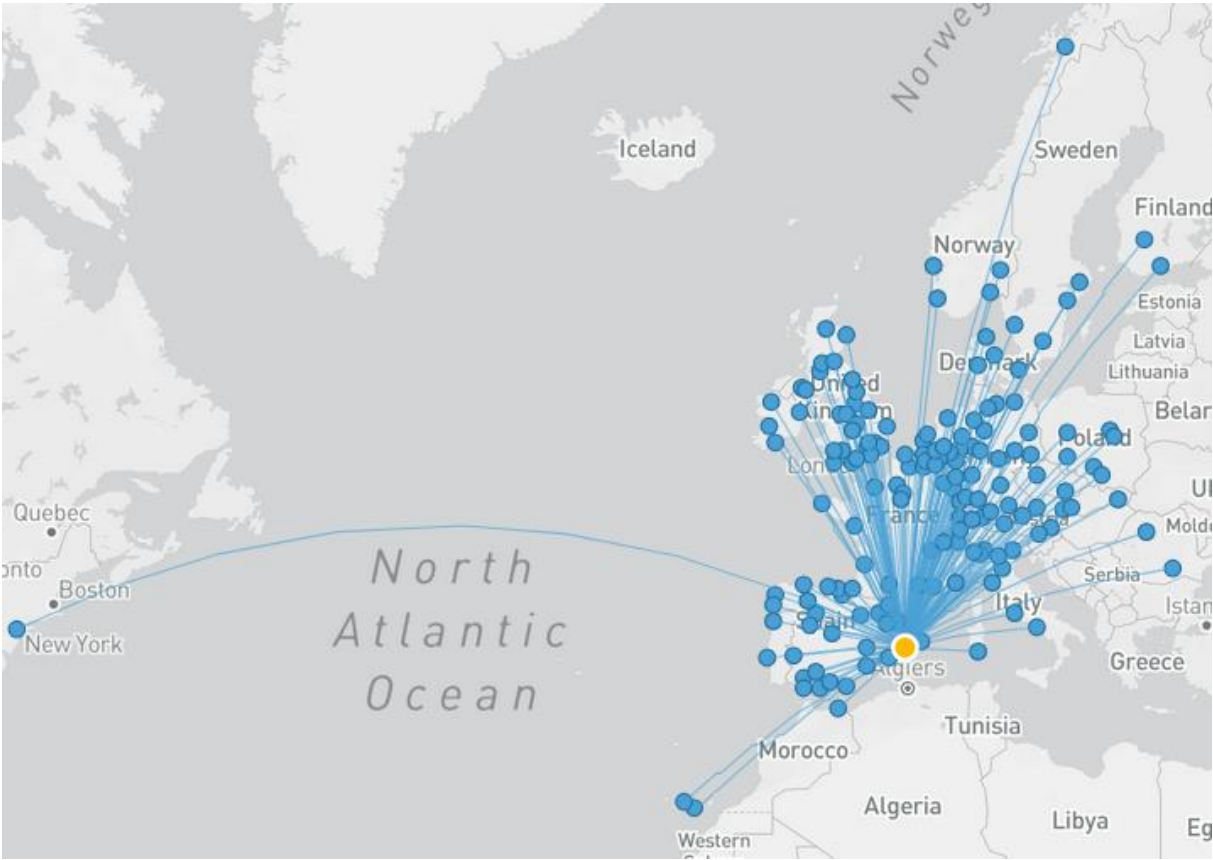


Figure 13: Connectivité aérienne de l'aéroport de Majorque avec les autres aéroports du monde en 2024 (Mabrian)

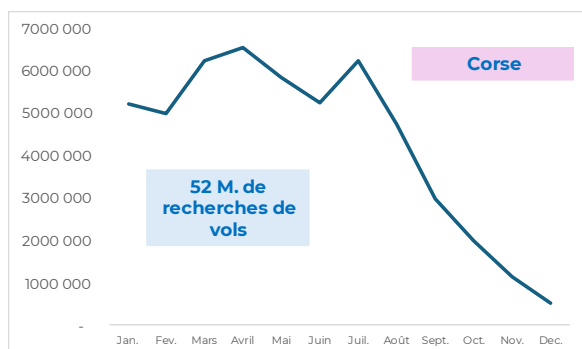


Figure 15: Recherches de vols vers la Corse (Mabrian)

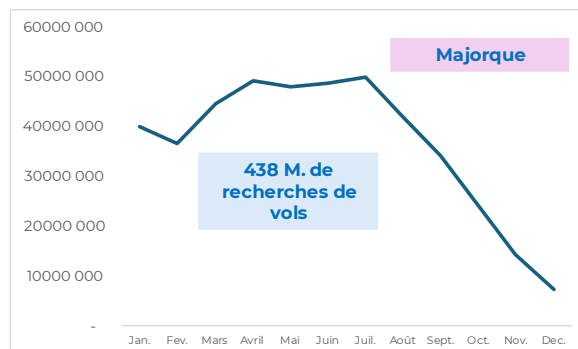


Figure 14: Recherches de vols vers Majorque (Mabrian)

En 2024, le nombre de recherches de vols à destination de Majorque atteint 438 millions, soit une hausse de 30% par rapport à 2023 (337 millions). En Corse, les recherches de vols s'élèvent à près de 52 millions en 2024, enregistrant une progression plus modérée de 5% par rapport à l'année précédente. Ainsi, le volume de recherches pour le seul aéroport de Majorque est 8,5 fois supérieur à celui des quatre aéroports corses réunis, illustrant l'écart d'attractivité entre les deux destinations.

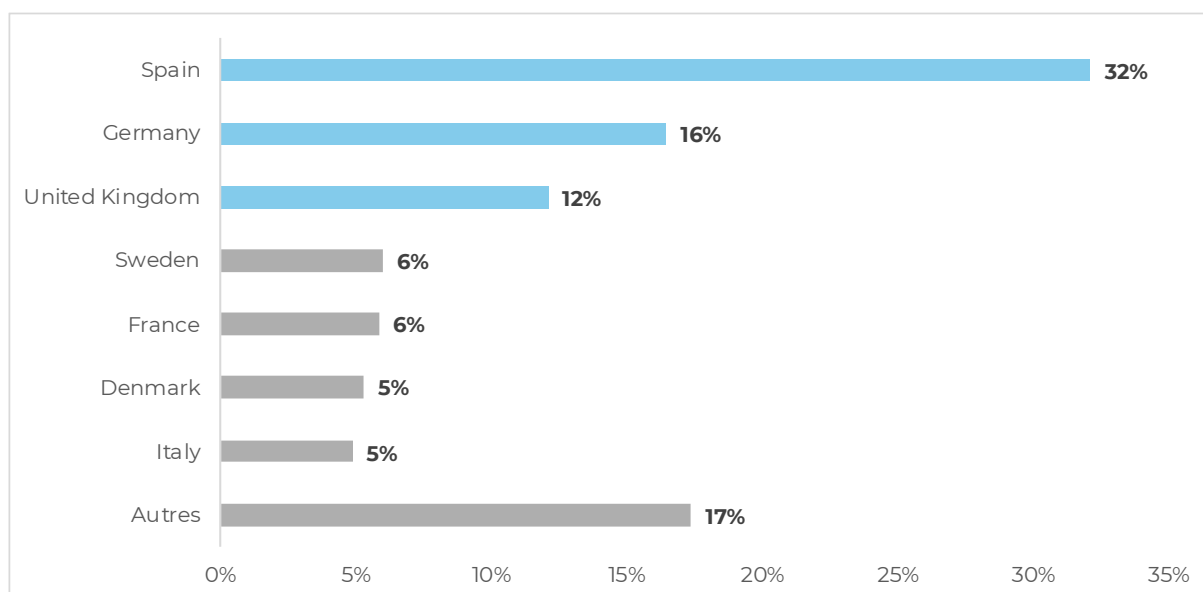


Figure 16: Répartition des recherches de vols à destination de Majorque en fonction des principaux marchés émetteurs en 2024 (Mabrian)

3.3.2. Les données portuaires

3.3.2.1. Les infrastructures portuaires

L'archipel dispose de cinq ports, Palma, Alcúdia, Maó, Ibiza, La Savina, gérés par l'État via l'Autorité portuaire des Baléares (*Autoridad Portuaria de Baleares*). Il s'agit de ports d'intérêt général, sous tutelle du Ministère des Transports (*Puertos del Estado*).

Leur fonctionnement est marchand et autonome : ils génèrent leurs propres recettes (redevances portuaires, services, concessions), sans subvention publique directe.

Contrairement aux ports de Corse, dont les lignes maritimes vers le continent français (Marseille, Toulon et Nice) font l'objet de Délégation de Service Public (DSP⁸), il n'y a pas aux Baléares de DSP : les lignes maritimes sont librement ouvertes à la concurrence, dans un cadre de libéralisation européenne.

En complément, la communauté autonome exploite 13 ports régionaux à travers *Ports de les Illes Balears* pour les activités locales (plaisance, pêche, petites lignes).

3.3.2.2. Le trafic de passagers maritimes

En 2024, le nombre total de passagers maritimes, sur l'ensemble des principaux ports de l'archipel s'élève à environ 7,5 millions (*Autoridad Portuaria de Baleares*), soit une augmentation de 1,5% par rapport à 2023.

Le nombre d'arrivées sur l'ensemble des ports des Iles Baléares s'élève à 4.1 millions. Les deux principaux ports sont Ibiza, avec 1,5 million d'arrivées enregistrées et La Savina avec 1,2 million. A eux seuls, ces deux ports comptabilisent 66% des arrivées maritimes.

PORT	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Palma	475 005	510 768	551 941	338 365	487 542	669 017	707 614	713 559
Alcúdia	197 585	267 550	253 925	136 571	222 200	267 588	301 925	311 983
Maó	67 286	59 346	70 709	45 059	53 830	66 570	60 730	66 578
Ciutadella	223 164	237 772	241 286	142 322	223 310	256 552	303 565	301 632
Eivissa	1 325 053	1 334 520	1 447 876	768 212	1 165 289	1 516 207	1 614 708	1 531 746
La Savina	1 056 782	1 105 813	1 097 401	542 578	901 268	1 069 448	1 117 560	1 185 502
TOTAL	3 399 289	3 568 716	3 663 138	1 973 107	3 053 439	3 845 382	4 106 102	4 111 000

Figure 17: Arrivées de passagers de lignes maritimes régulières dans les ports des Iles Baléares (2017-2023), AETIB

Il est intéressant de noter l'importance du port de Ciutadella⁹, longtemps considéré comme un port secondaire, en raison de son rôle saisonnier et de sa spécialisation passagers.

⁸ Rappelons que l'objectif de la DSP est d'assurer une continuité territoriale (transport régulier de passagers et de fret) avec des obligations de service, subventionnées par la puissance publique.

⁹ Le port de Ciutadella est géré par la Communauté autonome des Iles Baléares.

Mais sa montée en puissance récente (soutenue par la croissance touristique de Minorque) en fait aujourd'hui un acteur maritime majeur de l'archipel, notamment pour les liaisons inter-îles et avec Barcelone.

Depuis sa modernisation en 2011, il a connu une croissance spectaculaire, atteignant désormais des niveaux comparables aux ports principaux en nombre de passagers (plus de 300 000 arrivées à partir de 2023).

3.3.3. *Les croisières*

Les îles Baléares constituent une destination majeure pour le tourisme de croisière en Méditerranée, notamment grâce au port de Palma de Majorque, l'un des plus fréquentés d'Espagne. En 2024, l'archipel a accueilli **2,5 millions de croisiéristes** dans les 774 navires immatriculés à Palma et dans les autres ports d'Etat de l'archipel (Economia de Mallorca). Même si ce chiffre est en très légère baisse par rapport à 2023 (-0,8%) et à 2019 (qui enregistrait près de 2,7 millions de croisiéristes), cette activité reste très dynamique, reflétant l'attractivité internationale des Baléares.

Palma concentre l'essentiel du trafic, grâce à des infrastructures adaptées aux très grands navires et une intégration dans les principaux itinéraires de croisière en Méditerranée occidentale.

Les ports d'Ibiza et de Maó (Minorque) complètent l'offre avec des escales davantage orientées vers des croisières premium ou culturelles.

Toutefois, cette croissance soulève des enjeux de durabilité, notamment à Palma, où des **mesures de limitation ont été instaurées** (maximum trois navires par jour, dont un seul de grande capacité) afin de préserver les centres historiques, réduire la pression touristique et mieux concilier développement économique et qualité de vie pour les habitants.

Par comparaison, en 2023, la Corse a reçu 456 000 croisiéristes entre avril et octobre, répartis sur l'ensemble de ses ports insulaires. En 2024, le nombre de croisiéristes atteint 386 000 passagers, en baisse de 15.4% (DREAL, 2024). Le port d'Ajaccio concentre à lui seul près de 90 % de ce flux, en raison de sa spécialisation croisière et des investissements réalisés dans un môle dédié, soulignant un positionnement plus ciblé mais aussi plus restreint que celui des Baléares.

3.4. Naissance et évolution du modèle touristique des Baléares

3.4.1. Naissance du tourisme aux Baléares (fin XIXe – années 1950)

L'archipel des Baléares commence à être perçu comme une destination attrayante dès la fin du XIXe siècle. Ses premiers visiteurs sont des artistes, des écrivains, des voyageurs fortunés et des scientifiques attirés par la beauté brute de l'île, son climat tempéré et son isolement.

La création du *Fomento del Turismo de Mallorca* en 1905, transforme l'image de Majorque. Cette agence de développement touristique, précurseur du tourisme moderne, souhaite imposer Majorque non plus comme une île secrète mais comme une destination touristique pour un public plus large.

Les premiers hôtels voient le jour et des infrastructures symboliques telles que le Grand Hôtel de Palma (1903) témoignent des premières ambitions hôtelières. À cette époque, le tourisme reste un phénomène élitiste, concentré principalement durant les mois d'hiver.

Durant l'entre-deux-guerres, le tourisme restera limité, freiné notamment par les conflits politiques (guerre civile espagnole (1936), puis Seconde Guerre mondiale). Toutefois, des prémices d'organisation touristique apparaissent, notamment autour de la ville de Palma, avec quelques liaisons maritimes et les premiers vols commerciaux sporadiques.

3.4.2. L'essor du tourisme de masse (1960-1990)

C'est à partir des années 1960, que la croissance touristique devient continue, faisant des Baléares une destination spécialisée dans la monoculture touristique (M. Seguí Llinas, 2003). Le contexte international favorise cet essor : croissance économique en Europe occidentale, généralisation des congés payés, démocratisation du transport aérien (notamment avec l'arrivée des charters), et surtout l'émergence de puissants tours opérateurs, principalement britanniques et allemands.

En 1960, l'archipel accueille environ 500 000 touristes contre plus de 3 millions plus de 10 ans plus tard, marquant une transformation rapide et profonde du territoire. L'île de Majorque devient un symbole du tourisme balnéaire « industriel », avec une urbanisation accélérée de ses côtes (construction d'hôtels, appartements, complexes de loisirs, routes).

Le modèle est clairement productiviste : haute capacité d'accueil, concentration saisonnière, standardisation des services. L'activité touristique devient la principale source de revenus, provoquant des migrations internes (ruraux vers les zones littorales) mais aussi une forte immigration depuis d'autres régions d'Espagne, notamment l'Andalousie. Ce développement s'accompagne d'une mutation démographique rapide et d'un bouleversement des modes de vie locaux.

3.4.3. *Les années 1990 : crise du modèle et tentatives de régulation*

La crise économique de 1989 à 1992 agit comme un révélateur des limites structurelles du modèle touristique baléaire, jusque-là fondé principalement sur une logique de croissance quantitative. Le ralentissement des flux de visiteurs, conjugué à la montée en puissance de nouvelles destinations méditerranéennes concurrentes telles que la Tunisie ou la Turquie, mais aussi à une pression environnementale croissante, conduit à une remise en question profonde de ce modèle extensif centré sur la massification.

Dans ce contexte, les autorités régionales et locales, bénéficiant depuis 1983 d'une compétence autonome en matière de tourisme, amorcent progressivement une réorientation stratégique. Dès 1991, la promulgation de la loi 1/1991 sur les espaces naturels marque un premier tournant : elle traduit une volonté politique de protéger les zones fragiles de l'archipel et de freiner l'urbanisation anarchique du littoral. Cette inflexion est renforcée à la fin des années 1990 par une réforme urbanistique et touristique plus globale, qui vise à élever la qualité de l'offre, à intégrer des critères de durabilité et à rééquilibrer la répartition spatiale des flux touristiques sur l'ensemble du territoire insulaire.

Parallèlement, face à la saturation du parc hôtelier et à l'interdiction de construire de nouveaux hôtels à partir des années 1990, une mutation de l'offre d'hébergement s'opère. Les lits para-hôtelières, tels que les locations touristiques et résidences secondaires, prennent progressivement le relais. Ce transfert permet une hausse continue du nombre de visiteurs, sans croissance équivalente du parc hôtelier officiel. Pour tenter de contenir cette dynamique, la loi de 1/1988 impose des normes plus strictes : surface minimale de terrain par lit, exigence de piscines, et interdiction de construire des hôtels de moins de 4 étoiles¹⁰. Toutefois, cette régulation reste partiellement contournée, notamment via l'essor rapide des locations de courte durée, qui échappent en grande partie aux cadres juridiques existants.

En restreignant simultanément l'offre hôtelière et para-hôtelière organisée, les politiques publiques ont involontairement favorisé la multiplication des résidences secondaires, en particulier entre 1992 et 2001. Ces logements, souvent implantés à l'intérieur des terres, viennent satisfaire une demande touristique croissante, mais induisent de nouvelles pressions sur les infrastructures locales, notamment les réseaux de transport. Les touristes logés loin des zones côtières ont recours massivement à la voiture, ce qui aggrave la congestion routière et accroît la dégradation de certains espaces naturels sensibles.

¹⁰ Il s'agit de la loi sur les mesures transitoires d'autorisation d'établissements hôteliers et de logements touristiques (juin 1988), qui a imposé une surface minimale de terrain pour bâtir un établissement hôtelier (60m² par lit). Cette loi a également exigé que soient construites des piscines d'une surface minimum de 0.75 m² par lit, dans ces établissements. Enfin, dans un objectif de montée en gamme de l'offre, la construction d'hôtels de moins de 4* a été interdite.

C'est également au cours de cette décennie que commence à émerger dans le débat public le concept de tourisme durable. Soutenu par des ONG environnementales, des universitaires et certains acteurs économiques conscients des limites du modèle dominant, ce concept vise à promouvoir une gestion du tourisme compatible avec les capacités de charge écologiques, sociales et territoriales de l'archipel. Toutefois, malgré quelques avancées réglementaires — telles que la Loi 1/1988 sur l'aménagement de l'offre touristique (dite "Loi Golf"), la Loi 7/1990 sur les mesures urgentes d'aménagement du territoire et du tourisme, ou encore la Loi 1/1991 sur les espaces naturels — les efforts restent encore largement insuffisants. Le poids des lobbies immobiliers et hôteliers associé aux grands groupes insulaires comme Barcelo ou Riu, continue de freiner l'application effective des principes de durabilité et empêche une remise en cause structurelle du modèle fondé sur la croissance continue de la fréquentation.

Les années 1990 constituent une période de transition critique. Elles marquent la fin de l'insouciance et des logiques d'expansion incontrôlée, mais les réformes engagées restent encore en décalage avec l'ampleur des enjeux. Elles posent toutefois les premiers jalons d'une réflexion stratégique sur la durabilité du développement touristique aux Baléares.

3.4.4. Vers une diversification et une durabilité (2000 à nos jours)

Depuis les années 2000, les Baléares cherchent à **sortir du « tout-balnéaire » en diversifiant leur offre** : tourisme culturel, tourisme rural, cyclotourisme, œnotourisme ou encore tourisme sportif (notamment à Majorque, réputée pour ses infrastructures cyclistes). La région tente de monter en gamme, visant des clientèles plus fortunées et moins sensibles au seul facteur prix.

En parallèle, des politiques publiques encouragent un tourisme plus équilibré socialement et spatialement. L'introduction d'une écotaxe en 2016, appliquée aux séjours touristiques, symbolise cette volonté de faire contribuer les visiteurs à la préservation de l'environnement.

Mais malgré ces efforts, le phénomène de surtourisme persiste, en particulier durant les mois d'été. Les populations locales expriment une lassitude croissante face à la flambée des loyers, la pression sur les infrastructures et la perte de repères identitaires. Les mobilisations citoyennes et débats politiques se multiplient, interrogeant l'avenir même du tourisme sur l'archipel.

Aujourd'hui, les **Baléares représentent un laboratoire du tourisme méditerranéen** : entre modernisation, contradictions, et innovations durables, elles cherchent à inventer un modèle plus résilient, respectueux de leur territoire et de leurs habitants.

Étapes	Années	Evolution touristes	Caractéristiques
Démarrage (Premier boom)	1950-1973	98 000/4,3M.	Tourisme de soleil et plage. Construction du modèle industriel.
Stagnation	1974-1980	3,9 M. /4,6 M.	Deux crises pétrolières et mort de Franco. Augmentation du prix du transport et instabilité politique.
Développement (deuxième boom)	1981-1988	4,9 M. / 7,2 M.	Tourisme familial. Les appartements deviennent le logement privilégié grâce (ou à cause) de leur prix.
Crise structurelle	1989-1993	6,8 M. / 7,1 M.	Mauvaise image de la destination. Dégénération de la qualité des installations et du service, changement de goût de la clientèle, souci pour l'environnement. Période de changement d'image.
Croissance (troisième boom)	1994-2000	8,2 M. / 11,3 M.	Acquisition de villas de la part des étrangers, spécialement allemands. Interdiction de nouvelles créations hôtelières. Changement du modèle industriel avec le démarrage du post-fordisme.
Crise sociale	2001-2004	11,2 M. / 11,4 M.	Première manifestation de surtourisme. Opposition aux ventes immobilières aux étrangers. Toute la superficie insulaire devient un espace touristique. Manque d'espace et de temps pour la population locale.
Nouvelles réalités	2005-2019	11,6M. / 16,4M.	La protection de l'environnement comme obsession et drapeau de la nouvelle promotion. Crise économique des années 2008 et suivantes ; Innovation totale des produits. Transformation des hôtels en haut de gamme. L'agritourisme devient un produit. Révolution en gastronomie. La haute-saison occupe déjà six mois.
Le covid et le post-covid	2020-2024	3,1 M. / 17,8 M. (2023)	Crise de la pandémie très tôt surmontée. Prédominance du tourisme individuel, sportif, maritime, gastronomique, résidentiel de haute gamme. L'opposition au tourisme augmente sur fond d'explosion des meublés touristiques et des croisières.

Figure 18: Étapes de la croissance touristique aux Baléares (Furt, Seguí Llinas, 2024)

3.4.5. Analyse du modèle touristique des Baléares à travers le modèle du cycle de vie de Butler (1980)

A partir de l'analyse du cycle de vie d'une destination touristique proposée par Richard W. Butler (1980), il est intéressant d'analyser la trajectoire des Baléares.

Butler identifie six étapes dans l'évolution d'une destination touristique : l'exploration ; l'implication ; le développement ; la consolidation ; la stagnation et le déclin ou le repositionnement/renouveau comme le montre le schéma ci-après.

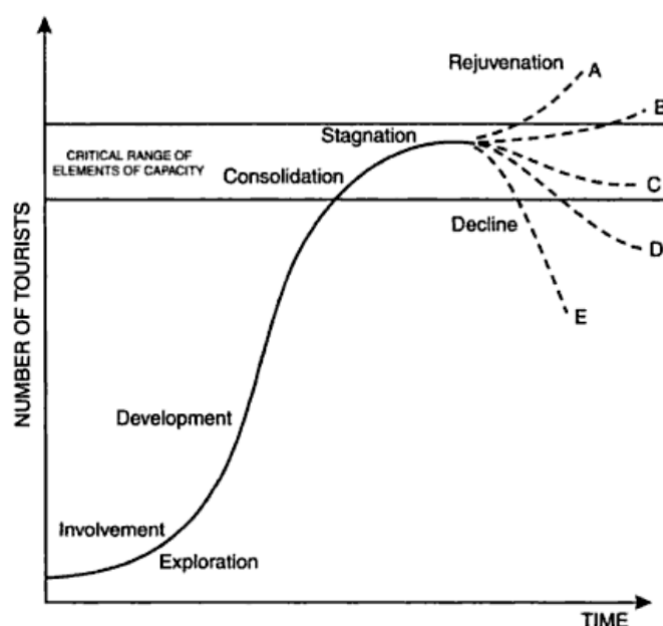


Figure 19: Analyse du cycle de vie d'une destination touristique (Butler, 1980)

Phase du cycle	Analyse pour les Baléares
1.Exploration	Dans les années 1950-60, les Baléares commencent à accueillir quelques touristes, principalement européens. Le tourisme est alors marginal et peu structuré.
2.Implication	Dans les années 1960-70, les infrastructures de base sont développées (aéroports, routes, premiers hôtels). L'activité touristique commence à structurer l'économie locale.
3.Développement	Dans les années 1980-90, le tourisme de masse explose, en particulier à Majorque et Ibiza. Multiplication des hôtels, des tour-opérateurs et des vols charters.
4. Consolidation	Dans les années 2000-2010, la fréquentation atteint un niveau élevé. L'économie devient largement dépendante du tourisme et les premiers effets négatifs apparaissent (pression foncière, pollution, saturation).
5.Stagnation	Depuis les années 2010, les signes de stagnation sont visibles : saturation estivales, surtourisme, conflits avec la population locale, dégradation de l'image.
6.Repositionnement	A partir des années 2010, les autorités entament un virage vers un tourisme plus durable (taxe touristique, restriction Airbnb, fermeture des plages surfréquentées, limitation des croisières). On assiste à une tentative de renouveau du modèle touristique, basé sur la qualité plutôt que sur le quantité.

Figure 20 : Evolution des Baléares selon le cycle de vie de la destination

Aujourd'hui les îles Baléares sont dans une phase de transition entre la stagnation et le renouveau, marquée par une volonté politique de réguler le tourisme de masse, un repositionnement vers un tourisme plus respectueux de l'environnement et des défis liés à la cohabitation entre habitants et touristes, à l'impact écologique et à la dépendance économique au secteur touristique.

3.5. Axes principaux de la stratégie de la promotion touristique

Engagée dans une transformation de leur modèle touristique, visant à concilier développement économique, respect de l'environnement et bien-être de la population locale, les îles Baléares ont adopté une stratégie de promotion touristique autour des principaux axes suivants :

- **Tourisme durable et responsable**

Le gouvernement des Baléares met l'accent sur un modèle de tourisme respectueux de l'environnement et des communautés locales. Cette approche vise à préserver les ressources naturelles tout en offrant des expériences authentiques aux visiteurs.

- **Innovation et numérisation**

Des efforts sont déployés pour moderniser l'infrastructure touristique, intégrer des technologies numériques et promouvoir des pratiques innovantes dans l'accueil des visiteurs.

- **Diversification de l'offre**

L'archipel cherche à élargir son offre au-delà du tourisme balnéaire traditionnel, en mettant en avant des expériences culturelles, gastronomiques et rurales, notamment à travers le tourisme rural et l'agrotourisme.

- **Gestion de la capacité touristique**

Afin de lutter contre le tourisme de masse, des mesures telles que l'augmentation des taxes touristiques ont été mises en place pour réguler le nombre de visiteurs et encourager un tourisme plus qualitatif.

Pour financer cette stratégie, le ministère de l'Industrie et du Tourisme a alloué plus de 288 millions d'euros en 2025 pour améliorer les infrastructures touristiques des îles Baléares, avec l'ambition de promouvoir un modèle de tourisme durable.

Ces fonds ont permis de développer 70 projets répartis sur les quatre îles de l'archipel, touchant divers aspects tels que la gestion de l'eau, la préservation de l'environnement et la modernisation des infrastructures¹¹.

D'autres sources de financement, comme la taxe sur les séjours touristiques ont été instaurées afin d'alimenter un Fonds pour la promotion du tourisme durable dont l'objectif est de financer des projets qui contribuent à la promotion d'un tourisme durable¹².

¹¹ Baléares : vers un tourisme durable grâce à des investissements massifs (2025), Business France.

¹² Le Parlement des Baléares a approuvé l'augmentation de la taxe sur les séjours dans tout établissement touristique des Baléares qui est doublée et qui est applicable à partir du 1er janvier 2018. Cela a été réalisé par la modification de la loi 2/2016, de la taxe sur les séjours touristiques dans les îles Baléares, par la loi 13/2017, du 29 décembre, du budget général de la communauté autonome

4. Analyse structurelle de l'offre touristique aux Iles Baléares

4.1. Typologie des hébergements

En Espagne, l'offre d'hébergements touristiques est variée et classée selon des catégories qui peuvent différer légèrement selon les communautés autonomes bien que certaines grandes typologies soient reconnues à l'échelle nationale.

On distingue notamment les **hôtels**, classés de 1 à 5 étoiles, pouvant inclure des établissements classiques des appart-hôtels ou des pensions plus simples (*hostales*) souvent sans étoile.

Les **appartements touristiques**, meublés et équipés pour un usage autonome, sont quant à eux classés de 1 à 4 clés (équivalent aux étoiles). Ils peuvent être dans des résidences gérées ou des logements individuels.

A cela s'ajoutent les « **viviendas de uso turístico** » (VUT), des logements privés mis en location à court terme, comme ceux proposés sur Airbnb, soumis à une réglementation spécifique sans système d'étoiles mais avec un enregistrement obligatoire.

Le paysage est complété par les **auberges de jeunesse**, les **campings** (1 à 3 étoiles) et l'**hébergement rural** (*casas rurales*), souvent classé selon des systèmes régionaux (épis ou étoiles). Les auberges de jeunesse (*Albergues*) sont des hébergements collectifs, souvent pour randonneurs, étudiants ou pèlerins. Elles peuvent être associatives ou privées. Les campings (*Campings y areas de acampada*) sont classés de 1 à 3 étoiles avec des exigences croissantes en services. Enfin, on trouve les hébergements agritouristiques dans les zones rurales, souvent dans des bâtisses traditionnelles dont la classification est variable *espigas* (épis) ou étoile selon les régions.

En comparaison, le système français repose sur un cadre centralisé et harmonisé au niveau national, avec des hôtels et résidences de tourisme classés de 1 à 5 étoiles par Atout France (sauf en Corse qui dispose de la compétence classement), des meublés de tourisme (avec ou sans classement), des chambres d'hôtes labellisées, ainsi que des campings et hébergements collectifs. La principale différence réside dans le fait que la France applique une grille d'évaluation nationale uniforme, tandis que l'Espagne laisse davantage de marge aux régions, ce qui peut entraîner des disparités dans les standards et les classifications.

des îles Baléares pour 2018 (BOIB n° 160 du 29-12-2017). Le montant de la taxe dépend du type d'établissement touristique, ainsi que de sa catégorie et pour notre établissement (4 étoiles Supérieur) s'élève à **4,40 euros par adulte et par jour** (TVA comprise).



	Espagne	France
Autorité de classement	Régionale (par communauté autonome)	Nationale (sauf en Corse)
Appartements touristiques	Classés par clés (1 à 4) ou comme VUT	Meublés classés ou non classés (étoiles)
Airbnb/locations privées	VUT : très réglementé, enregistrement obligatoire, normes locales	Moins uniforme, encadrement local
Résidence de tourisme	Peuvent être des <i>hôtels-apartamentos</i>	Catégorie officielle avec étoile
Classement rural	Variable (épis, étoiles, etc.) selon la région	Gîtes de France, Clévacances, épis...

Figure 21: Typologie d'hébergement Espagne vs. France

4.2. Capacités d'accueil¹³

4.2.1. Les hébergements collectifs

La capacité d'accueil en hébergement collectif dans les îles Baléares s'élève à environ **448 000 lits touristiques**, contre 145 000 en Corse. Rapportée à la population, cette offre équivaut à environ 400 lits pour 1 000 habitants¹⁴ dans les deux cas, ce qui place la Corse et les Baléares parmi les îles les mieux dotées de la Méditerranée en matière d'accueil touristique (Insee, 2015).

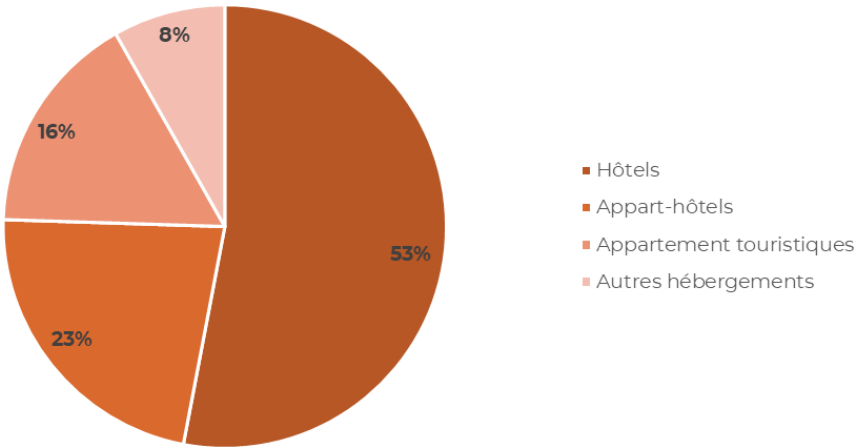


Figure 22: Répartition des lits touristiques en fonction des catégories d'hébergement (2024, d'après AETIB)

¹³ Afin de pouvoir comparer les données de la Corse et des Baléares nous nous baserons les catégories d'hébergement français.
¹⁴ En 2024, on a une capacité de 373 lits pour 1 000 habitants pour les Baléares et de 413 pour la Corse (d'après données de l'ATC et de AETIB).

Cependant, la structure de l'offre diffère sensiblement entre les deux îles. Aux Baléares, **les hôtels concentrent 75% de la capacité d'accueil**, traduisant une prédominance du secteur hôtelier, souvent organisé en grandes chaînes ou en établissements de fortes capacités.

A l'inverse, en Corse, les hôtels ne représentent que 20% de la capacité totale, au profit d'un parc de campings particulièrement développé, qui compte pour 47% de l'offre d'hébergement collectif.

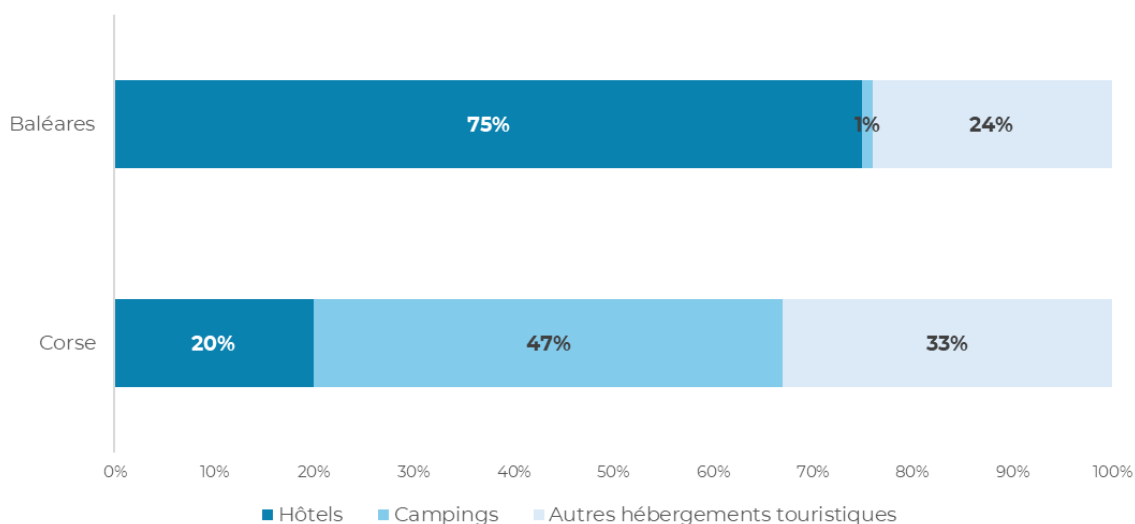


Figure 23: Capacité d'accueil des hébergements marchands collectifs en Corse et aux Baléares

La taille moyenne des établissements illustre également cette différence de modèle touristique. Aux Baléares, 40% des hôtels concentrent à eux seuls 75% des lits, ce qui témoigne de la présence de structures de grande taille.

En Corse, l'hôtellerie reste davantage à échelle humaine, avec une moyenne de 61 lits touristiques par établissements, contre 247 lits en moyenne aux Baléares.

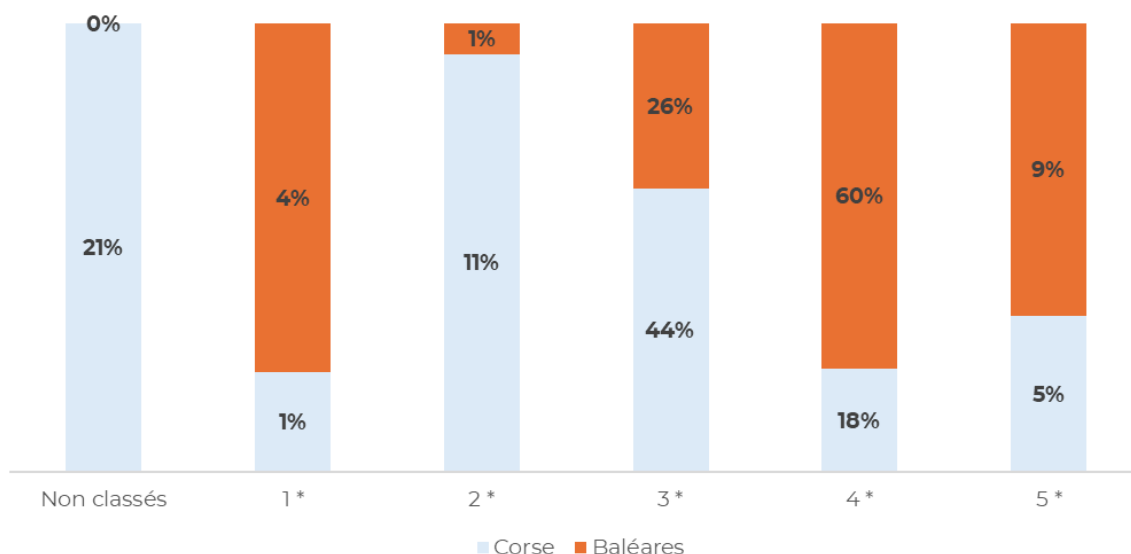


Figure 24: Répartition de la capacité hôtelière en Corse et aux Baléares

Enfin, le positionnement haut de gamme est également contrasté. Aux Baléares, les hôtels 4 et 5 étoiles représentent près de 70% de l'offre hôtelière, affirmant un positionnement orienté vers le confort et les prestations premium.

En Corse, ce segment ne constitue que 23% de l'offre hôtelière, témoignant d'un tourisme plus diffus, souvent familial ou de charme, plutôt qu'industriel.

4.2.2. Capacité en lits touristiques des meublés

L'évaluation de la capacité en lits touristiques des meublés de type Airbnb dans l'archipel des Baléares s'inscrit dans un cadre réglementaire strict. La région applique un plafond global de **623 624 lits touristiques**, englobant l'ensemble des formes d'hébergement (hôtels, résidences, et locations de courte durée). Depuis 2022, un **moratoire de quatre ans** suspend la délivrance de nouvelles licences touristiques, dans l'attente de la révision des plans insulaires de régulation. Les locations de type Airbnb doivent disposer d'une licence officielle délivrée par les conseils insulaires, et leur capacité est généralement limitée à **six chambres et douze lits** par logement.

Bien que les statistiques détaillant spécifiquement le nombre de lits attribués aux meublés privés ne soient pas systématiquement publiées, les estimations disponibles suggèrent qu'ils représenteraient **entre 20 % et 40 % du total des lits touristiques**, soit environ **120 000 à 250 000 lits** à l'échelle de l'archipel.

4.3. L'activité agritouristique

Dans les Baléares, l'agritourisme est un élément clé de la stratégie touristique. L'offre agritouristique est en constante augmentation et structuration depuis plus d'une trentaine d'années. L'agritourisme a toujours été considéré comme un modèle « alternatif » ou complémentaire au tourisme de masse, susceptible d'attirer des visiteurs cherchant un tourisme plus responsable.

Né dans les années 1980, l'agritourisme aux îles Baléares s'est imposé comme une réponse à la saturation du tourisme balnéaire d'un côté et à un fort exode rural et le déclin de l'agriculture traditionnelle de l'autre. Alors que les côtes de Majorque, d'Ibiza et de Minorque connaissaient une urbanisation fulgurante, de nombreux domaines ruraux — les **fincas**, symboles du patrimoine agricole insulaire — tombaient en ruine. Quelques familles agricole ouvrent leurs **fincas** à des visiteurs en quête de tranquillité et d'authenticité, donnant ainsi naissance à un tourisme différent, plus intime et enraciné dans la culture locale.

Au début des années 1990, cette tendance s'est structurée avec la première loi sur le tourisme rural (1992) et l'appui des fonds européens (LEADER, FEADER) qui ont permis de restaurer des bâtiments, de moderniser les exploitations et de former les acteurs du secteur. Progressivement, ces hébergements ont gagné en confort sans renier leur identité, attirant une clientèle européenne sensible à la nature, à la gastronomie locale et à la durabilité.



	TOTAL TOURISME		AGRITOURISME	
Données 2024 (AETIB)	Etablissements	Lits touristiques	Etablissements	Lits touristiques
Total Baléares	2 958	447 641	374	7 445
Majorque	1 845	307 997	297	5 919
Minorque	431	53 732	39	859
Ibiza	559	77 697	37	655
Formentera	123	8 215	1	12

Aujourd'hui, l'agritourisme fait pleinement partie de la stratégie de diversification et de durabilité du gouvernement régional. En plein essor depuis la pandémie, il incarne une nouvelle façon de découvrir les Baléares : entre culture, agriculture biologique et paysages préservés, loin des foules du littoral, mais au plus près de l'âme authentique de l'archipel. En 2024, la fréquentation des établissements agritouristiques a augmenté de 17%.

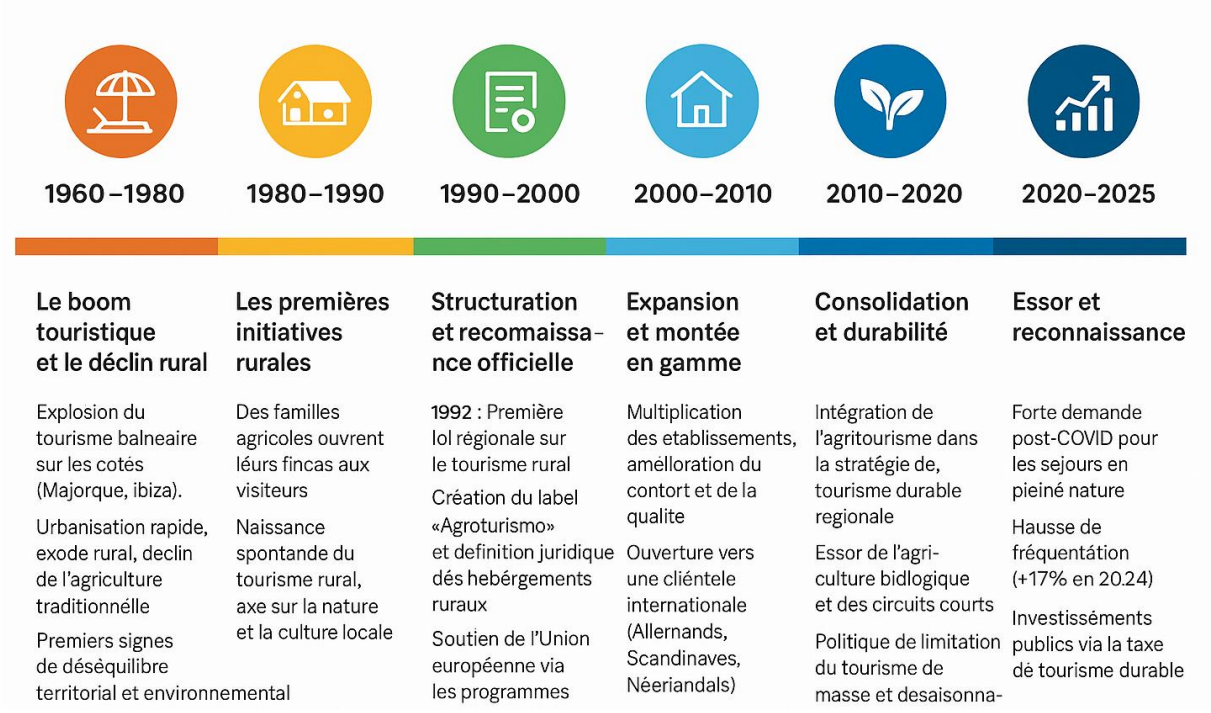


Figure 25: Analyse chronologique du développement de l'agritourisme aux îles Baléares

5. Analyse de la demande touristique

Les quatre îles composant l'archipel des Baléares ont chacune développé une forme de tourisme qui leur est propre. Ibiza s'est forgé une réputation internationale autour de la fête et de la vie nocturne. À l'inverse, Formentera et

Minorque attirent des visiteurs en quête de nature préservée et d'authenticité. Quant à Majorque, bien que disposant d'un riche patrimoine culturel, elle demeure le cœur du tourisme de masse et symbolise le phénomène souvent critiqué de la « baléarisation » (Furt et Seguí Llina, 2022).

Le profil des clientèles touristiques des îles Baléares s'est progressivement stabilisé depuis les années 1990 autour de deux nationalités principales : les Allemands et les Britanniques.

5.1. Fréquentation touristique

Selon les données de l'Ibestat, en 2024, les îles Baléares ont reçu 18,7 millions de touristes, soit une hausse de 4,9% par rapport à 2023. Ce chiffre marque un nouveau record historique dépassant le précédent pic atteint en 2023.

82% de ces touristes sont des touristes internationaux, dont la part a fortement augmenté entre 2023 et 2024 : +6,1%. La part du tourisme domestique s'élève à 18%.

Alors que les Baléares accueillent majoritairement des touristes internationaux (82%), la Corse dépend surtout du marché domestique, qui représente 70% des touristes.

Pays	Majorque		Minorque		Ibiza - Formentera		Îles Baléares	
	2024	% VAR. 24/23	2024	% VAR. 24/23	2024	% VAR. 24/23	2024	% VAR. 24/23
Allemagne	4 654 300	9,90%	68 887	9,10%	295 308	-5,10%	5 018 495	8,90%
Royaume-Uni	2 295 368	-1,30%	450 889	-5,70%	826 559	-7,10%	3 572 816	-3,30%
Benelux	667 942	13,60%	229 922	22,00%	221 809	10,10%	1 119 674	14,50%
France	607 578	-2,50%	43 861	20,20%	406 739	-1,30%	1 058 177	-1,30%
Italie	262 392	-3,50%	121 430	14,50%	429 745	4,80%	813 567	3,30%
Pays Nordiques	621 428	11,50%	5 347	-	24 278	14,80%	651 053	12,20%
Autres	2 414 632	15,20%	122 504	17,30%	535 396	5,90%	3 072 532	13,60%
International	11 523 639	7,80%	1 042 839	6,60%	2 739 835	-0,40%	15 306 313	6,10%
National	1 853 305	3,90%	626 952	-8,00%	943 871	-2,30%	3 424 127	-0,20%
TOTAL	13 376 944	7,20%	1 669 791	0,60%	3 683 706	-0,90%	18 730 440	4,90%

Figure 26: Arrivées de touristes par îles et par provenance (AETI, 2024)

Parmi les touristes internationaux, les Allemands constituent aujourd'hui la première clientèle étrangère (5 millions), majoritairement concentrée sur l'île de Majorque, tandis que les Britanniques sont davantage présents à Ibiza et à Minorque. Cette domination s'explique par une politique de commercialisation fortement orientée vers ces marchés, ainsi que par leur capacité à voyager tout au long de l'année, contrairement à d'autres clientèles plus saisonnières comme les Espagnols, les Français ou les Italiens (Seguí Llinas, 2003).

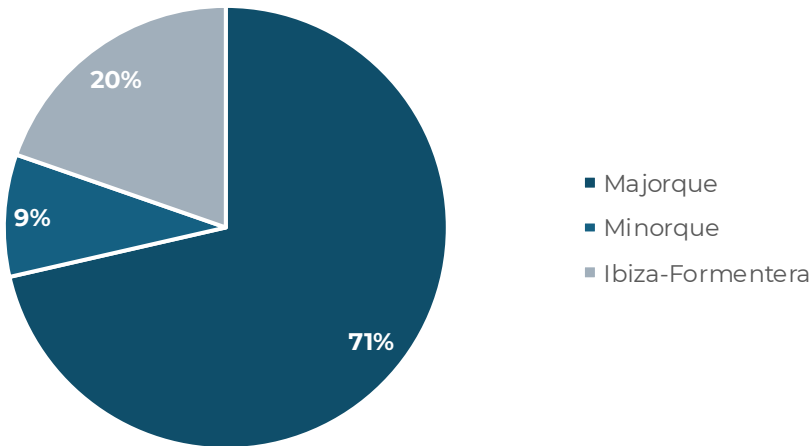


Figure 27: Arrivées de touristes par îles en 2024 (AETIB)

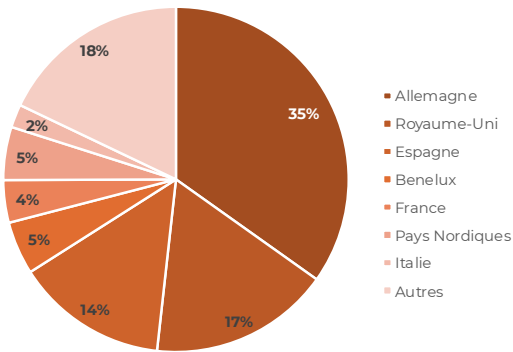


Figure 28: Arrivées de touristes à Majorque en fonction du lieu de résidence en 2024 (AETIB)

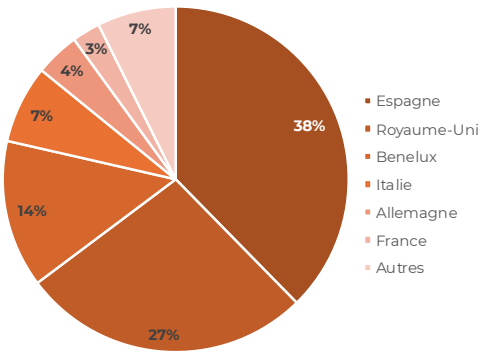


Figure 29: Arrivées de touristes à Minorque en fonction du lieu de résidence en 2023 (AETIB)

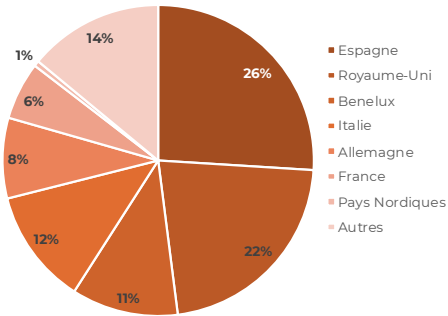


Figure 30: Arrivées de touristes à Ibiza-Formentera en fonction du lieu de résidence en 2024 (AETIB)

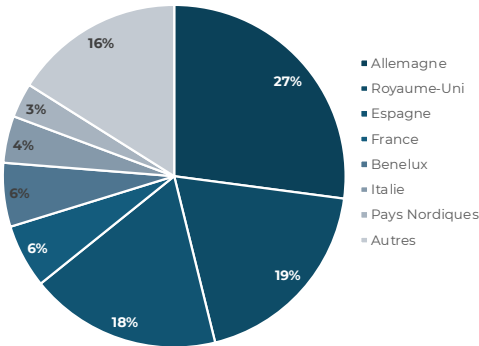


Figure 31: Arrivées de touristes aux Iles Baléares en fonction du lieu de résidence en 2024 (AETIB)

Les tour-opérateurs allemands et britanniques jouent un rôle structurant dans ce modèle : en négociant des contingents de chambres annuels, ils monopolisent une grande partie de l'offre d'hébergement. En conséquence, les autres nationalités — notamment les Espagnols, les Italiens (qui ont dépassé les Français dès 2001) et les Français — peinent à accéder à l'offre touristique, particulièrement en haute saison. Ce déséquilibre est renforcé en période de crise, lorsque les réservations internationales reculent, offrant alors un accès plus facile aux clientèles nationales ou de proximité.

Cette organisation du marché rend les Baléares fortement dépendantes d'un nombre restreint de marchés émetteurs et de quelques grands opérateurs privés. Une telle concentration accroît la vulnérabilité de la destination face aux fluctuations économiques, aux changements de comportement des consommateurs, ou encore aux crises sanitaires. Par ailleurs, elle alimente des tensions croissantes entre le tourisme national et international.

Les Espagnols, en particulier, expriment un certain malaise. En haute saison, il leur est difficile de trouver un hébergement, la plupart des lits étant réservés aux clientèles étrangères. Leur présence se concentre donc sur la basse saison, notamment via le programme *Imsero*, destiné aux personnes âgées, qui mobilise environ 150 000 touristes seniors espagnols par an. De plus, les Espagnols se sentent souvent relégués à un rôle secondaire : signalétiques en anglais ou en allemand, menus non traduits, personnel ne parlant pas espagnol, ou encore horaires de restauration non adaptés à leurs habitudes. Beaucoup expriment le sentiment d'être étrangers dans leur propre pays.

5.2. Dynamique annuelle et variations saisonnières

La saisonnalité aux Baléares reste bien présente, mais elle est moins marquée que celle de la Corse (la courbe en cloche caractéristique des destinations méditerranéennes est plus aplatie). Autrement dit, les Baléares connaissent une activité touristique étalée sur une période plus longue, avec une fréquentation déjà soutenue au printemps et un bon maintien jusqu'à l'automne, alors que la Corse connaît un resserrement de la saison sur les seuls mois de juillet et août, du fait de l'existence de routes aériennes plus présentes sur les ailes de saison aux Baléares .

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Janvier	37,5	33	39,5	9,8	29,7	45,7	40,1
Février	50,5	47	50,5	11,8	46,1	52,2	54,6
Mars	56,1	49,3	32,2	23,6	46	52,7	53
Avril	63,6	69	-	36,3	63,1	68,1	67,6
Mai	69,6	66,6	18,2	50,2	62	68,2	73,2
Juin	83,7	82,8	29,1	45,8	79,5	78,9	82,8
Juillet	90,6	89,2	40,9	61,2	86,1	87,6	89,6
Août	90,1	90,8	38,9	66,1	89,2	89,6	90,3
Septembre	83,6	83	21,4	59,9	77,7	79,6	82
Octobre	65,9	65	19,7	57,5	62,4	67,4	72
Novembre	46	44,9	16	46,8	50,5	48	51,3
Décembre	44,7	42,1	13,9	33,7	42,5	41,7	44,6
TOTAL	76,8	76,1	35,7	56,7	73,4	75,8	77,8

Figure 32: Taux d'occupation moyen (%) des hôtels aux Baléares 2018-2020 (AETIB)

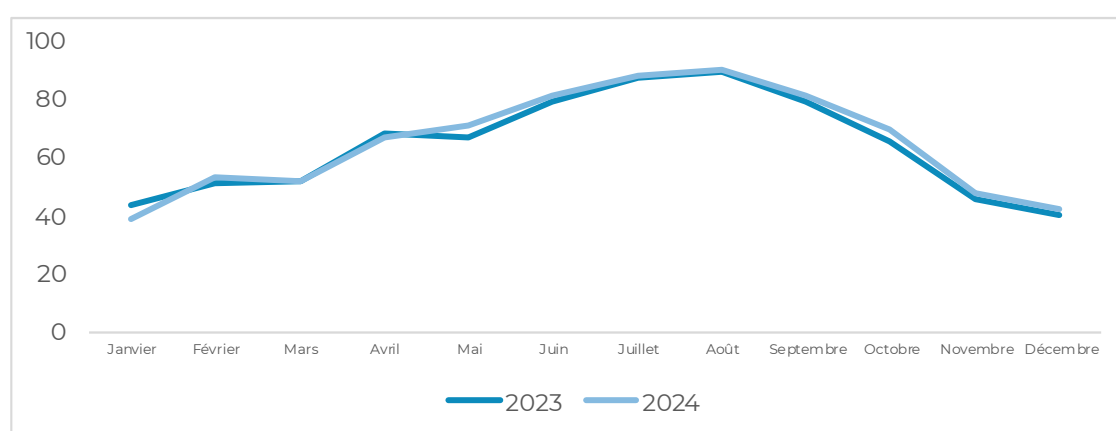


Figure 33: Evolution du taux d'occupation moyen (%) des hôtels aux Baléares 2023-2024 (AETIB)

Les taux d'occupation des hôtels dans les îles Baléares traduisent une **saisonnalité touristique caractéristique des destinations méditerranéennes**, mais **moins marquée que dans d'autres îles** comme la Corse.

L'activité hôtelière y suit une évolution régulière : les taux restent modérés en hiver (autour de 40 à 50% de janvier à mars), progressent nettement au printemps, puis atteignent leur maximum en juillet-août (85 à 90 %). Cette période correspond à la haute saison portée par la clientèle européenne. L'arrière-saison (septembre-octobre) demeure dynamique, les taux diminuent mais restent encore élevés jusqu'en octobre illustrant une **tendance à l'allongement de la période touristique** (tendance que l'on observe depuis 2018).

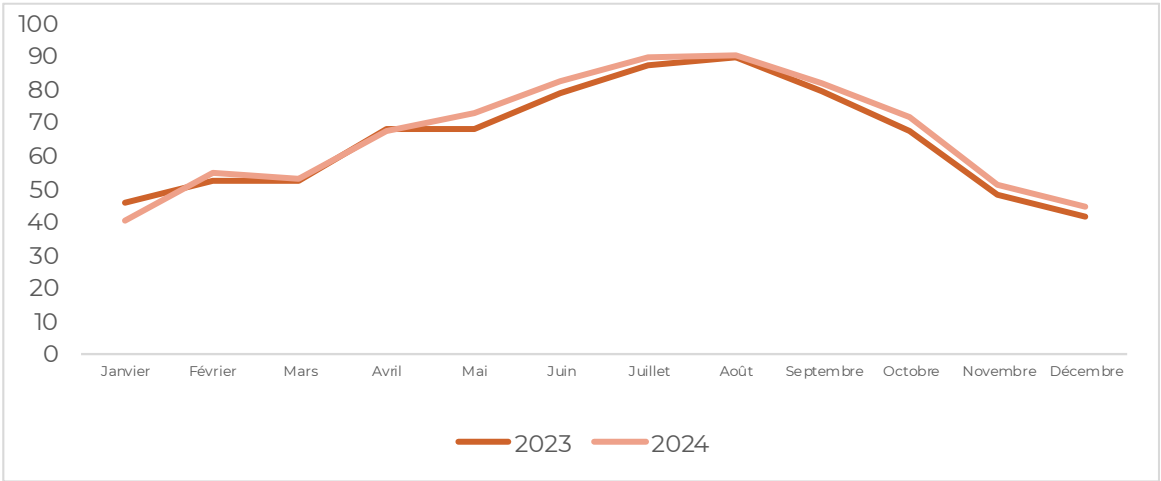


Figure 34: Evolution du taux d'occupation moyen (%) des hôtels à Majorque 2023-2024 (AETIB)

Les différences entre les îles sont notables : **Majorque** domine par sa capacité et sa régularité, **Ibiza** connaît une forte intensité estivale liée à son image festive, tandis que **Minorque** et **Formentera** présentent une fréquentation plus concentrée et plus courte, axée sur la nature et la tranquillité.

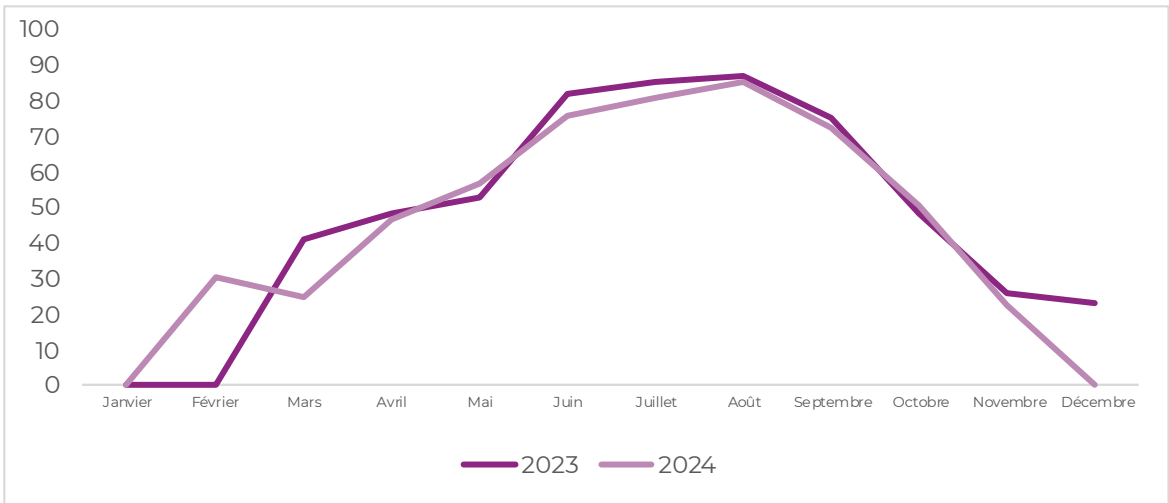


Figure 35: Evolution du taux d'occupation moyen (%) des hôtels à Minorque 2023-2024 (AETIB)

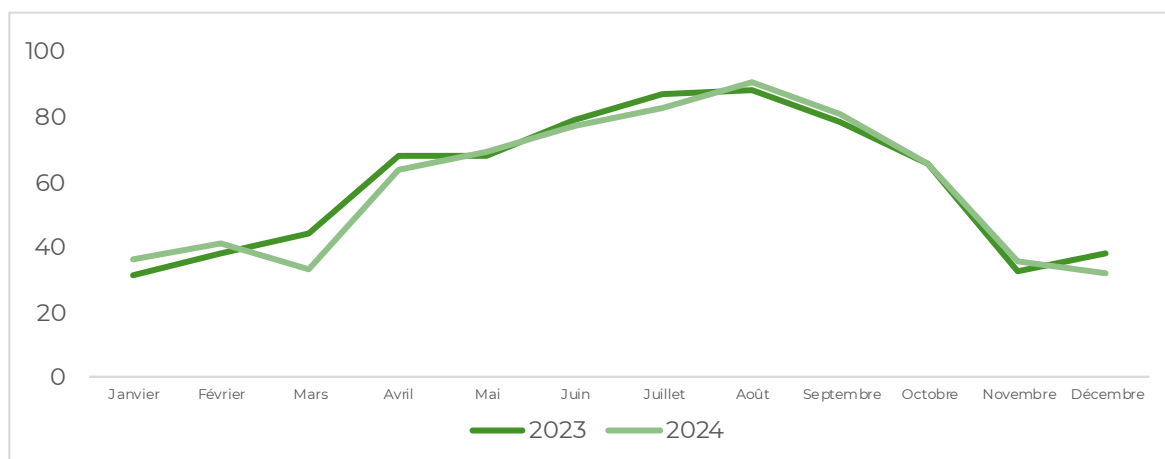


Figure 36: Evolution du taux d'occupation moyen (%) des hôtels à Ibiza 2023-2024 (AETIB)

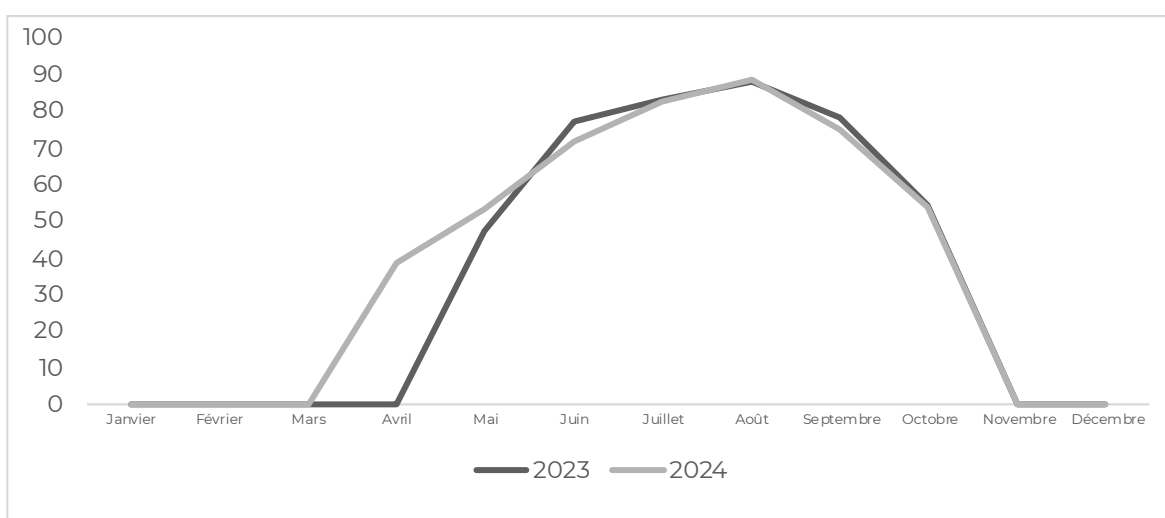


Figure 37: Evolution du taux d'occupation moyen (%) des hôtels à Formentera 2023-2024 (AETIB)

Comparativement, la Corse présente une saisonnalité encore plus marquée et des taux d'occupation nettement inférieurs. Même en haute saison, la Corse dépasse rarement les 75%, et ses niveaux chutent très bas en hiver, souvent en dessous de 30%. Cela s'explique par une offre touristique plus restreinte, une dépendance accrue au marché français, une capacité hôtelière limitée et une accessibilité plus contrainte que celle des Baléares, mieux desservies par de nombreuses liaisons aériennes européennes, notamment avec les compagnies low cost.

Ainsi, si les deux territoires partagent une structure saisonnière similaire, les Baléares affichent une intensité touristique et une régularité d'occupation bien supérieures, illustrant leur position dominante parmi les destinations insulaires méditerranéennes.

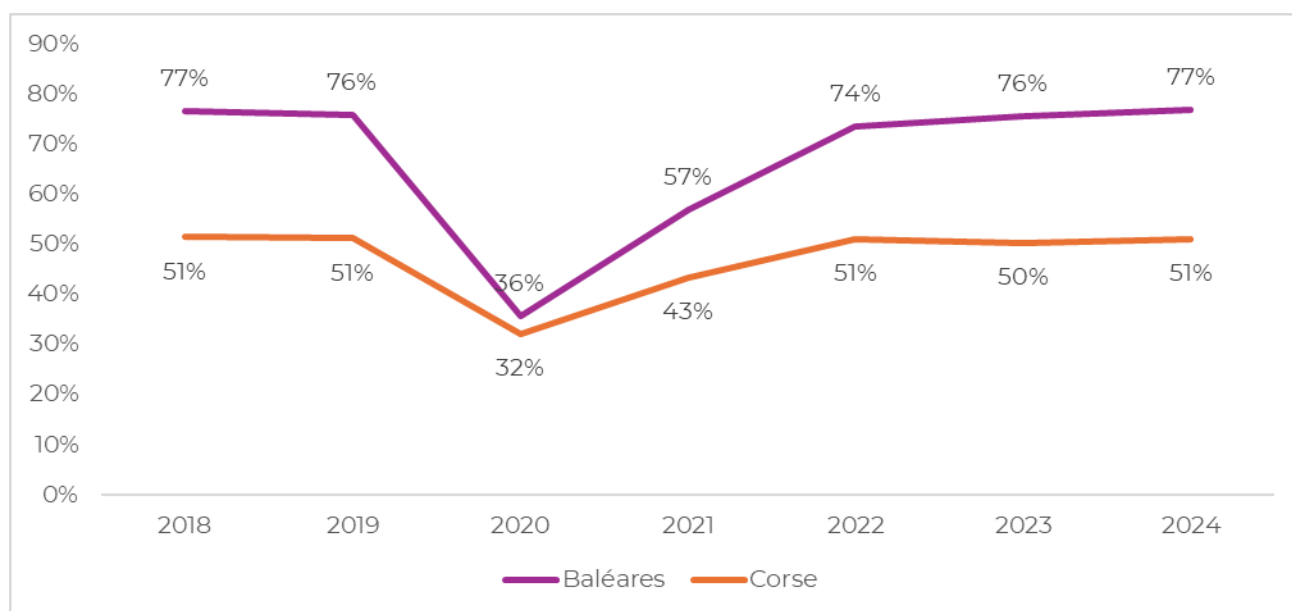


Figure 38: Evolution des taux d'occupation moyens des hôtels Baléares vs Corse 2018-2024 (d'après Insee et AETIB)

5.3. Profils et comportements des visiteurs

5.3.1. Profils des touristes selon les activités pratiquées

Les touristes fréquentant les îles Baléares se répartissent en plusieurs profils en fonction des activités principales qu'ils viennent y pratiquer¹⁵.

- **Le vacancier « nature »**



En 2023, plus de 7,5 millions de visiteurs, soit 42% de l'ensemble des touristes, ont déclaré avoir pratiqué au moins une activité liée à la nature : randonnée, découverte de sites naturels, tourisme rural, ou sports nautiques. Ce segment, composé majoritairement de visiteurs allemands, espagnols et britanniques, séjourne surtout à Majorque (59 %), pour une durée moyenne de 7,1 jours. Ils sont assez jeunes (42,5% a entre 25 et 44 ans).

Ces vacanciers ont un profil actif et autonome : 72% voyagent sans package, et la majorité organise son séjour en ligne. S'ils privilégient les hôtels (67%), beaucoup optent aussi pour des locations de vacances ou logements chez des proches.

Leur dépense moyenne quotidienne est de 170 €/personne, légèrement inférieure à la moyenne, mais leur dépense totale par séjour est plus élevée (1 204 €), grâce à une durée plus longue.

¹⁵ Les données concernant les profils de clientèles portent sur l'année 2023 (seules données actuellement disponibles). Elles sont accessibles sur le site : https://www.caib.es/sites/estadisticasdelaturismo/es/perfil_de_los_turistas_por_actividad/

Enfin, ils sont très satisfaits de leur expérience : plus des deux tiers attribuent une note de 9 ou 10 sur 10 à leur séjour.

- **Le vacancier « sportif »**



Le tourisme sportif attire environ 2,9 millions de visiteurs, soit 16% des touristes. Ce segment regroupe des voyageurs venus pour faire du vélo, du golf, de la randonnée, du nautisme ou assister à des événements sportifs.

Ils viennent principalement d'Espagne, d'Allemagne et du Royaume-Uni, avec une majorité d'hommes (54,3 %) et un fort taux de 25–44 ans (39,7 %). Leur durée de séjour est la plus longue des quatre profils : 7,7 jours en moyenne.

Ils dépensent en moyenne 159 €/jour, soit un peu moins que les autres, mais leur dépense totale reste élevée (1216 €). Majorque concentre 70% de ce type de vacanciers, qui résident à 53% dans des hôtels mais aussi dans des logements de location.

Très connectés, ils organisent à 83% leur voyage en ligne et trois sur quatre réservent sans package. Ils expriment un haut niveau de satisfaction, avec plus de 68% attribuant une note de 9 ou 10 à leur séjour.

- **Le vacancier « culturel »**



En 2023, près de 4,5 millions de touristes ont pratiqué des activités culturelles aux Baléares, représentant environ 25% des visiteurs. Leur séjour est souvent motivé par les visites de musées, les spectacles, les festivals ou le patrimoine historique.

Ils viennent principalement d'Allemagne, d'Espagne, du Royaume-Uni et de France, et séjournent en moyenne 7,3 jours, soit plus que la moyenne. Ces touristes sont majoritairement des adultes actifs (25–64 ans), avec une légère majorité de femmes (53,8 %).

Côté dépenses, ils affichent un budget journalier de 172 €/pers. et une dépense totale élevée (1260 € en moyenne). Plus de 69% séjournent à Majorque, souvent dans des hôtels (59,5%), bien que les logements de location soient aussi fréquents.

Ce public organise majoritairement son voyage en ligne (près de 85%), et plus de 69% réservent sans package. Ils font partie des touristes les plus satisfaits, avec une évaluation moyenne très positive de leur séjour.

- **Le vacancier « santé et bien-être »**



En 2023, environ 300 000 touristes ont pratiqué des activités liées à la santé et au bien-être aux Baléares, soit 1,7 % des visiteurs. Ces activités incluent les traitements de santé volontaires et les services de bien-être (spas, balnéothérapie, etc.).

Les visiteurs viennent principalement du Royaume-Uni (23%), d'Allemagne (21%), d'Espagne (20,9%) et de France (13,1%). Leur séjour est en moyenne plus long que la moyenne : 7,3 jours contre 6,5 jours pour l'ensemble des touristes.

Ce segment attire les vacanciers à fort pouvoir d'achat. Ils affichent un budget plus élevé, avec une dépense moyenne de 1 288 € par personne et un budget journalier de 177 €, supérieur à la moyenne générale (172,7 €).

Près de 70% séjournent à Majorque. Ils logent surtout dans des hôtels (75, %), contre 67,2 % pour l'ensemble des visiteurs.

Côté organisation, plus de 72 % utilisent Internet pour rechercher ou réserver leur séjour, et 66% voyagent pour des vacances ou loisirs. Une majorité réserve sans package touristique.

Enfin, ce type de touriste se montre globalement très satisfait de son expérience, avec près de 70% d'entre eux attribuant une note de 9 ou 10 sur 10 à leur séjour.

5.3.2. *Une demande qui évolue*

Depuis quelques années, la demande touristique aux Baléares connaît une profonde transformation, marquée par l'évolution des comportements de voyage et l'adaptation progressive du modèle économique local.

- Une durée de séjour en baisse

La durée moyenne des séjours a nettement diminué, passant d'environ 10 nuits il y a une dizaine d'années à environ 6,5 nuits en 2023, signe d'un tourisme plus fragmenté et rythmé par des escapades plus fréquentes mais plus courtes. Cela peut être lié à des raisons de budget, une optimisation des vacances ou des changements de profil des visiteurs.

- Une réduction de l'intermédiation touristique

Parallèlement, on observe une réduction de l'intermédiation traditionnelle, avec un recul des réservations via tour-opérateurs au profit de réservations directes en ligne, reflétant la montée en puissance des plateformes numériques et l'autonomisation croissante des voyageurs.

Jusqu'aux années 1990, une part importante des visiteurs des Baléares, optait pour des voyages organisés via des « package tours », incluant généralement vol et hébergement, souvent en formule tout compris. Le recours traditionnel aux forfaits

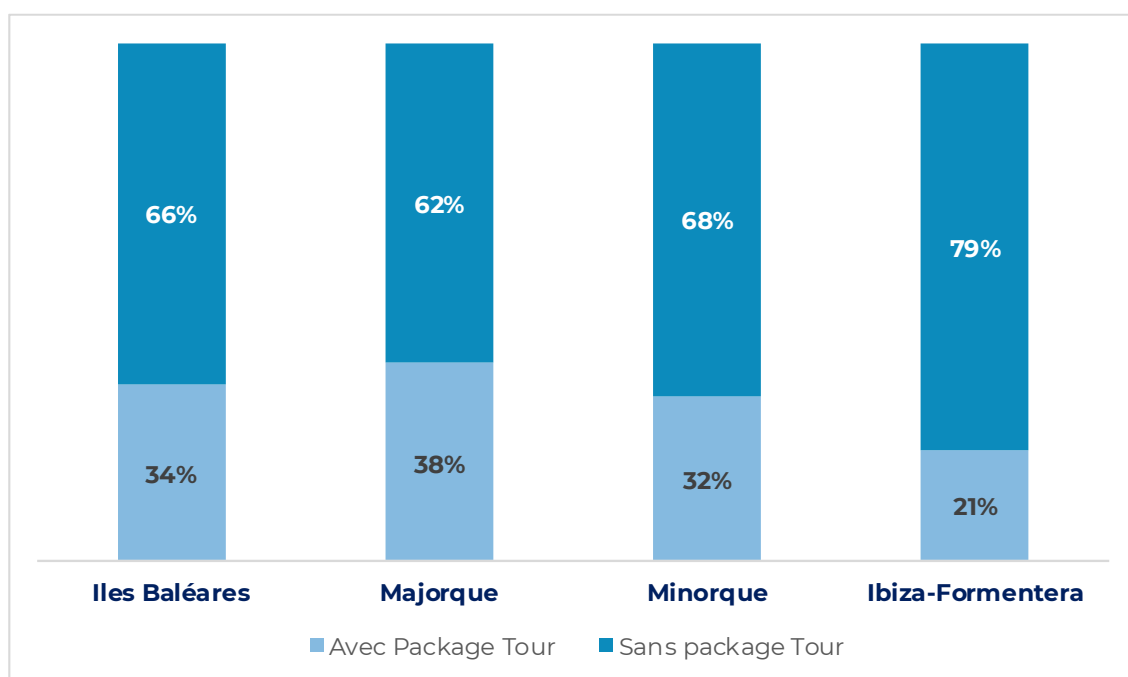
« tout-compris », se voit concurrencé par des réservations directes ou via plateformes numériques. Aujourd'hui ils ne représentent plus que 34% en moyenne sur l'ensemble de l'archipel (Exceltur, 2024 ; Majorca Daily Bulletin, 2023).

Ce modèle est particulièrement prisé par les marchés britannique et allemand, fortement représentés dans l'archipel, et repose sur une offre touristique très structurée autour de grands tour-opérateurs tels que TUI ou Jet2.

La prédominance de vols charters et low-cost, associée à une forte concentration hôtelière balnéaire, favorise une distribution touristique largement dominée par des circuits intégrés.

À l'inverse, en Corse, seulement 4 % des visiteurs réservent leur séjour via un package tour (ATC, 2023, 2024). La destination attire un profil de voyageurs plus autonome, orienté vers la découverte de la nature, les randonnées, ou les séjours en résidence secondaire, avec une part importante de la clientèle voyageant en voiture, souvent via les ferries depuis la France continentale.

De plus, la Corse dispose d'une infrastructure touristique plus diffuse, avec une offre limitée en hôtels clubs et peu de dépendance aux tour-opérateurs internationaux et aux charters low-cost.



Ces évolutions traduisent un glissement du modèle des Baléares d'un tourisme de masse standardisé vers une demande plus individualisée, flexible et qualitative, centrée sur la recherche d'expériences et de séjours à valeur ajoutée. Cette orientation s'inscrit dans un tourisme plus durable, alliant développement économique et préservation de l'île.

Pour aller plus loin...avec les données Mabrian

Les données Mabrian nous permettent une analyse plus fine concernant la demande. Ainsi, l'analyse de la structure par âge des visiteurs met en évidence le positionnement spécifique de Majorque par rapport aux autres destinations méditerranéennes comparables. L'analyse des indices nous permet de définir les niveaux de satisfaction des touristes concernant les différentes destinations.

Age des touristes

Majorque attire principalement des adultes d'âge moyen (35-45 ans), qui représentent 40% de sa clientèle touristique. L'île se distingue toutefois par une forte présence de jeunes adultes (25-35 ans, 20,8 %), davantage qu'en Croatie ou en Sardaigne, signe d'une attractivité liée à sa vie nocturne et son offre culturelle dynamique. En revanche, les visiteurs plus âgés (65 ans et plus) restent minoritaires (4,7%), indiquant une moindre affinité avec ce segment.

Ainsi, Majorque séduit surtout une clientèle jeune et active, ce qui invite à adapter les stratégies marketing pour consolider cette base tout en élargissant l'offre vers des publics plus âgés.

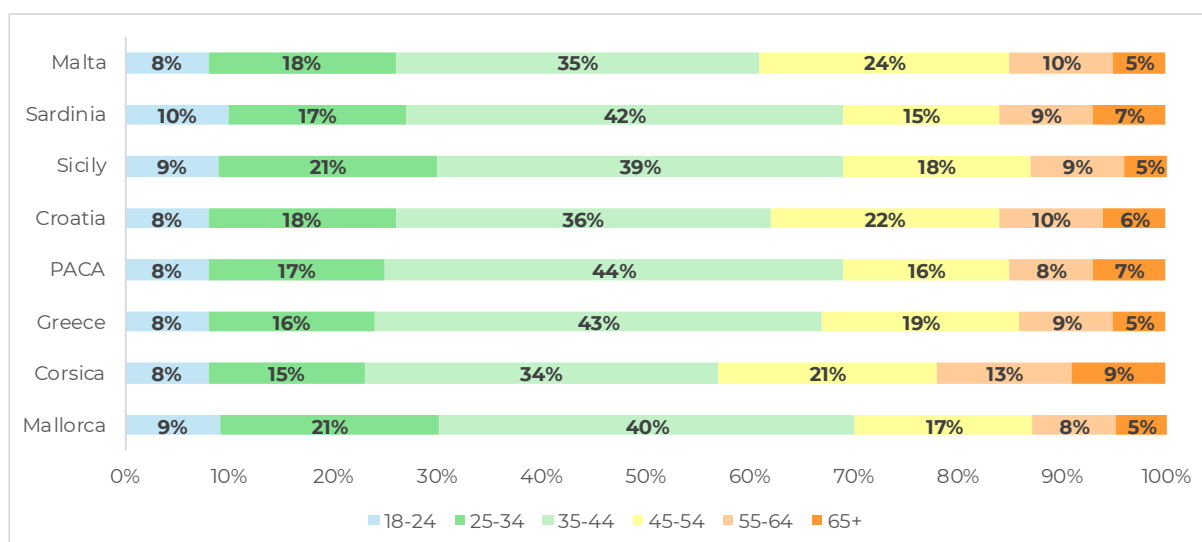


Figure 39: Répartition des touristes par tranche d'âge et par destination 2024 (Mabrian)

La perception de la destination

Les données analysées montrent que Majorque se distingue par une **perception positive de la sécurité et du climat**, mais affiche une satisfaction touristique globale moins élevée que certaines destinations méditerranéennes concurrentes.

En termes de satisfaction, la Corse arrive en tête avec un score de 88 (indice de satisfaction du produit), tandis que Majorque obtient un indice de 75, inférieur à la Sicile, la Sardaigne et Malte, et la Provence-Alpes-Côte d'Azur qui se situe en bas du classement avec 54.

Concernant la sécurité, Majorque bénéficie d'une bonne réputation avec un IPS de 94, proche de celui de la Croatie qui domine le classement à 97, tandis que la Sardaigne et la Grèce suivent légèrement derrière.

En matière de climat, Majorque est également bien positionnée avec un score de 90, presque à égalité avec la Croatie et juste derrière la Sardaigne (91), tandis que la Corse et la Provence-Alpes-Côte d'Azur sont moins bien notées.

Dans l'ensemble, ces résultats suggèrent que Majorque reste une destination attrayante grâce à sa sécurité et à son climat, mais qu'elle pourrait renforcer la satisfaction globale de ses visiteurs en améliorant certains aspects de son offre touristique.

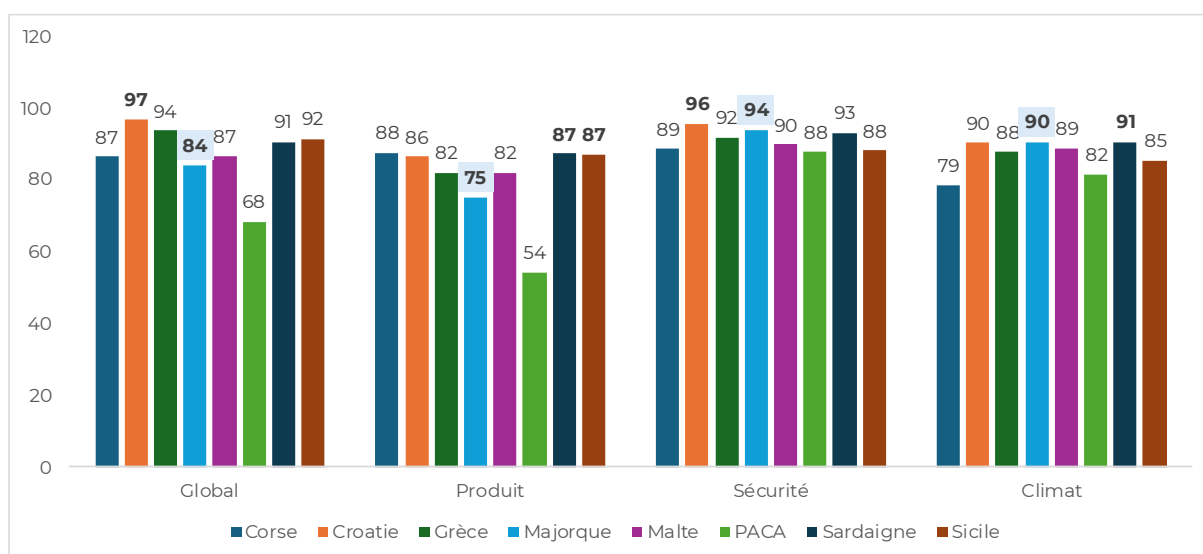


Figure 40: Indices de satisfaction dans les différentes destinations 2024 (Mabrian)

6. Tourisme durable : défis et stratégies

6.1. 7.1. Contexte et enjeux

Le tourisme constitue depuis plusieurs décennies le pilier économique des îles Baléares, représentant près de 45% du PIB régional et une part essentielle de l'emploi local. Cependant, cette dépendance quasi exclusive au tourisme engendre des pressions multiples.

Sur le plan environnemental, la surexploitation des ressources naturelles — notamment l'eau et l'énergie —, la dégradation du littoral, la surfréquentation des espaces naturels et la production croissante de déchets fragilisent l'équilibre écologique insulaire.

Sur le plan social, la montée des loyers, la saturation des infrastructures publiques et le sentiment de surpopulation alimentent le mécontentement d'une partie des résidents.

Enfin, sur le plan économique, la dépendance à la haute saison estivale rend le modèle vulnérable aux crises extérieures, comme l'a démontré la pandémie de Covid-19.

Cette crise sanitaire a joué un rôle d'accélérateur de prise de conscience : elle a révélé les limites du modèle de tourisme de masse et a ouvert la voie à une réflexion collective sur la nécessité d'une transition vers un modèle plus résilient, plus équilibré et respectueux des territoires et des habitants.

6.2. Une stratégie de transformation renforcée après la crise sanitaire

Depuis 2020, la stratégie de durabilité touristique des Baléares s'est structurée autour d'un double mouvement :

- **Un volontarisme institutionnel accru (approche top-down)** : le gouvernement régional, à travers l'*Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB)*, a placé la durabilité au cœur de la relance post-Covid. Les fonds européens *Next Generation EU* ont été mobilisés pour financer des projets d'infrastructures vertes, de mobilité douce et d'efficacité énergétique. Des réformes légales ont aussi limité la croissance des capacités d'hébergement et renforcé les exigences environnementales des entreprises touristiques.
- **Une mobilisation sociale renforcée (approche bottom-up)** : la pandémie a intensifié les revendications citoyennes en faveur d'un tourisme plus soutenable. Des associations comme le *GOB Menorca* ou *Mallorca Preservation* ont obtenu un écho médiatique et politique croissant. En 2025, seuls 42% des habitants se déclaraient satisfaits du tourisme, signe d'un malaise profond. Des manifestations contre les croisières à Palma ou contre les locations illégales via Airbnb ont contribué à durcir la régulation du secteur.

Ce double mouvement a conduit à une refonte du modèle touristique : le développement durable n'est plus un simple discours, mais une condition de la viabilité économique et sociale du tourisme baléaire.

6.3. Les instruments clés de la politique de durabilité

Pour atteindre les objectifs de réduction de l'impact environnemental, de promotion d'un tourisme de qualité, de redistribution équitable des bénéfices et de renforcement de la résilience climatique, un ensemble d'outils et de mesures a été déployé, incluant fiscalité écologique, régulation des flux et valorisation du patrimoine. Ainsi on trouve :

- **La taxe de tourisme durable (« ecotasa »¹⁶) :** Introduite en 2016, la taxe sur les séjours touristiques a pris une importance accrue après la crise du Covid-19. Ses recettes, réévaluées et mieux fléchées, servent à financer des projets liés à la transition écologique : protection des écosystèmes, restauration du patrimoine, amélioration de la gestion de l'eau, logement social ou recherche sur l'efficacité énergétique. En 2023, plus de 261 millions d'euros avaient été collectés, finançant 165 projets dans l'archipel. Depuis 2022, la taxe est modulée selon la saison pour encourager la désaisonnalisation : plus élevée en été, réduite en hiver.
- **Les investissements de relance durable :** Les Baléares ont orienté les fonds de relance post-Covid vers des projets structurants : rénovation énergétique des hébergements, modernisation des stations d'épuration, création de pistes cyclables, aménagement de transports publics inter-îles et amélioration de la gestion des déchets. Entre 2024 et 2025, près de 377 millions d'euros ont été investis dans 79 projets, dans la continuité des 850 millions alloués depuis 2016.
- **La régulation des capacités touristiques :** Afin de freiner la massification, le gouvernement a instauré un gel des nouvelles places d'hébergement. En 2025, environ 90 000 lits touristiques ont été gelés. Les locations touristiques dans les immeubles collectifs sont désormais interdites dans la plupart des zones urbaines. Cette mesure, si elle est soutenue par les habitants, fait débat parmi les professionnels du secteur, qui y voient un frein à la compétitivité.
- **La gestion des flux et de la saisonnalité :** La période post-Covid a marqué un tournant dans la gestion des flux touristiques. Les autorités cherchent à réduire la concentration estivale en promouvant de nouvelles formes de tourisme (culturel, gastronomique, rural, sportif) et en répartissant les visiteurs sur l'ensemble de l'archipel. Le marketing touristique, notamment lors de salons internationaux comme Fitur 2025, valorise désormais la qualité et l'identité locale plutôt que la quantité.
- **Les mesures contre le tourisme excessif :** Depuis 2022, plusieurs lois encadrent plus strictement le tourisme festif : interdiction des "party boats" dans certaines zones, restrictions sur la consommation d'alcool dans la rue et limitation des promotions touristiques incitant à la démesure. Ces mesures visent à améliorer la cohabitation entre visiteurs et habitants, et à préserver l'image des îles.
- **La valorisation du patrimoine et de l'identité locale :** Le nouveau positionnement touristique met en avant la gastronomie insulaire, les produits locaux et le patrimoine culturel. Des labels de durabilité (hébergement vert, circuits zéro déchet, artisanat local) se multiplient, soutenus par les Consells insulaires.

¹⁶ Aux Baléares, une première écotaxe touristique a été introduite avant 2007 mais annulée cette année-là. Une nouvelle taxe a été mise en place en 2016, visant à financer la protection de l'environnement et des infrastructures touristiques, et s'appliquant aux séjours dans les hébergements touristiques selon leur catégorie et la durée du séjour.

7. Bilan stratégique

La Corse et les îles Baléares sont toutes les deux des destinations touristiques méditerranéennes prisées mais aux profils distincts. Cette synthèse met en lumière leurs atouts, défis et stratégies respectives.

7.1. Îles Baléares – SWOT Touristique

Forces (internes)	Faiblesses (internes)
Destination très populaire avec une fréquentation touristique élevée.	Forte dépendance au tourisme, représentant plus de 45 % du PIB régional.
Infrastructures modernes et diversifiées, adaptées à une large gamme de touristes.	Saturation touristique, notamment en haute saison, entraînant des nuisances pour les résidents et la dégradation de certains sites
Maîtrise de la chaîne de production favorisant la compétitivité, la qualité des services et la capacité d'investissement.	
Engagement en faveur du tourisme durable, soutenu par des investissements publics significatifs.	Manque de diversification économique, rendant l'île vulnérable aux fluctuations du secteur touristique.
Opportunités (externes)	Menaces (externes)
Développement du tourisme durable et de niches comme l'agritourisme.	Pressions environnementales croissantes liées au surtourisme.
Valorisation du patrimoine culturel et naturel pour attirer un tourisme plus qualitatif.	Concurrence accrue d'autres destinations méditerranéennes émergentes.
Mise en place de politiques pour réguler le tourisme de masse et préserver l'identité locale.	Risques liés aux crises économiques mondiales affectant la fréquentation touristique.

Figure 41: Analyse SWOT touristique des Baléares

7.2. Corse – SWOT Touristique

Forces (internes)	Faiblesses (internes)
Richesse naturelle exceptionnelle, alliant montagnes, plages et maquis.	Accessibilité limitée, avec une forte dépendance au transport maritime et aérien.
Identité culturelle forte, valorisant l'authenticité et les traditions locales.	Manque d'infrastructures modernes dans certaines zones, limitant l'accueil touristique.
Croissance du tourisme durable ¹⁷ , avec une offre en harmonie avec l'environnement.	Saison touristique courte, concentrée principalement en été (forte saisonnalité).
Opportunités (externes)	Menaces (externes)
Développement engagé du tourisme hors-saison pour lisser la fréquentation et soutenir l'économie locale.	Vulnérabilité aux aléas climatiques, affectant les infrastructures et l'environnement.
Mise en valeur du patrimoine immatériel et des savoir-faire locaux pour diversifier l'offre.	Risques liés à une surfréquentation localisée, notamment dans les zones littorales populaires.
Partenariats avec des acteurs privés et publics pour renforcer la compétitivité de l'offre touristique.	Concurrence d'autres destinations méditerranéennes proposant des produits similaires.

Figure 42: Figure 31: Analyse SWOT touristique de la Corse

¹⁷ En septembre 2025, la Corse a obtenu le niveau « Or » Green Destinations / Quality Coast Award pour son excellence dans les domaines liés à la gestion durable, tels que la préservation des ressources naturelles et patrimoniales, la gestion de l'énergie et la climat.

7.3. Comparaison Synthétique

Critère	Baléares	Corse
<i>Fréquentation</i>	Très élevée, avec 30 passagers par habitant.	Moyenne, avec 19 passagers par habitant.
<i>Dépendance au tourisme</i>	Très élevée, représentant plus de 45% du PIB.	Élevée, avec une consommation touristique représentant 39% du PIB.
<i>Diversification économique</i>	Faible, avec une économie centrée sur le tourisme.	Moyenne, avec des initiatives pour diversifier l'économie locale.
<i>Engagement durable</i>	Fort, avec des investissements pour un tourisme durable.	Croissant, label Green Destination niveau Or.
<i>Accessibilité</i>	Très bonne, avec des infrastructures modernes.	Limitée, dépendante du transport maritime et aérien.

8. Conclusion

L'analyse du système touristique des Baléares met en évidence la capacité de l'archipel à faire évoluer son modèle dans un contexte de forte attractivité. Longtemps symbole du tourisme de masse méditerranéen, les Baléares ont amorcé au cours des dernières années une transition vers un modèle davantage orienté vers la qualité, la régulation et la durabilité.

Cette orientation produit déjà des résultats tangibles. En 2024, les Baléares ont enregistré un record d'arrivées et de dépenses touristiques, porté par un tourisme international à plus forte valeur ajoutée. Le début 2025 confirme cette tendance, avec plus de 810 000 visiteurs internationaux (+3,6%) et une dépense totale supérieure à 1 milliard d'euros (+8,7%), la dépense moyenne par touriste atteignant 1 287 €, malgré des séjours légèrement plus courts.

Cette dynamique illustre la réussite d'une stratégie structurée autour de leviers comme la fiscalité écologique, la régulation des capacités, les investissements durables et la valorisation du patrimoine local. Toutefois, la montée en gamme soulève aussi de nouveaux questionnements sur les impacts environnementaux et sociaux, rappelant que la transition touristique suppose un équilibre constant entre attractivité et durabilité.

La Corse partage plusieurs enjeux similaires, tels que la forte saisonnalité, la dépendance économique au tourisme et la pression sur les ressources. L'expérience des Baléares illustre un modèle dans lequel l'ensemble de la chaîne touristique — hébergement, services et activités — est coordonné de manière intégrée. Cette approche constitue un point de référence pour réfléchir à des instruments ou dispositifs susceptibles d'être appliqués en Corse et adapté à ses spécificités.

9. Bibliographie

AETIB (2024). El turisme a les Illes Balears. Anuari 2023. Govern de les Illes Balears, Conselleria de Turisme, Cultura i Esports.

AETIB (2025). El turisme a les Illes Balears. Anuari 2024. Govern de les Illes Balears, Conselleria de Turisme, Cultura i Esports.

Butler R. W. (1980), « The concept of tourism area cycle of evolution : implications for management of resources ». *Canadian Geographer* 24, 1980, pp. 5-12.

Berastain Caballero M.L. (2022). Evolución y fiscalidad del turismo sostenible de las Islas Baleares. *Observatorio Medioambiental*, 25, 91-112.

Capote Lama A., Antonio Nieto Calmaestra J. (2024), « Pressions démographique et touristique dans les îles des archipels des Canaries et des Baléares (Espagne) », *Espace populations sociétés* [En ligne], 2024/2-3 | 2024, URL : <http://journals.openedition.org/eps/15254> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/13ekq>

Conselleria de Turisme, Cultura i Esports (2025). Encuestas de opinion a residentes sobre el turisme en las illes Balears, 2024.

Duhamel P. (2000). Le territoire majorquin (Baléares) face au tourisme. In: *L'information géographique*, volume 64, n°2, 2000. pp. 134-147; doi : <https://doi.org/10.3406/ingeo.2000.2691>

Duhamel P. (2000). Vivre à Majorque. La sédentarisation des résidences secondaires. *Revue Espaces* n°176.

Duhamel Philippe, Knafo Rémy, Seguí Llinas Miguel. Palma de Majorque, la ville, le tourisme et le territoire. In: *Petites et grandes villes du Bassin Méditerranéen. Études autour de l'œuvre d'Étienne Dalmasso*. Rome : École Française de Rome, 1998. pp. 171-193. (Publications de l'École française de Rome, 246); https://www.persee.fr/doc/efr_0223-5099_1998_ant_246_1_5872

Exceltur (2021). Estudio de Impacto Económico del Turismo: IMPACTUR Illes Balears 2020

Furt J.-M., Seguí Llinas M. (2022). « Corse et Baléares, où en sont ces espaces touristiques mythiques ? ». *Revue Espaces* n°366, mai-juin 2022.

Furt J.-M., Seguí Llinas M. (2025). Quel avenir pour les économies touristiques ? Une interrogation croisée à partir de l'exemple de la Corse et des Baléares, *in* Post-développement et tourisme. L'heure des choix, B. Sarrasin et O. Dehoorne. Presses de l'Université du Québec.

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

Knafou R. (1990). Les Baléares, laboratoire d'une société nouvelle. In: L'Espace géographique, tome 19-20, n°2, 1990. pp.135-148; doi : <https://doi.org/10.3406/spgeo.1990.2963>.

Knafou R., Seguí Llinas M. (1991). L'espace touristique des Baléares : le cas de Majorque. In Mappemonde, 1991/1, pp.9-12.

Lois González R. C (2017). « Les politiques touristiques décentralisées en Espagne : chaos ou réussite ? », *Sud-Ouest européen*, 43 | 2017, 87-101.

Marin V., « L'Espagne à la recherche d'un nouveau modèle touristique », *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement* [En ligne], 25-1 | Mars 2025, mis en ligne le 03 mars 2025, consulté le 15 octobre 2025. URL : <http://journals.openedition.org/vertigo/49434> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/14ljf>

Richez G., Richez-Battesti J. (2002), « Tourisme de masse, dynamiques locales et logiques globales à Majorque (Baléares, Espagne) ». *Rive nord-méditerranéenne*, 12, 2002.

Seguí Llinas M. (2000). Le tourisme durable est-il une utopie ? L'exemple du projet d'écotaxe aux Baléares. *Cahier Espaces* 67.

Seguí Llinas M. (2003). De l'émigration à l'immigration. *In* Analyse de l'évolution du tourisme aux Baléares. *Revue Espaces*, n°200.

Seguí Llinas M. (2003). De l'impact des politiques touristiques . L'exemple des Baléares. *In* Analyse de l'évolution du tourisme aux Baléares. *Revue Espaces*, n°200.

Seguí Llinas M. (2003). Du tourisme de masse à une masse de touristes. *In* Analyse de l'évolution du tourisme aux Baléares. *Revue Espaces*, n°200.

Seguí Llinas M. (2003). Vers une nouvelle politique touristique ?. *In* Analyse de l'évolution du tourisme aux Baléares. *Revue Espaces*, n°200.

Seguí Llinas M. (2020). Les destinations à forte dépendance touristique vont devoir se réinventer. *Revue Espaces*, n°355. Juillet-août 2020.

Salvà I Tomas P. (1991). La population des îles Baléares pendant 40 ans de tourisme de masse. in *Méditerranée*, tome 72, 1-1991. Les grandes îles de la Méditerranée occidentale. pp. 7-14.

Vittori J.-E. (2002), « Les dynamiques locales face au tourisme aux îles Baléares ». *Rives Nord Méditerranéenne*, n°12.

2025

Cahier du Tourisme n°33

Analyse concurrentielle du
tourisme dans les Iles
Baléares

Agence du Tourisme de la
Corse – Novembre 2025

Photos et édition :
© ATC

Contact 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

Pierre Torre
+33 (0)4 95 51 87
ptorre@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

