

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #36

PROFIL DE MARCHÉ : LE ROYAUME-UNI

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #36

PRUFILU DI MERCATU : U REGNU-UNITU

ÉDITION **2026**



Table des matières

1.	INTRODUCTION	5
2.	LE ROYAUME-UNI : QUELQUES ÉLÉMENTS DE CADRAGE	6
2.1.	Économie.....	6
2.2.	Données sociodémographiques.....	7
2.3.	Les infrastructures aéroportuaires.....	8
2.3.1.	Les aéroports londoniens	8
2.3.2.	Les autres aéroports du Royaume-Uni	9
3.	LES BRITANNIQUES EN TANT QUE TOURISTES	10
3.1.	Vacances scolaires	10
3.2.	Préférences de voyage	10
3.2.1.	Destinations privilégiées.....	10
3.2.2.	Canaux de réservation	11
3.2.3.	Tourisme responsable.....	12
3.3.	Régions de séjour en France	12
4.	LA CORSE COMME DESTINATION BRITANNIQUE	13
4.1.	Un bref rappel historique	13
4.2.	Évolution de l'intérêt.....	14
4.3.	Recherches de vols	15
4.4.	Bassins émetteurs	15
4.5.	La connexion aérienne entre le RU et la Corse	16
4.5.1.	Période 2015-2025	16
4.5.2.	Connectivité aérienne en 2025.....	17
4.5.3.	Les Tour-Operators	18
4.6.	Fréquentation des touristes Britanniques en Corse	19
5.	TYPOLOGIE DES TOURISTES BRITANNIQUES EN CORSE	19
5.1.	Les réservations de vols	19
5.2.	Régions d'origines	20
5.3.	Profil sociodémographique	20
5.4.	Hébergements.....	21
5.5.	Centres d'intérêts, activités, dépenses	22
5.6.	Indices de satisfaction	23
6.	CONCLUSION	24

Table des illustrations

Figure 1 - Carte simplifiée du Royaume-Uni.....	6
Figure 2 - Quelques indicateurs économiques du Royaume-Uni et comparaison avec la France	7
Figure 3 - Population des 4 pays du Royaume-Uni	7
Figure 4 - Population des 10 principales agglomérations du Royaume-Uni	7
Figure 5 - Classement des 20 principaux aéroports du RU selon le trafic de passagers en 2024	8
Figure 6 – Distance du centre de Londres et temps de trajets des aéroports Londoniens	8
Figure 7 - Caractéristiques et positionnements stratégiques des 6 aéroports Londoniens.....	9
Figure 8 - Carte des principaux aéroports du RU, hors Londres	9
Figure 9 - Aéroports principaux du RU, hors Londres.....	10
Figure 10 - Top 5 des pays visités par les britanniques en 2024 et variation par rapport à 2023...	11
Figure 11 - Motifs de recours à un professionnel du voyage des touristes britanniques	11
Figure 12 - Principaux motifs pour acheter des séjours en forfait des touristes britanniques.....	12
Figure 13- Préoccupations principales quant à l'impact des séjours touristiques.....	12
Figure 14 - Préoccupations principales quant à l'impact des séjours touristiques.....	12
Figure 15 - Indice d'intérêt de recherche depuis la RU pour le mot 'Corsica', de 2015 à 2025	14
Figure 16 - Indice d'intérêt pour le destination Corse, par pays du RU	14
Figure 17 - Recherches de vols et offre en siège depuis le RU vers la Corse de 2022 à 2025.....	15
Figure 18 - Recherches de vols par villes/régions du RU en 2025	16
Figure 19 - Historique des liaisons aériennes entre le RU et la Corse entre 2015 et 2025.....	16
Figure 20 - Évolution des capacités en sièges vers la Corse depuis le RU, années 2015-2025.....	17
Figure 21 - Répartition des sièges proposés vers la Corse, par pays, en 2025.....	17
Figure 22 - Connectivité aérienne depuis le Royaume-Uni vers la Corse en 2025	17
Figure 23 - Évolution mensuelle de l'offre en sièges depuis le RU vers la Corse en 2025.	18
Figure 24 - Sièges proposés depuis le RU vers les îles concurrentes de la Corse en 2025.....	18
Figure 25 - DMS et délai de réservation moyens des prospects britanniques	19
Figure 26 - Délai de réservation mensuels en 2025	19
Figure 27 - Délais moyens de réservation des vols par nationalité (nb. de jours - avr.-sept. 2025)	20
Figure 28 - Régions d'origine des touristes Britanniques en Corse en 2025.....	20
Figure 29 – Typologie des touristes Britanniques en Corse	21
Figure 30 - Répartition des hébergements utilisés par la clientèle du RU en Corse.....	21
Figure 31 - Répartition des types d'hébergement utilisés selon la nationalité des touristes.....	21
Figure 32 - Répartition des avis de la clientèle Britannique par catégorie d'hôtels	22
Figure 33 - Centres d'intérêts de la clientèle Britannique en 2025	22
Figure 34 - Appréciations des Britanniques sur les 3 centres d'intérêt principaux en 2025.....	22
Figure 35 - Indicateurs de dépense des touristes du RU (Mastercard), oct. 2024-sept.2025.....	23
Figure 36 - Dépenses moyennes par carte par nationalités (réseau Mastercard).....	23
Figure 37 - Indices de satisfaction de la clientèle du RU en 2025.....	23
Figure 13- Préoccupations principales quant à l'impact des séjours touristiques.....	26
Figure 14 - Préoccupations principales quant à l'impact des séjours touristiques.....	26

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le Royaume-Uni constitue un marché émetteur important

Le Royaume-Uni dispose d'environ 40 aéroports commerciaux significatifs. Les principaux hubs d'Heathrow et de Gatwick structurent l'accessibilité internationale.

Londres se distingue par un système unique de six aéroports, offrant une forte diversité de positionnements (hub long-courrier, low-cost, affaires).

Le marché britannique est majeur pour la France mais demeure marginal pour la Corse

Le Royaume-Uni est l'un des principaux marchés émetteurs vers la France (6,3 millions de touristes en 2024), mais sa contribution à la fréquentation touristique de la Corse demeure limitée.

En 2025, environ 24 400 sièges aériens sont proposés depuis le Royaume-Uni, soit moins de 1 % de l'offre totale, pour une fréquentation estimée à 20 000 touristes par an.

Un intérêt réel pour la Corse existe sur le marché britannique

Les indicateurs témoignent d'une demande réelle pour la destination Corse, fortement saisonnière et largement émise depuis l'Angleterre.

La région londonienne représente à elle seule 70 % des recherches de vols vers la Corse.

L'offre aérienne constitue le principal frein au développement du marché

Les liaisons sont exclusivement saisonnières et concentrées depuis Londres pour une moyenne de 33 000 sièges vers la Corse sur la période 2015-2025, limitant la transformation de l'intérêt en séjours effectifs.

Les touristes britanniques privilégient des séjours anticipés, sécurisés et à forte valeur ajoutée

Les voyageurs britanniques réservent leurs séjours très en amont de leurs séjours et privilégient les offres packagées. Ils disposent globalement d'un pouvoir d'achat élevé, privilégient l'hôtellerie et ont un niveau de satisfaction élevé.

1. INTRODUCTION

À l'image des autres Cahiers Du Tourisme consacrés à l'étude des marchés émetteurs à destination de la Corse, ce rapport a pour objectif de fournir les éléments permettant une lecture plus fine du marché Britannique.

Après une présentation succincte du Royaume-Uni, plusieurs indicateurs permettront aux lecteurs de mieux appréhender :

- La connectivité aérienne entre le Royaume-Uni et la Corse
- L'intérêt des Britanniques pour l'île
- Le profil sociodémographique des visiteurs Britanniques
- Les centres d'intérêts de cette clientèle
- La perception de la destination Corse

Pour des raisons évidentes liées à l'éloignement géographique du marché britannique et à la part limitée de touristes Britanniques se rendant en Corse par voie maritime, l'analyse se concentre exclusivement sur le transport aérien.

Les sources de données mobilisées pour la réalisation de ce Cahier Du Tourisme sont précisées dans le document. Pour beaucoup, elles proviennent de la solution Mabrian, acteur de référence en matière de données et d'intelligence touristique, spécialisée dans l'agrégation, l'analyse et la valorisation de données relatives au tourisme, aux comportements des voyageurs et aux performances des destinations.

La structure du rapport répond à une logique d'analyse descendante, allant du marché britannique dans son ensemble vers l'étude ciblée des profils et des comportements des touristes britanniques en Corse. Cette lecture vise à faciliter la compréhension des enjeux, en reliant les dynamiques de marché aux comportements observés sur la destination.

Le propos conclusif s'attachera à dégager des pistes de réflexion en matière de développement de ce marché, identifié comme prioritaire par l'Agence du Tourisme de la Corse.

Enfin, venant compléter cette étude, l'annexe présente un rapport réalisé par Mabrian relatif aux opportunités de développement des flux aériens et les dynamiques du marché Britannique.

2. LE ROYAUME-UNI : QUELQUES ÉLÉMENTS DE CADRAGE

Le Royaume-Uni (abrégé RU dans le document) est un État unitaire composé de quatre nations : l'Angleterre, le pays de Galles, l'Écosse et l'Irlande du Nord.

Monarchie constitutionnelle dotée d'un Parlement central, le Royaume-Uni présente une organisation territoriale partiellement décentralisée et complexe, dans laquelle le pays de Galles, l'Écosse et l'Irlande du Nord disposent chacun d'une assemblée, d'un statut institutionnel et d'un niveau d'autonomie propres¹.



Figure 1 - Carte simplifiée du Royaume-Uni

2.1. Économie

Le Royaume-Uni occupe le **sixième rang mondial en termes de PIB nominal**, derrière les États-Unis, la Chine, l'Allemagne, le Japon et l'Inde, avec un PIB estimé à 3 368 milliards d'euros en 2024².

Son économie est largement dominée par les services puisque 80 % de son PIB provient du secteur tertiaire. La place de Londres, et notamment le quartier d'affaires de La City, confère au pays **un rôle de hub financier mondial**, malgré un recul relatif depuis le Brexit en 2020³.

En termes de niveau de vie, le Royaume-Uni se situe dans le haut du classement européen et les indicateurs du marché de l'emploi témoignent d'une dynamique favorable.

Ce constat reste toutefois très contrasté territorialement : Londres et le Sud-Est concentrant une part importante des emplois qualifiés, avec des revenus élevés, tandis que certaines régions affichent des niveaux plus proches de la moyenne européenne.

¹ L'Angleterre est composée de 9 régions, subdivisées en comtés, districts et paroisses, le pays de Galles se compose de 22 autorités unitaires, l'Écosse de 32 councils area et l'Irlande du Nord de 11 districts

² Sources : <https://fr.countryeconomy.com> ; <https://www.theglobaleconomy.com>.

³ Depuis le Brexit, une partie des activités financières a été relocalisée vers l'Union européenne : dès janvier 2021, près de 6 milliards d'euros de transactions boursières quotidiennes sur des actions européennes ont quitté Londres, et Amsterdam est alors devenue la première place de négociation d'actions en Europe (<https://www.london.gov.uk>).

Par ailleurs, le coût élevé de la vie, en particulier dans la capitale ainsi que le taux d'inflation de l'indice des prix à la consommation (IPC), qui est de 3,2% en glissement annuel à fin 2025, atténue partiellement l'avantage lié aux niveaux de rémunération.

	PIB 2024	PIB 2024 par habitant	Taux d'inflation IPC	Taux d'emploi des 16-64 ans	Taux de chômage
ROYAUME-UNI	3 368 Mrds. €	48 656 €	~3,2 %	74,9%	5,1%
FRANCE	2 932 Mrds. €	42 630 €	~0,8%	69,4%	7,7%

Figure 2 - Quelques indicateurs économiques du Royaume-Uni et comparaison avec la France

2.2. Données sociodémographiques

Selon son Office National de la Statistique, le Royaume-Uni compte près de 70 millions d'habitants en 2025, dont 84% résident en Angleterre⁴.

PAYS	POPULATION (M. d'habitants)	% / TOTAL
ANGLETERRE	58,6 M.	84 %
ÉCOSSE	5,6 M.	8 %
PAYS DE GALLES	3,2 M.	5 %
IRLANDE DU NORD	2 M.	3 %
TOTAL	69,4 M.	100 %

Figure 3 - Population des 4 pays du Royaume-Uni

Les principales villes du RU sont Londres, Manchester, Birmingham, Glasgow et Southampton.

	VILLE	POPULATION	PAYS
1	Londres	9,8 M. hab.	Angleterre
2	Manchester	2,8 M. hab.	Angleterre
3	Birmingham	2,7 M. hab.	Angleterre
4	Glasgow	1,7 M. hab.	Écosse
5	Southampton	967 000	Angleterre
6	Liverpool	929 000	Angleterre
7	Newcastle	834 000	Angleterre
8	Nottingham	819 000	Angleterre
9	Sheffield	757 000	Angleterre
10	Bristol	720 000	Angleterre

Figure 4 - Population des 10 principales agglomérations du Royaume-Uni

Concernant Londres, la ville centrale (Inner London) concentre près de 4 Millions d'habitants, auxquels il faut ajouter les presque 6 Millions d'habitants vivant dans les banlieues proches (Outer London).

Depuis le début des années 2000, à l'instar de beaucoup d'autres économies développées, l'accroissement marqué de la population du RU (+10 Millions d'habitants) repose essentiellement sur un solde migratoire positif, qui supplante l'accroissement naturel⁵.

⁴ Sources : <https://www.ons.gov.uk> , <https://worldpopulationreview.com> , <https://www.worldometers.info>

⁵ Le Royaume-Uni compte une population très diversifiée, les cinq principaux pays d'origine étant la Pologne, l'Inde, le Pakistan, l'Irlande, et l'Allemagne. Le taux de fécondité de 1,4 enfant par femme demeure très inférieur au seuil de renouvellement des générations (2,1).

2.3. Les infrastructures aéroportuaires

Selon les données officielles de la Civil Aviation Authority (CAA), il existe environ 40 aéroports commerciaux significatifs en termes de trafic au Royaume-Uni.

Le tableau suivant liste les 20 Premiers aéroports du RU en termes de trafic de passagers en 2024.

AÉROPORT	TRAFIC 2024 Millions de pax.	Évolution 2023/2024
HEATHROW	83,9	+6%
GATWICK	43,2	+6%
MANCHESTER	30,8	+10%
STANSTED	29,7	+6%
LUTON	16,9	+3%
ÉDIMBOURG	15,8	+10%
BIRMINGHAM	12,8	+12%
BRISTOL	10,6	+7%
GLASGOW	8,1	+10%
BELFAST INTERNATIONAL	6,8	+13%
NEWCASTLE	5,1	+7%
LIVERPOOL	5,1	+21%
LEEDS BRADFORD	4,2	+6%
EAST MIDLANDS INTERNATIONAL	4,1	+5%
LONDON CITY	3,6	+4%
BELFAST CITY	2,4	+13%
ABERDEEN	2,3	+3%
BOURNEMOUTH	1,1	+15%
CARDIFF WALES	0,9	+4%
SOUTHAMPTON	0,9	+6%

Figure 5 - Classement des 20 principaux aéroports du RU selon le trafic de passagers en 2024

2.3.1. Les aéroports londoniens

Avec six aéroports commerciaux situés dans son bassin géographique (Heathrow, Gatwick, Stansted, Luton, London City et Southend), Londres constitue un cas unique à l'échelle mondiale, disposant du système aéroportuaire le plus étendu et le plus diversifié parmi les grandes capitales.

La figure ci-après montre l'emplacement et le temps de trajet nécessaire (via les transports en communs) pour rejoindre le centre de Londres depuis les 6 aéroports.

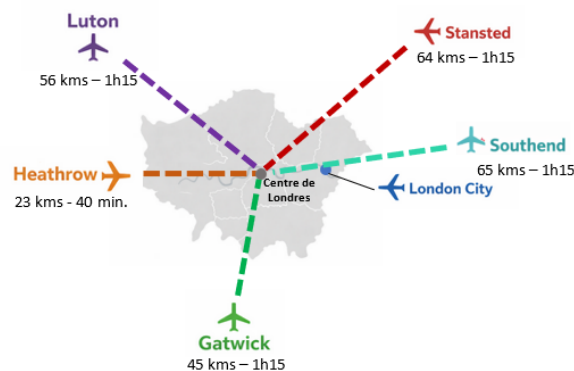


Figure 6 – Distance du centre de Londres et temps de trajets des aéroports Londoniens

Ces 6 structures aéroportuaires se distinguent par des positionnements stratégiques différenciés, offrant une réelle complémentarité entre elles, comme le montre le tableau suivant :

AÉROPORT CODE IATA	TRAFIC 2024	POSITIONNEMENT	COMPAGNIES PIVOTS
HEATHROW (LHR)	83,9 M. 5ème aéroport Mondial après Atlanta, Dallas, Dubai et Tokyo.	Hub international majeur. Peu ouvert aux Low-costs.	British Airways, Virgin Altantic ; Réseaux StarAlliance, SkyTeam, One World.
GATWICK (LGW)	43,2 M.	Modèle low-cost. Majoritairement point-à-point Sans fonction de <i>hub</i> . Trafic international court et moyen-courrier.	EasyJet, Ryanair, Wizz Air
STANSTED (STN)	29,7 M.	Plateforme low-cost de masse. Strictement point-à-point. Trafic international court et moyen-courrier.	Ryanair
LUTON (LTN)	16,9 M.	Plateforme low-cost à dominante communautaire (desserte des pays européens à forte diaspora). Courts et moyen-courriers Européens.	EasyJet, Wizz Air
LONDON CITY (LCY)	3,6 M.	Aéroport urbain dédié aux flux d'affaires vers les places financières (Amsterdam, Francfort, Paris, Zurich, Genève, ...).	British Airways, KLM, Lufthansa, Swiss, ITA Airways, Luxair
SOUTHEND (SEN)	~300 000 pax.	Base low-cost d'EasyJet Décongestionne Heathrow et Gatwick.	Quasi-monopole d'EasyJet

Figure 7 - Caractéristiques et positionnements stratégiques des 6 aéroports Londoniens

2.3.2. Les autres aéroports du Royaume-Uni

En dehors du système aéroportuaire Londonien, le RU dispose d'autres aéroports régionaux majeurs, qui assurent la connectivité aérienne vers les grandes métropoles, régions touristiques et marchés européens.



Figure 8 - Carte des principaux aéroports du RU, hors Londres

AÉROPORT	TRAFIC 2024	POSITIONNEMENT	COMPAGNIES PIVOTS
Manchester (MAN)	30,8 M.	Premier aéroport national hors Londres Socle long-courrier significatif Porte d'entrée du Nord de l'Angleterre.	EasyJet, Ryanair, Jet2, TUI ; Virgin Atlantic
Edinburgh (EDI)	15,8 M	Premier aéroport d'Écosse Europe + quelques long-courriers Profil mixte loisirs/affaires	EasyJet, Ryanair, Jet2, Loganair (maillage domestique/écossais)
Bristol (BRS)	10,6 M	Aéroport régional du Sud-Ouest Modèle point-à-point (Europe/loisirs)	EasyJet, Jet2, Ryanair
Glasgow (GLA)	8,1 M.	Plateforme écossaise à dominante loisirs Complément d'Édimbourg	EasyJet, Loganair
Belfast International (BFS)	6,8 M.	Principal aéroport Nord-Irlandais Orienté low-cost/loisirs	EasyJet, Jet2, Ryanair, TUI
Belfast City (BHD)	2,4 M.	Aéroport de proximité Plus business que Belfast International Domestique RU et proche Europe	Aer Lingus Regional, British Airways, EasyJet, KLM, Loganair
Newcastle (NCL)	5,1 M	Aéroport régional du Nord-Est Connectivité <i>one-stop</i> via hubs (Amsterdam/Paris/Dublin)	Jet2, TUI, Ryanair, EasyJet
Liverpool (LPL)	5,1 M	Plateforme low-cost du Nord-Ouest Réseau très Europe.	Ryanair, EasyJet, Jet2

Figure 9 - Aéroports principaux du RU, hors Londres

3. LES BRITANNIQUES EN TANT QUE TOURISTES

3.1. Vacances scolaires

Si les dates des congés scolaires peuvent légèrement différer entre Angleterre, Pays de Galles, Écosse et Irlande du Nord, le calendrier scolaire au Royaume-Uni reste globalement proche du calendrier français avec toutefois une fin d'année scolaire plus tardive, qui se fait parfois vers le 20 juillet.

Les vacances intermédiaires se situent aux mêmes périodes : en octobre, février et fin mai, une pause de Noël, des vacances de Pâques et une longue pause estivale.

3.2. Préférences de voyage

Les données qui sont présentées proviennent de l'étude « Holiday Habits 2024-2025 » menée par l'ABTA (Association britannique des professionnels du voyage et principale association professionnelle du voyage au Royaume-Uni).

3.2.1. Destinations privilégiées

La propension des Britanniques à voyager à l'étranger est élevée et malgré un contexte de hausse du coût de la vie, commun à l'ensemble des pays européens mais encore plus accentué au RU, les vacances constituent le dernier poste de dépense que les ménages envisagent de réduire.

En 2023, 75 % d'entre eux sont partis en vacances, dont 51 % hors du Royaume-Uni. Les touristes du Royaume-Uni restent majoritairement en Europe (83 %).

Après l'Espagne (Catalogne, Baléares, Canaries), la France constitue leur deuxième destination privilégiée.

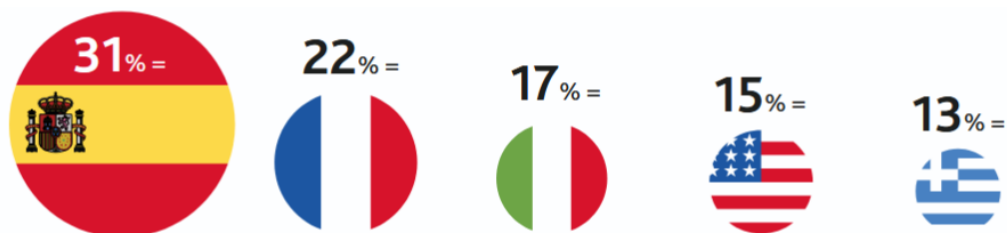


Figure 10 - Top 5 des pays visités par les britanniques en 2024 et variation par rapport à 2023

Les séjours balnéaires et les escapades urbaines (*city-breaks*) dominent largement les types de séjours touristiques des Britanniques. Les séjours à la campagne séduisent également plus d'un quart des voyageurs, avec une affinité marquée chez les 55 ans et plus.

3.2.2. Canaux de réservation

En 2024, 38% des touristes britanniques déclarent avoir réservé leurs vacances auprès d'un professionnel du voyage. La simplicité de réservation demeure l'avantage le plus souvent cité, mais on observe également une forte progression du besoin de sécurité avec 43 % des répondants souhaitant pouvoir compter sur un interlocuteur.

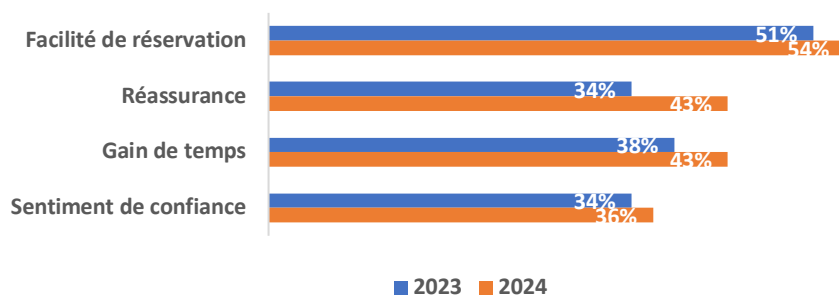


Figure 11 - Motifs de recours à un professionnel du voyage des touristes britanniques

Les familles avec de jeunes enfants et les jeunes adultes se tournent de plus en plus vers les professionnels du voyage pour organiser leurs séjours, une tendance qui s'inscrit dans la durée depuis cinq ans :

- En 2019, 36 % des familles avec jeunes enfants déclaraient réserver via un professionnel, une proportion portée à 55 % en 2024 ;
- De même, chez les 18-24 ans, le recours aux professionnels du voyage est passé de 36 % en 2019 à près de la moitié (48 %) aujourd'hui.

Les séjours en forfait demeurent le mode de voyage à l'étranger le plus répandu. Ils ont été choisis par 62 % des personnes ayant voyagé hors de leur pays au cours des douze derniers mois (contre 61 % l'an dernier), une proportion qui atteint 77 % chez les familles (contre 74 %) et 71 % chez les 18-24 ans (contre 65 %).

On observe une légère progression des voyageurs déclarant avoir opté pour un forfait parce qu'il offrait le meilleur rapport qualité-prix (de 42 % à 44 %). Davantage de personnes soulignent également

le gain de temps lié à ce type de réservation (de 34 % à 38 %), ainsi que le fait que tout soit pris en charge (de 33 % à 37 %).

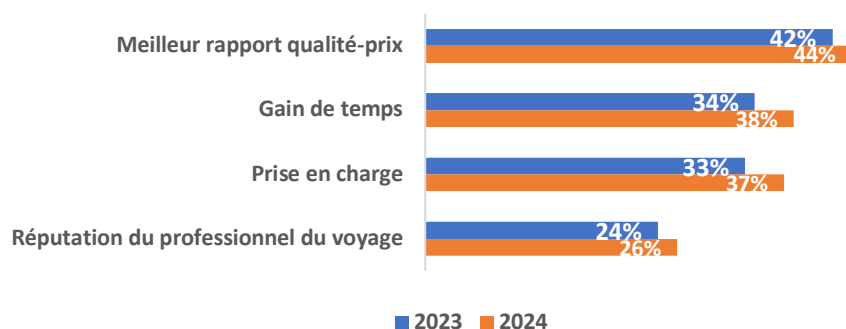


Figure 12 - Principaux motifs pour acheter des séjours en forfait des touristes britanniques

Les touristes Britanniques accordent beaucoup d'attention à l'accompagnement par des professionnels et les offres packagées, perçus comme des gages de confort, de gain de temps et de maîtrise des aléas. En outre, ils expriment une forte sensibilité, croissante, aux enjeux liés au tourisme durable, particulièrement pour la préservation de la culture, et pour ce qui leur permet de limiter leurs impacts environnementaux.

3.2.3. Tourisme responsable

Les touristes britanniques expriment une forte sensibilité aux enjeux liés au tourisme durable et pour ce qui leur permet de limiter leurs impacts environnementaux. La préservation de la culture et du patrimoine, ainsi que la gestion des déchets et de la pollution plastique et le bien-être animal arrivent en tête des préoccupations.

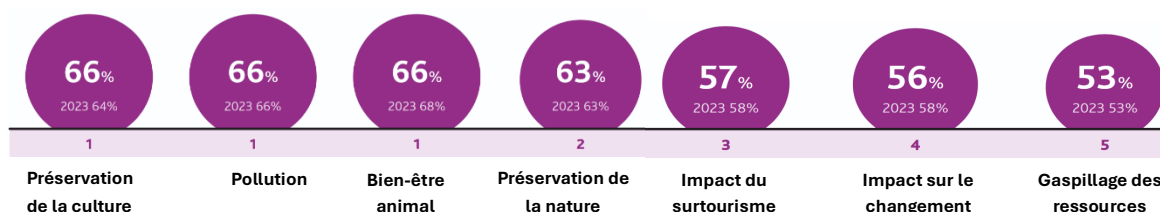


Figure 14 - Préoccupations principales quant à l'impact des séjours touristiques

Tous ces éléments dressent le profil d'un voyageur en quête de séjours simples à composer et sécurisés, rassuré par l'expertise et l'accompagnement, attentif au sens et à l'impact de son séjour.

3.3. Régions de séjour en France

En 2024, selon l'Office for National Statistics, **plus de 6,28 millions de touristes britanniques ont séjourné en France**, générant plus de 43 millions de nuitées et environ 6,3 milliards d'euros de recettes, soit la contribution la plus élevée parmi les clientèles internationales.

Les Britanniques figurent ainsi, de manière récurrente, parmi les principaux marchés émetteurs de touristes vers la France, aux côtés de la Belgique, de l'Allemagne, de la Suisse et des États-Unis.

En raison de son exceptionnel patrimoine culturel et historique, Paris demeure la première destination touristique française toutes clientèles confondues, y compris pour les Britanniques.

En dehors de l'Île-de-France, la Normandie, la Bretagne et les Hauts-de-France s'imposent comme des destinations privilégiées pour la clientèle britannique, à la fois pour leur accessibilité directe depuis le Royaume-Uni et la notoriété de leurs sites emblématiques (Mont-Saint-Michel, plages du débarquement, Deauville, falaises d'Étretat, côtes de Granite, Saint-Malo, Baie de Somme, etc.).

D'autres régions sont attractives pour les touristes britanniques :

- **La Nouvelle-Aquitaine**, notamment la Dordogne et le littoral, attire fortement les Britanniques, avec près de 40 000 résidents — soit environ 28 % des ressortissants du Royaume-Uni vivant en France — dont beaucoup y possèdent une résidence secondaire (INSEE, 2021).
- **La région PACA**, et en particulier la Côte d'Azur, séduit une part significative de voyageurs britanniques, à la recherche de tourisme balnéaire et d'expériences haut de gamme.
- **La région Auvergne-Rhône-Alpes** reçoit des millions de nuitées britanniques en raison de sa forte offre en tourisme d'hiver, ce qui en fait une destination clé pour cette clientèle.

4. LA CORSE COMME DESTINATION BRITANNIQUE

Le lien entre la Corse et le Royaume-Uni n'est pas uniquement contemporain et touristique et s'inscrit dans une histoire relativement ancienne⁶.

Si les formes et les intensités de cette relation ont naturellement évolué au fil du temps, l'analyse des dynamiques récentes du tourisme britannique permet aujourd'hui d'éclairer les difficultés et les opportunités actuelles en matière d'accessibilité aérienne et de structuration du marché.

4.1. Un bref rappel historique

Dès la seconde moitié du XIX^e siècle, l'île, et en particulier Ajaccio, attire une clientèle étrangère aisée, notamment britannique. Dans une logique de villégiature hivernale fondée sur les vertus climatiques⁷, ces visiteurs fréquentent le littoral et contribuent à l'essor de quartiers dédiés, comme le « quartier des Étrangers » (ou « quartier des Anglais »). Ce premier âge du tourisme s'interrompt avec la Première Guerre mondiale.

Le tourisme des années 1960 correspond ensuite à une phase différente, marquée par l'essor du tourisme de masse estival.

Entre les années 1960 et le début des années 2000, le marché britannique à destination de la Corse est diffus et non structurée. Après le déclin du tourisme d'hivernage, la Corse ne parvient pas à s'inscrire durablement dans les circuits du tourisme de masse, faute d'accessibilité aérienne directe, de volumes suffisants et de concurrence méditerranéenne (celle des Baléares notamment).

La clientèle britannique reste alors principalement composée de voyageurs individuels accédant majoritairement à l'île par des vols charters, ou par des itinéraires indirects notamment par voie

⁶ Cette relation s'inscrit notamment dans l'épisode du royaume Anglo-corse (1794-1796), qui établit une monarchie constitutionnelle placée sous l'autorité de George III

⁷ Conception du tourisme héritée du XIX^e siècle, fondée sur la climatothérapie, selon laquelle les climats doux et ensoleillés des régions méditerranéennes étaient recherchés en hiver pour leurs effets supposés bénéfiques sur la santé et la convalescence

maritime. Ce n'est qu'à partir des années 2010, avec l'émergence d'une stratégie de liaisons aériennes directes ciblant Londres, que le marché britannique commence véritablement à se structurer en tant que marché émetteur pour la Corse.

4.2. Évolution de l'intérêt

Le graphique ci-dessous illustre l'évolution de l'intérêt pour la Corse depuis le Royaume-Uni au cours de la dernière décennie (2015-2025), sur la base des données Google Trends, mesurant l'intensité des recherches associées au terme « Corsica ».

Les valeurs présentées correspondent à un indice de 0 à 100 qui correspond au niveau maximal d'intérêt observé pour le terme sur la période.

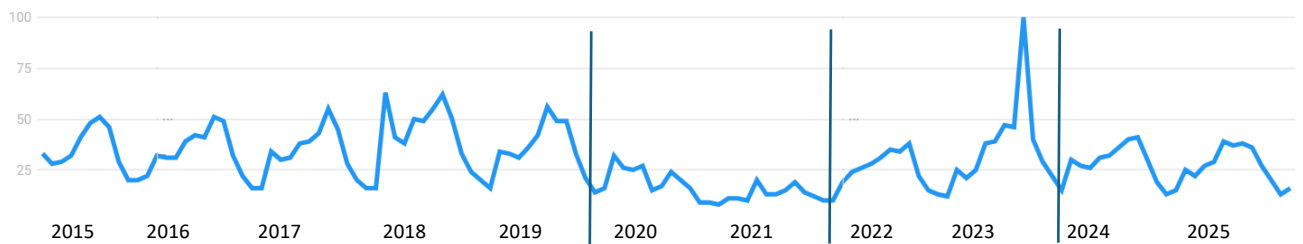


Figure 15 - Indice d'intérêt de recherche depuis la RU pour le mot 'Corsica', de 2015 à 2025

Ce graphique met en évidence 4 phases :

- **Phase 2015–2019** : niveau relativement stable avec un régime normalisé de notoriété,
- **Phase 2020–2021** : rupture nette due à la crise sanitaire,
- **Phase 2022–2023** : reprise progressive avec un indice maximal de 100 en août 2023,
- **Phase 2024–2025** : normalisation post-crise, avec des niveaux inférieurs à la phase initiale.

La dynamique reste dominée par une saisonnalité annuelle marquée en période estivale ce qui indique que la Corse fait l'objet de recherches sur des considérations touristiques.



Figure 16 - Indice d'intérêt pour la destination Corse, par pays du RU

Au cours de cette la 2015-2025, on constate que **l'intérêt britannique pour la Corse est très majoritairement porté par l'Angleterre**, avec des marchés gallois et écossais secondaires tandis que l'Irlande du Nord apparaît comme un marché assez marginal.

4.3. Recherches de vols

La plateforme Mabrian permet de disposer de données relatives aux recherches de vols vers la Corse. Cet indicateur repose sur l'agrégation de requêtes de recherche de vols en ligne, issues de métamoteurs de recherche, d'agences de voyages en ligne (OTA), et de plateformes de distribution aérienne. Chaque recherche correspond à une requête effectuée par un internaute pour un itinéraire donné : trajet, dates, nombre de personnes, et tout autre éléments de composition d'un voyage en ligne.

Directement dépendant de l'existence de liaisons aériennes et de l'offre en sièges, cet indicateur de recherches de vols illustre donc un volume de requêtes, et non des individus ni des transactions confirmées.

Le graphique ci-dessous met en regard, sur la période 2022–2025, deux séries mensuelles :

- En orange, les recherches de vols vers la Corse,
- En bleu, le volume mensuel de sièges proposés.

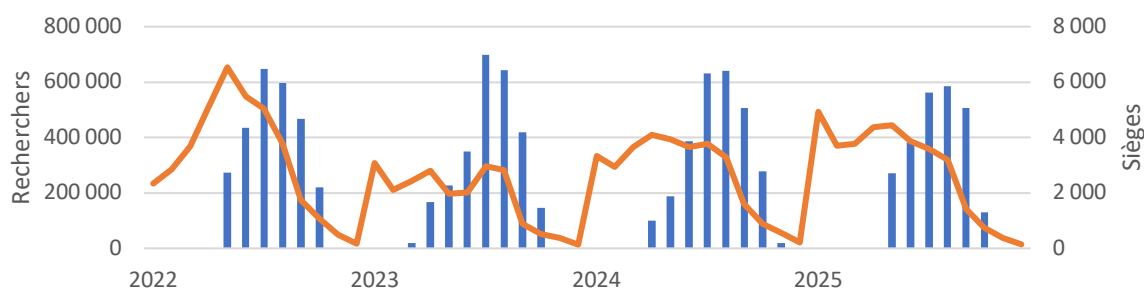


Figure 17 - Recherches de vols et offre en siège depuis le RU vers la Corse de 2022 à 2025

Le décalage entre recherches de vols et disponibilité de l'offre traduit un comportement d'anticipation classique. Toutefois, le graphique montre aussi que les volumes de recherches de vols augmentent chaque année de 2023 à 2025 alors que l'offre en sièges présente une légère tendance baissière. Ce renforcement de l'intérêt du marché Britannique pour la Corse peut être interprété par une notoriété offre aérienne plus visible ainsi que par une stratégie promotionnelle plus efficace.

Surtout, cela suggère qu'une offre aérienne stable constitue un levier essentiel de visibilité et de lisibilité de la destination, en ancrant la Corse dans les intentions de voyage, et évite que l'intérêt exprimé ne se reporte vers des destinations concurrentes.

4.4. Bassins émetteurs

Les recherches de vols émanent très majoritairement de la région Londonienne (73% du total), en corrélation logique avec l'offre aérienne.

En seconde position, la région de Manchester représente environ 9% des recherches, alors qu'il n'y avait aucune liaison depuis Manchester en 2025, enfin Edimbourg complétant ce trio de tête avec 4 % des recherches totales.

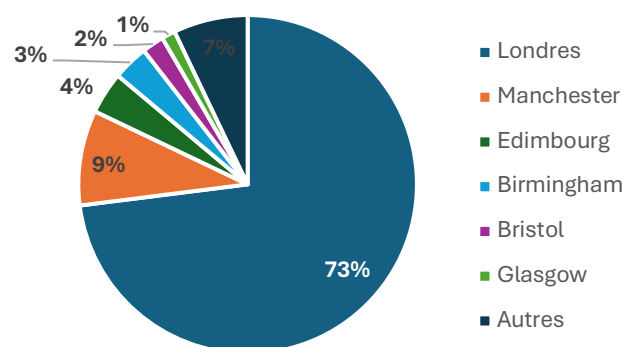


Figure 18 - Recherches de vols par villes/régions du RU en 2025

4.5. La connexion aérienne entre le RU et la Corse

4.5.1. Période 2015-2025

Jusqu'aux années 2000, il n'existe pas de lignes aériennes régulières directes entre le Royaume-Uni et la Corse. Les voyageurs britanniques accèdent à l'île soit par des correspondances soit via des vols ponctuels et peu fréquents, essentiellement des charters, non pérennes et principalement estivaux.

À compter du milieu des années 2000, la démocratisation des Low-cost favorise l'apparition des premières connexions reliant Londres (Gatwick) mais aussi Bristol et Manchester, à destination de Bastia et Figari.

Sur la période 2015-2025 (sources : IATA & Mabrian), les connexions aériennes entre le Royaume-Uni et la Corse se caractérisent principalement par des liaisons saisonnières estivales, généralement opérées de mai-juin à septembre-octobre, avec des fréquences hebdomadaires limitées — le plus souvent une à deux rotations par semaine — assurées par un nombre restreint de compagnies aériennes : Air Corsica, easyJet, British Airways, Titan Airways, BMI et Flybe⁸.

COMPAGNIE	ANNÉES D'EXERCICE	AÉROPORT DE DÉPART	AÉROPORT D'ARRIVÉE
Air Corsica	2018-2020	Stansted	Ajaccio, Bastia, Calvi, Figari
BMI	2015-2017	Bristol	Bastia, Figari
British Airways	2015-2025	Gatwick, Heathrow, Stansted	Bastia, Calvi, Figari
EasyJet	2015-2025	Gatwick, Stansted, Manchester	Ajaccio, Bastia, Calvi, Figari
Flybe	2015-2020	Birmingham, Southend, Manchester, Southampton	Bastia, Calvi, Figari
Titan Airways	2015-2018	Stansted	Calvi

Figure 19 - Historique des liaisons aériennes entre le RU et la Corse entre 2015 et 2025

En termes d'offres en sièges vers la Corse, les volumes annuels sur la période 2015-2025 ont oscillé entre 26 400 (2022) et 58 400 (2019) pour une moyenne de 33 000 sièges (hors années de pandémie 2020-2021).

⁸ La compagnie BMI (British Midland International) a été rachetée par International Airlines Group (fusion de British Airways et Iberia). La compagnie aérienne britannique Flybe, très active sur les liaisons régionale au Royaume-Uni jusqu'en 2020, a cessé ses opérations au printemps 2020 avant de fermer définitivement début 2023.

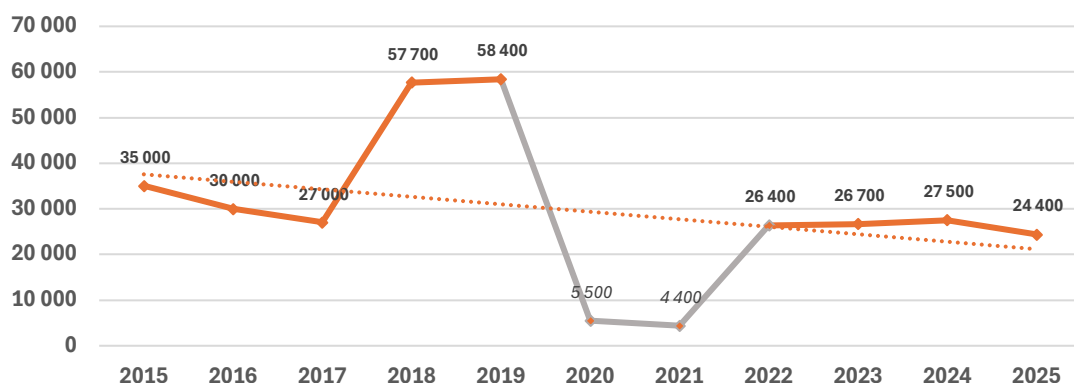


Figure 20 - Évolution des capacités en sièges vers la Corse depuis le RU, années 2015-2025

Comme le montre la figure ci-dessus, après une tendance haussière de la capacité entre 2015 et 2019, la crise sanitaire a entraîné une rupture nette. Depuis 2022, la reprise reste limitée et l'offre se maintient à un niveau stabilisé d'environ 25 000 sièges annuels.

4.5.2. Connectivité aérienne en 2025

En 2025, le nombre total de sièges proposés à destination de la Corse, tous marchés confondus (nationale et international) était de 2,73 millions, dont 87% depuis la France.

Avec 24 400 sièges vers la Corse, le Royaume-Uni est le quatrième marché étranger connecté avec la Corse après la Suisse (4.1%), la Belgique (3,0%) et l'Allemagne (2,5%).

	Total	Total%	Évol. 2023/2025
France	2.38M	87.1%	+2.9 %
Suisse	111.7K	4.1%	-10.0 %
Belgique	80.6K	3.0%	+2.8 %
Allemagne	66.9K	2.5%	+60.0 %
ROYAUME-UNI	24.4K	0.9%	-11.2 %
Luxembourg	22.9K	0.8%	+5.2 %
Italie	14.9K	0.6%	+31.9 %
Pays-Bas	11.3K	0.4%	+29.1 %
Suède	4.3K	0.2%	-3.5 %
Danemark	4.3K	0.2%	-4.4 %
Autriche	3.4K	0.1%	-56.5 %
Norvège	3K	0.1%	+0.4 %
Portugal	1.5K	0.1%	-62.1 %
Autres	2K	0.1%	-22.5 %

Figure 21 - Répartition des sièges proposés vers la Corse, par pays, en 2025

Ces 24 400 sièges sont proposés depuis Londres, et répartis entre les 2 aéroports de Heathrow (10 671 sièges, avec British Airways) et Gatwick (13 738, via EasyJet) à destination de Figari et Bastia.

	HEATHROW	GATWICK	TOTAL
Sièges	10 671	13 738	24 409
Évol% 2024/2025	+6,1%	-20,7 %	-11,2%
Compagnie	British Airways	EasyJet	
Prix moyen annuel	447 €	169 €	285 €
Évol% 2024/2025	+33,4 %	+5,6%	+27,8%
	FIGARI	BASTIA	TOTAL
Sièges	15 587	8 822	24 409
Évol% 2024/2025	+10,5%	-13,2 %	-11,2%

Figure 22 - Connectivité aérienne depuis le Royaume-Uni vers la Corse en 2025

Le prix moyen annuel du billet à destination de la Corse était de 285 €, la tarif d'EasyJet (169 €) étant 2,5 moindre que celui proposé par British Airways (447 €).

En 2025, les liaisons aériennes entre le Royaume-Uni et la Corse sont proposées sur une période limitée, d'avril à novembre, avec un pic de capacité atteint au mois d'août, totalisant 5 862 sièges.

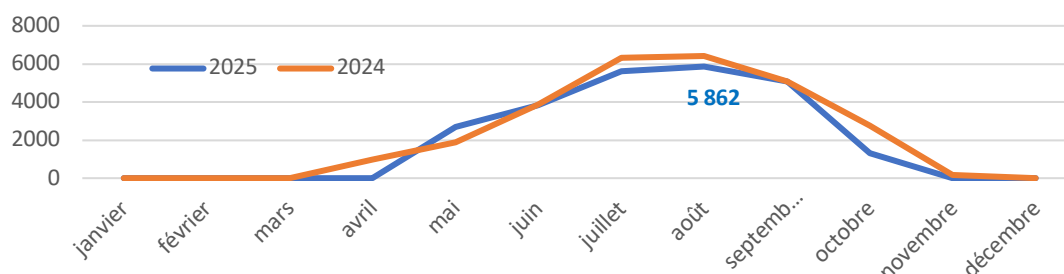


Figure 23 - Évolution mensuelle de l'offre en sièges depuis le RU vers la Corse en 2025.

À titre de comparaison avec les autres îles Méditerranéennes, en 2025 le Royaume-Uni proposait 3,3 Millions de sièges vers Majorque, 1,2 M. vers Malte, 288 500 vers la Sicile, et 168 000 sièges vers la Sardaigne.

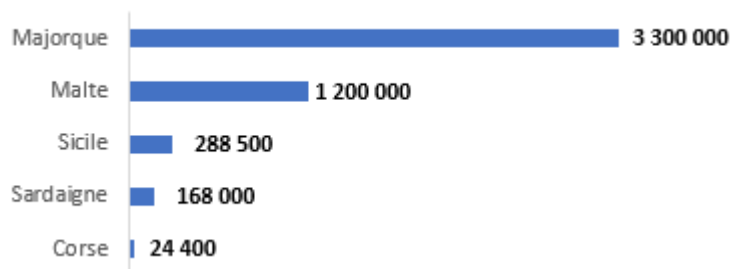


Figure 24 - Sièges proposés depuis le RU vers les îles concurrentes de la Corse en 2025

4.5.3. Les Tour-Operators

Au cours de la période 2015-2025, environ 30% des liaisons de ces compagnies – à l'exception notable d'Air Corsica - étaient des charters affrétés par 3 Tour-Operators (TO) :

- **Corsican Places :**
TO historique spécialisé dans la destination Corse sur le marché britannique.
Cible une clientèle plutôt CSP+, avec des séjours au forfait, dans des hébergements de standing.
- **Mark Warner**
TO britannique généraliste historique des séjours clubs (balnéaire, sports, familles).
Présent sur plusieurs destinations méditerranéennes.
- **Simpson Travel**
TO haut de gamme positionné sur le segment CSP+ / CSP++, avec une forte exigence de service.

Offre basée sur des séjours packagés sur mesure (villas, hôtels premium).

4.6. Fréquentation des touristes Britanniques en Corse

Les archives des données de l'Observatoire Régional des Transports (ORTC) font apparaître une moyenne de 30 000 arrivées annuelles depuis les aéroports britanniques sur la période 1999-2019, avec un pic de 47 331 arrivées en 2019.

Ce volume moyen de 30 000 arrivées est cohérent avec donnait le chiffre de 37 800 touristes, obtenu via l'enquête aux frontières de 2017. Depuis 2022, cette moyenne d'arrivées annuelles depuis le Royaume-Uni s'établit autour de 18 000.

Ces touristes génèrent environ 400 000 nuitées, ce qui place cette clientèle en 5^{ème} position en volume de nuitées après les clientèles Allemandes, Italiennes, Suisses, et Belges, et au même niveau que la clientèle Hollandaise.

5. TYPOLOGIE DES TOURISTES BRITANNIQUES EN CORSE

5.1. Les réservations de vols

La plateforme Mabrian permet de disposer des données relatives aux dates théoriques de séjour sur la base des informations saisies par les utilisateurs lors de leurs recherches de vols.

Compte tenu des volumes de données disponibles, les éléments qui suivent permettent de dégager des tendances mais doivent être considérées avec des réserves, et il est préférable de ne considérer que les années 2022 à 2025.

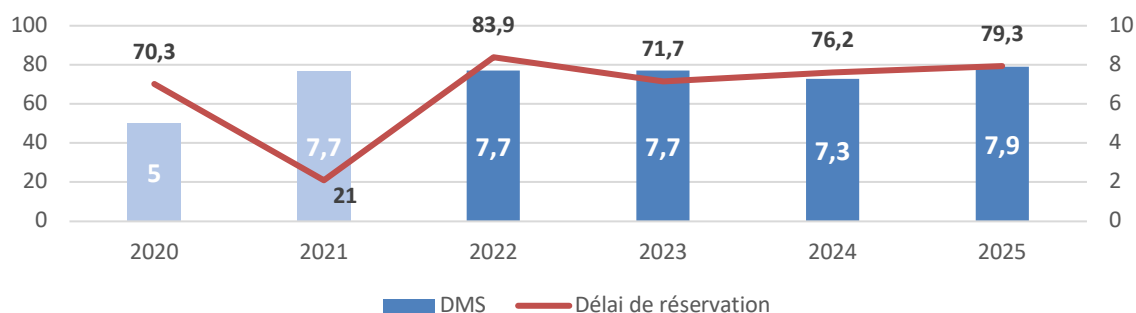


Figure 25 - DMS et délai de réservation moyens des prospects britanniques

Sur la période 2022/2025, on constate que le délai de réservation moyen se situe autour de 7,7 nuitées pour un délai de réservation de 77 jours en moyenne, soit 2 mois et ½ en amont du séjour.

Le tableau ci-dessous présente le délai moyen mensuel de réservation des vols en 2025, en nombre de jours. Par exemple, pour un séjour en septembre 2025, les recherches de vols étaient réalisées en moyenne 59 jours avant la date de départ.

Jan.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
31	34	41	53	66	71	66	60	59	52	35	45

Figure 26 - Délai de réservation mensuels en 2025

Au-delà de la saisonnalité habituelle du comportement de réservation des touristes désirant séjourner en Corse, cette anticipation démontre une forte volonté de sécuriser son séjour : lorsqu'on compare la moyenne de ce délai de réservation avec les autres nationalités, on constate en effet que les touristes du RU sont ceux qui anticipent le plus leurs voyages, à égalité avec les Belges (63 jours en moyenne d'avril à septembre).

Les séjours des voyageurs britanniques en Corse sont très majoritairement motivés par les loisirs (96%), et les déplacements professionnels étant marginaux.

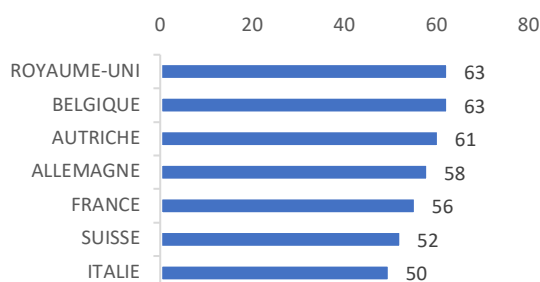


Figure 27 - Délais moyens de réservation des vols par nationalité (nb. de jours - avr.-sept. 2025)

5.2. Régions d'origines

En cohérence avec la connectivité aérienne, la clientèle du RU est très majoritairement originaire de la région Londonienne (53%). Bien qu'aucune liaison n'existe entre Manchester et la Corse, 4 % des voyageurs résident dans cette région du nord de l'Angleterre. Cette donnée est à rapprocher des 9% de recherches totales émanant de cette zone géographique.

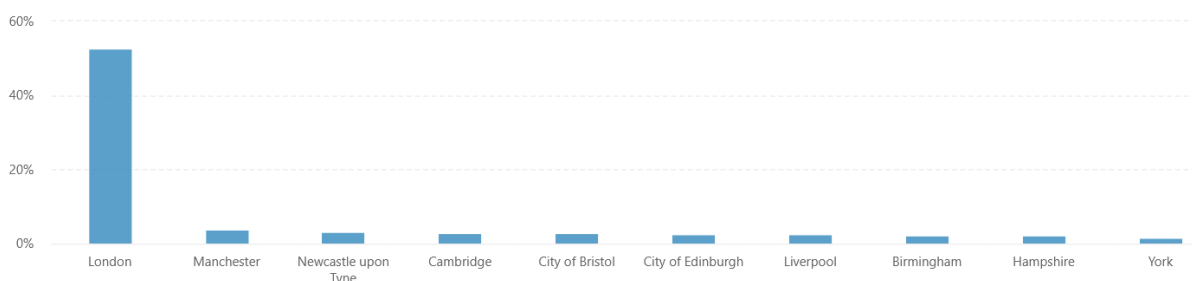


Figure 28 - Régions d'origine des touristes Britanniques en Corse en 2025

5.3. Profil sociodémographique

En se basant sur les commentaires et mentions émis sur les réseaux sociaux Tripadvisor, Instagram et X (ancien Twitter), nous pouvons dresser une typologie des touristes venus en Corse.

Les couples constituent le principal segment de clientèle (57 %), mais les familles (21%) représentent également une part significative. La classe d'âge la plus représentée est celle des 35-44ans (40% des visiteurs)

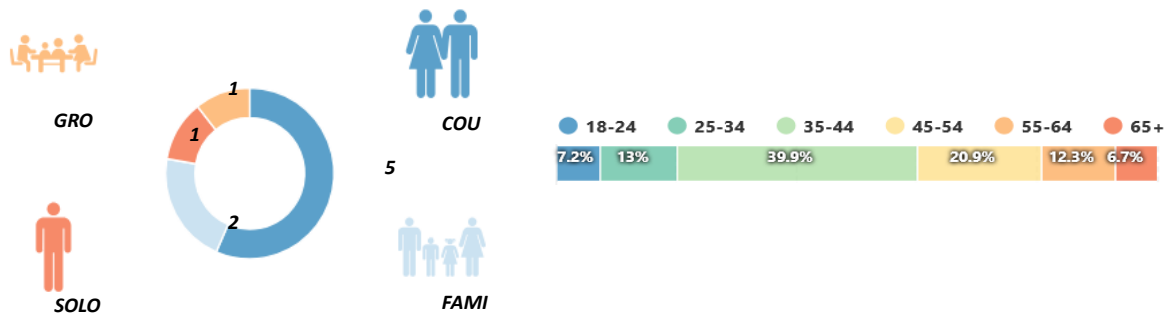


Figure 29 – Typologie des touristes Britanniques en Corse

5.4. Hébergements

Les séjours en en hôtellerie concernent 54 % des touristes du RU. Un quart des visiteurs (26%) ont opté pour un hébergement locatif et 12 % pour d'autres hébergements collectifs.

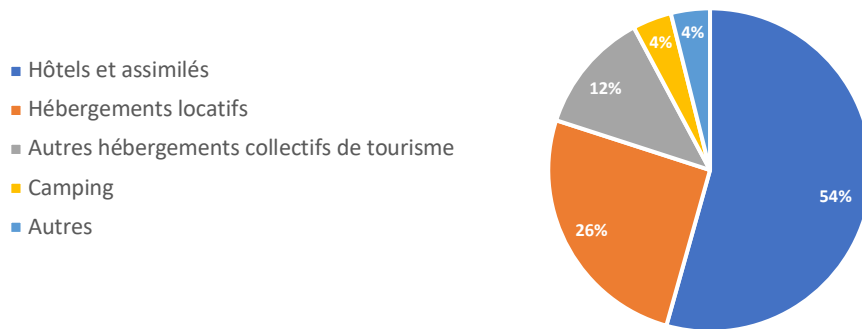


Figure 30 - Répartition des hébergements utilisés par la clientèle du RU en Corse

La fréquentation des différents types d'hébergements par la clientèle du Royaume-Uni ne se distingue pas significativement de celle observée sur les autres marchés émetteurs.

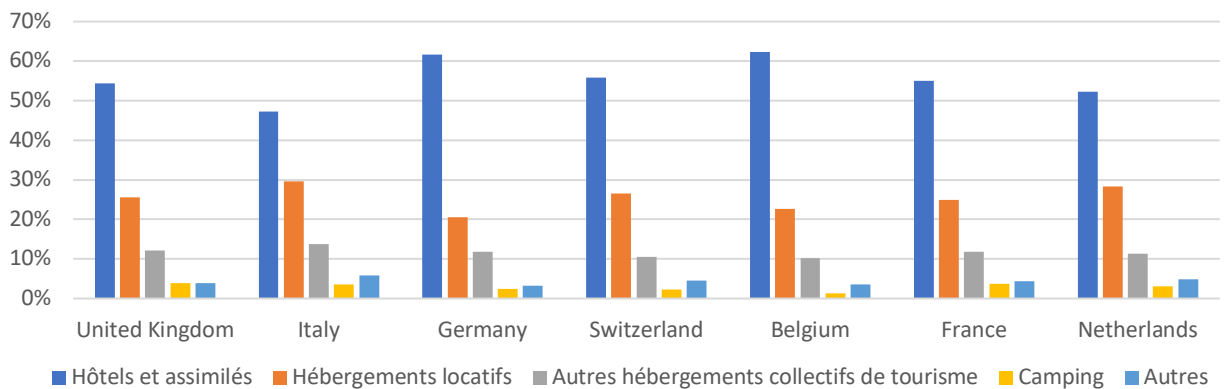


Figure 31 - Répartition des types d'hébergement utilisés selon la nationalité des touristes

En se basant sur les avis et commentaires laissés sur Booking, il apparaît également que les touristes Britanniques sont ceux qui optent le plus souvent pour des hôtels classées en 4 et 5 étoiles, signe d'une clientèle disposant d'un pouvoir d'achat élevé.

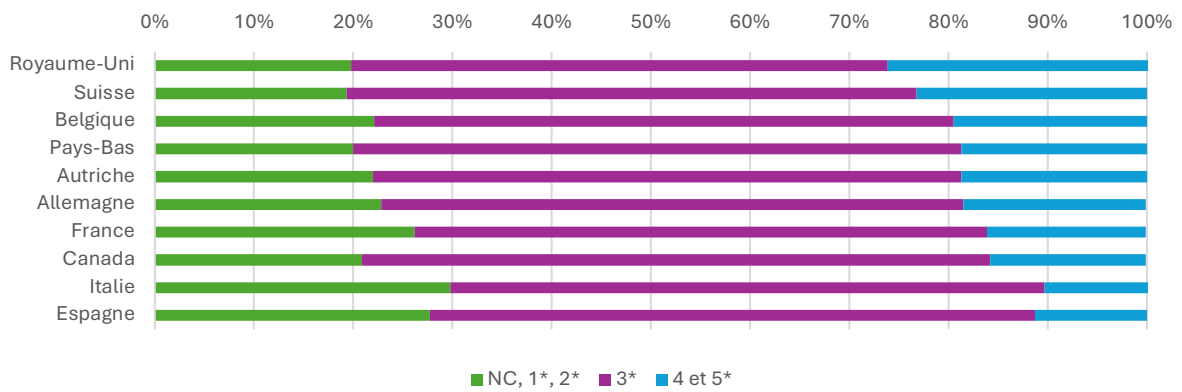


Figure 32 - Répartition des avis de la clientèle Britannique par catégorie d'hôtels

5.5. Centres d'intérêts, activités, dépenses

Mabrian analyse les commentaires postés sur les réseaux sociaux par des personnes ayant séjourné en Corse, ce qui permet de connaître les centres d'intérêts des clientèles.

Ainsi les commentaires et avis des Britanniques sur les RS sont principalement (40%) en lien avec les aspects balnéaires de la destination (plages, soleil, farniente). Viennent ensuite les commentaires relatifs au patrimoine culturel (18%), puis aux activités (11%).

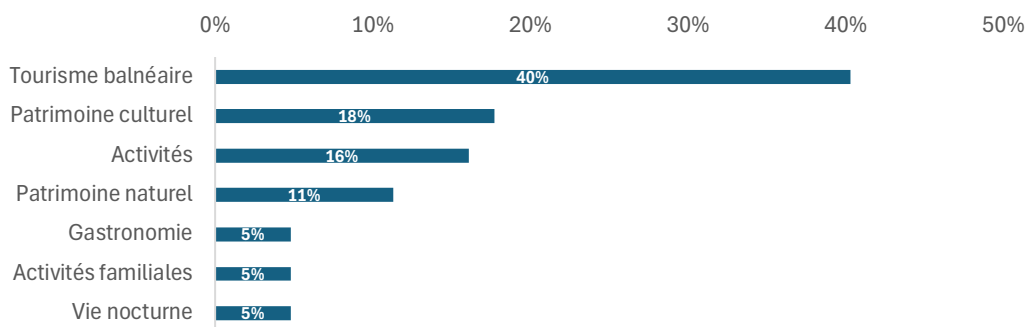


Figure 33 - Centres d'intérêts de la clientèle Britannique en 2025

L'appréciation de ces commentaires renseignent davantage quant à la perception des thématiques touristiques précitées. En 2025, les avis des touristes sur les 3 centres d'intérêt principaux restent très positifs, particulièrement sur ce qui relève du tourisme balnéaire.

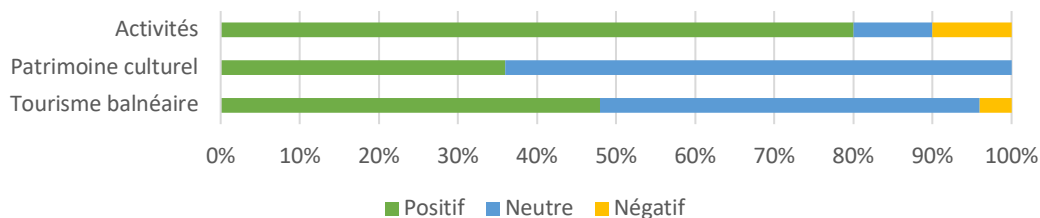


Figure 34 - Appréciations des Britanniques sur les 3 centres d'intérêt principaux en 2025

La plateforme Mabrian permet d'analyser les niveaux de dépenses touristiques par nationalité. Ces données doivent toutefois être interprétées avec prudence, dans la mesure où elles reposent exclusivement sur les transactions issues du réseau Mastercard. Les paiements effectués via d'autres

réseaux, notamment Visa, ainsi que les règlements en espèces, ne sont pas intégrés. Les résultats présentés doivent donc être replacés dans leur contexte méthodologique.

Le tableau ci-dessous donne les valeurs liées aux dépenses sur la période octobre 2024-septembre 2025 (période standard imposée par la plateforme).

	Dépense moyenne par carte	Durée moyenne d'utilisation	Dépense moyenne par paiement
Valeur	274 €	6,6 jours	46 €
Variation Période N-1	-7.3%	-1.2%	-6.8%
	Dépense moy. Cartes personnelles	Dépense moy. Cartes professionnelles	
Valeur	257 €	586 €	
Variation Période N-1	-7.2%	-3.8%	

Figure 35 - Indicateurs de dépense des touristes du RU (Mastercard), oct. 2024-sept.2025

Avec un niveau moyen de dépense par carte de 274 €, les touristes britanniques se situent à un niveau comparable à celui des clientèles américaine et italienne, tandis que les niveaux de dépenses les plus élevés sont observés chez les clientèles suisse et canadienne comme le montre la figure ci-dessous.

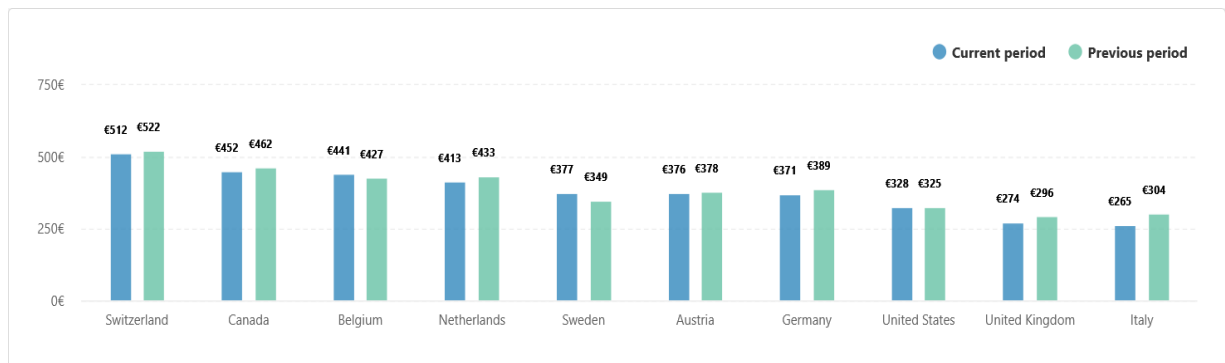


Figure 36 - Dépenses moyennes par carte par nationalités (réseau Mastercard)

5.6. Indices de satisfaction

Avec un indice de perception globale de la destination de 88 / 100, les touristes Britanniques témoignent d'un niveau de satisfaction très élevé, au même niveau que la perception moyenne globale de la Corse (89) si on considère l'ensemble des marchés.

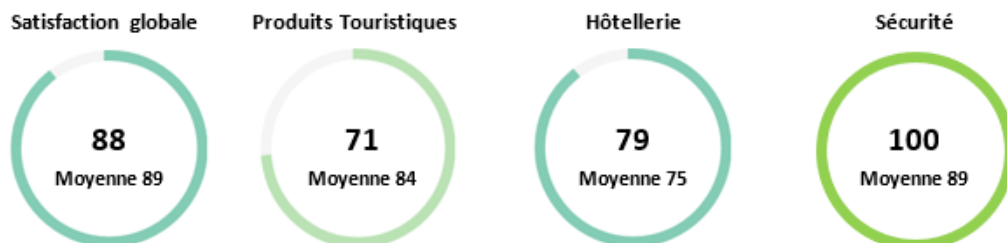


Figure 37 - Indices de satisfaction de la clientèle du RU en 2025

L'indice de satisfaction quant aux produits touristiques (71/100) s'établit à un niveau relativement bas si l'on considère la moyenne globale de 84. L'hôtellerie est très favorablement jugée avec un indice supérieur à la moyenne (79 Vs. 75), enfin la notion de sécurité obtient l'indice maximal de 100.

6. CONCLUSION

L'analyse du marché britannique met en lumière plusieurs caractéristiques principales :

- Avec un volume annuel moyen d'environ 30 000 sièges au départ du Royaume-Uni - soit moins de 1 % de l'offre aérienne globale - correspondant à une fréquentation estimée à près de 20 000 touristes par an sur la période 2022-2025, cette offre demeure marginale au regard de la fréquentation totale de la Corse.
- Les Britanniques présentent des comportements de réservation marqués par des délais de réservation assez élevés et portent une attention particulière pour les séjours au forfait.
- Les touristes britanniques, principalement issus de la région londonienne, disposent d'un pouvoir d'achat relativement élevé, et privilégient les hébergements des catégories supérieures.
- Cette clientèle est soucieuse des aspects culturels et patrimoniaux.

Cette liste non-exhaustive d'éléments apparaissent potentiellement structurants pour le renforcement de cette clientèle touristique, en mobilisant certains leviers de croissance, que l'on peut hiérarchiser comme suit :

Des leviers prioritaires :

- **Le maintien de de l'offre aérienne** : Le caractère historiquement peu structuré de la connectivité aérienne depuis le Royaume-Uni a pu nuire à la lisibilité de la destination Corse depuis ce marché. La sécurisation des liaisons aériennes est essentielle et permettra d'ancrer la visibilité de la Corse.
- **Le renforcement de l'offre aérienne via une capitalisation sur la notoriété** : Le décalage entre le volume de recherches de vols depuis le Royaume-Uni et le niveau de fréquentation confirme l'existence de marges de progression importante en termes de d'augmentation des capacités aériennes.
- **La structuration de produits packagés** : le développement d'offres forfaitisées constitue un levier central pour capter la clientèle britannique en recherche de lisibilité et de sécurisation des séjours.
- **Un ciblage prioritaire du bassin de vie londonien** : le poids démographique de Londres et son hyperconnexion aérienne, via ses plateformes moyen-courrier et low-cost, en font le principal moteur de développement potentiel.

Des leviers secondaires :

- **Une diversification géographique** depuis le nord du Royaume-Uni (Manchester, Édimbourg) est à approfondir, permettant de réduire la dépendance au seul bassin londonien.
- **Une prospection ciblée des marchés secondaires** que constituent le Pays de Galles et l'Écosse, tandis que l'Irlande du Nord apparaît, à ce stade, moins prioritaire.
- **Une mobilisation de tour-operators** capables de promouvoir l'offre corse sur le segment haut de gamme notamment
- **Une stratégie promotionnelle ciblée et une communication structurée** en s'appuyant entre autres sur le label Green Destination, permettrait de renforcer son positionnement de destination durable et responsable.

In fine, le marché britannique présente un potentiel de développement crédible pour le tourisme corse, à condition que l'offre soit structurée et que des actions ciblées soient mises en œuvre en adéquation avec les attentes propres à cette clientèle.

ANNEXES

Sources et indicateurs Mabrian

La société MABRIAN TECHNOLOGIES utilise elle-même différentes sources de données pour alimenter sa plateforme, à savoir :

- **Recherche de vols :**

Source : agences de voyages en ligne, moteurs de recherches, agences de voyages traditionnelles qui ont un accord avec Travelport.

Indicateur : évolution journalière des recherches effectuées issues du marché ciblé.

Actualisation : journalière avec 3 jours de délais

Granularité : journalière

Vision future : jusqu'à 11 mois avant la date de vol

- **Avis sur les hôtels :**

Sources : Tripadvisor, Booking et Expedia

Indicateur : qualité du parc d'hébergements marchands perçue par la clientèle du marché étudié.

Actualisation : hebdomadaire

Granularité : hebdomadaire

Vision future : n/a

- **Tarifs des hébergements marchands :**

Sources : Tripadvisor, agence de voyages en ligne.

Indicateur : tarifs pratiqués par les hébergements marchands sur le territoire Corse et consommés par la clientèle du marché étudié

Actualisation : hebdomadaire

Granularité : hebdomadaire

Vision future : jusqu'à 6 mois avant la date de voyage

- **Mentions sur les réseaux sociaux :**

Sources : Twitter, Instagram, Tripadvisor, Google trends.

Indicateurs : multiples (produits recherchés, sites fréquentés, etc.)

Actualisation : hebdomadaire (hebdomadaire pour les index, journalière pour les produits/attraits)

Granularité : hebdomadaire

Vision future : n/a



Cahier du Tourisme n°36

Profil de marché : le Royaume-Uni

Agence du Tourisme de la Corse
Avril 2026

Photos et édition : © ATC

Réalisation

Marc Simoni

+33 (0)4 95 51 77 45

Robert Menasse

+33 (0)4 95 51 77 76

rmenasse@atc.corsica

Observatoire du Tourisme

Marc Simoni

+33 (0)4 95 51 77 45

msimoni@atc.corsica

Anne Casabianca

+33 (0)4 95 51 77 55

acasabianca@atc.corsica

Pierre Torre

+33 (0)4 95 51 77 87

Pôle Centre de Ressources

Robert Menasse

+33 (0)4 95 51 77 76

rmenasse@atc.corsica

Observatoire du Tourisme

Marc Simoni

+33 (0)4 95 51 77 45

msimoni@atc.corsica

Anne Casabianca

+33 (0)4 95 51 77 55

HYPERLINK "mailto:acaPollution

Bien-être animal

Préservation de la nature

Impact du surtourisme

