

Opinion of Corsica

Parce que les Corses ne pensent pas forcément comme les autres !

avec

“*opinionway*

the innovative research company

ATC
Leviers et freins de visite de
la Corse en haute saison

Résultats d'étude qualitative

Décembre 2014

De Delphine Sirven, Audrey Bernard
A l'attention de ATC



“*générationw*
by *opinionway*

Opinion Way

15 place de la République

75003 Paris

Tél : 01 78 94 90 00



Sommaire

- **Cadre de l'étude** – contexte
 - **Méthodologie** mise en place
- 1. Point sur les représentations de la Corse**
 - Point sur l'univers et les profils
 - La perception de la Corse et de ses spécificités
 - Les similitudes avec d'autres régions/pays
 - Les évolutions sur l'île de beauté
 - Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations
 - 2. Des leviers et motivations communs aux deux profils à visiter la Corse**
 - 3. Pour les non-visiteurs, des feins à la visite en haute saison qui semblent difficiles à contourner**
 - 4. Pour autant, quelques pistes d'axes de communication à mettre en avant**
 - 5. Annexes**



“ Cadre de l'étude

Suite à l'étude quantitative réalisée par OpinionWay dans le cadre du Baromètre Touristes Haute-Saison, ATC a souhaité réaliser une étude qualitative afin de :

- **Comprendre plus en profondeur :**
 - ❖ Les **représentations de la Corse** en tant que destination touristique, en soi et dans son univers de concurrence
 - ❖ Les **forces et les faiblesses** ; points de satisfaction et insatisfaction de la destination
 - ❖ Les **freins et les motivations** à s'y rendre tant du point de l'image de la Corse, que de l'offre touristique, du rapport qualité/prix perçu, de l'organisation du voyage, etc.
- **Pour identifier :**
 - ❖ Les **leviers** de visite à activer,
 - ❖ Les **axes de communication potentiels** à développer/valoriser



“ Une méthodologie qualitative mise en place

GROUPES EN LIGNE



2 groupes en ligne
réunissant 8 à 9
participants chacun

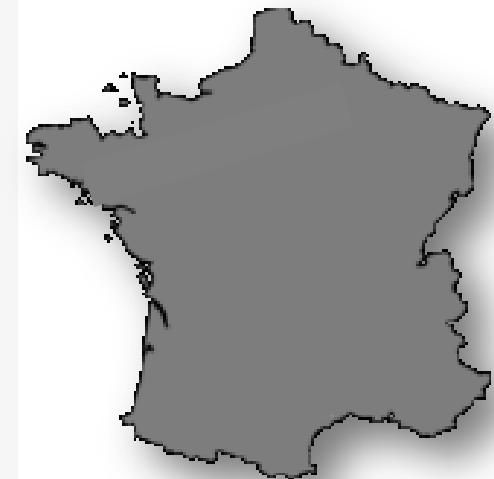
-
Le 4 Décembre : G1
- non-visiteurs

Le 5 Décembre : G2
– visiteurs

-
Incentive : par
chèque bancaire

Une répartition assurée selon **les critères suivants :**

- Mix hommes/Femmes
- **Répartition géographique** sur toute la France
- Mix des âges entre **30 et 60 ans**
- CSP +++
- **Tous partant en vacances en haute saison entre juin et septembre**
- Pour les **visiteurs** :
 - Tous étant allé en Corse au cours de l'été dernier
- Pour les **non-visiteurs**, tous :
 - Doivent être partis dans des destinations ensoleillées type îles avec des budgets équivalents à des vacances en Corse
 - Ne pas être allé en Corse
 - N'ayant pas prévu d'aller en Corse mais déclarant que cela pourrait être une destination envisageable



“ Préambule

- Des participants très impliqués au cours des groupes de par :
 - L'envie de **raconter leurs dernières vacances**
 - La projection dans une destination connue, qui **rappelle de bons souvenirs**
 - Notamment pour les visiteurs de la Corse qui étaient enthousiasmés pour **parler d'une destination qu'ils connaissent bien**



Une réelle envie de partager leurs expériences de vacances et l' image qu' ils ont de l' île de beauté



1

Point sur les représentations de la Corse

1. **Point sur l'univers et les profils**
2. La perception de la Corse et de ses spécificités
3. Les similitudes avec d'autres régions/pays
4. Les évolutions sur l'île de beauté
5. Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations

“ Pour tous, un séjour en haute saison idéal pour profiter du soleil et « se mettre au vert »

- La haute saison est une période attractive permettant de profiter :
 - De la **période des vacances scolaires** (voyages en famille, avec ses proches...) propice à des séjours plus longs
 - D'un **climat idéal** avec du soleil et un temps chaud et sec
 - De la **rupture avec la vie quotidienne** (travail, habitudes...), on oublie la vie « réelle », la routine pour décompresser
 - Du **repos** avec des vacances relaxantes, sans stress pour certains
 - De la **découverte** de nouveaux endroits, nouvelles activités pour d'autres
 - De moments à soi et de les **partager** avec ses proches et/ou avec les habitants



Des envies et attentes communes quant à leur séjour en haute saison

“ Et un séjour réussi qui passe par certaines conditions

- Un séjour **considéré comme agréable** et qui laisse de bons souvenirs doit avant tout réunir :
 - Le **rapport qualité/prix** du séjour (parfois, des prix excessifs par rapport à l'offre proposée)
 - La **satisfaction de l'hébergement** et de **l'accueil** sur place (chaleureux et convivial)
 - La **diversité des activités** culturelles, sportives... à réaliser sur place
 - Et plus en mineur, pour les non-visiteurs, le sentiment d'être en **sécurité et dans un environnement serein**



Plusieurs critères décisifs pris en compte dans l'organisation du séjour et du choix de la destination

“ Et un séjour réussi qui passe par certaines conditions

« En été, je cherche avant tout la chaleur et le soleil la mer mais aussi de pouvoir faire des balades en montagne du VTT et d'autres activités sportives » (G2)

« Le besoin de voir des paysages différents et du soleil tous les jours. L'envie de partir et de décompresser » (G1)

« Un séjour réussi, c'est un séjour qui a pu m'apporté du changement que ce soit dans la langue, la culture, la nourriture » (G1)

« La découverte du pays en direct et des activités diverses et intéressantes, la culture locale et également les visites de sites historiques » (G1)

« Du repos alliant la plage et les balades mais aussi un peu de culturel pour découvrir une région et un pays » (G2)

« La baignade pour les enfants, le bronzage mais aussi pouvoir faire des activités sportives, des promenades et beaucoup de visites » (G2)



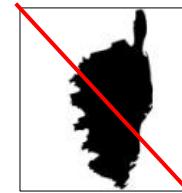
“ Un rapport à la Corse spécifique selon les profils



Les « visiteurs »

- Une île visitée une ou plusieurs fois en haute saison
- Une bonne connaissance de l'île et de ses spécificités
- Et des **habitudes de visite** plutôt :
 - Familiales (souvent accompagnés de leurs enfants)
 - Et par conséquent, pendant les vacances scolaires

Une destination « coup de cœur » qui se partage en famille



Les « non-visiteurs »

- Une île connue mais pas encore visitée
- Une destination considérée comme possible pour de prochaines vacances en haute saison
- Un profil qui privilégie pour le moment plutôt les destinations :
 - À faire à deux ou entre amis
 - Plus accessible en termes de budget (notamment pour ceux qui partent en famille)

Un séjour qui reste envisageable sous certaines conditions (prix+)

Au global, malgré leurs différences, deux profils qui ont un bon rapport à la Corse

“ Et des attentes différentes dans le choix de leur destination

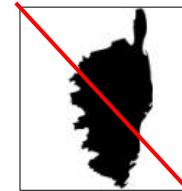


Les « visiteurs »

- Pour les visiteurs, le besoin de partir à proximité de la France, dans des destinations accessibles rapidement et peu lointaines
- L'envie de privilégier des destinations proches de leur quotidien (peu éloigné, langue française, culture connue...)
- Avec des envies diversifiées, farniente pour certains, vacances dynamiques pour d'autres (activités, visites...)



Le besoin de décompresser dans un cadre rassurant proche de la France



Les « non-visiteurs »

- Pour les non-visiteurs, l'envie de s'évader de leur quotidien en privilégiant plutôt des destinations lointaines
- Un véritable dépaysement via des destinations internationales et plutôt éloignées (découvrir d'autres cultures, des paysages inconnus...)
- Des offres qui incluent un budget cohérent avec la destination (distance, notoriété...) et leur contexte de vacances (en famille VS à deux)



Dans ce contexte, la Corse apparaît comme un séjour cher pour un dépaysement insuffisant

“ Et des attentes différentes dans le choix de leur destination



Les « visiteurs »

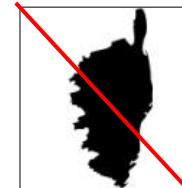
« On a l'impression d'être à l'étranger tout en ayant une culture préservée » (G2)

« C'est quelqu'un qui n'a pas envie de passer ses vacances sur la plage, il a envie de découvrir des paysages, des montagnes, faire de la randonnée, du VTT... » (G2)

« On veut du dépaysement en famille » (G2)

« J'aime beaucoup partir en Italie je n'aime pas aller trop loin car je n'aime pas prendre l'avion » (G2)

« C'est un peu à part, c'est la France, sans être la France » (G2)



Les « non-visiteurs »

« Un séjour qui m'apporte du rêve et me permet de me changer du quotidien » (G1)

« C'est plutôt à la plage avec ma femme et des amis » (G1)

« On part environ 10 jours et on s'organise en privilégiant les meilleures offres que l'on peut trouver » (G1)

« Ce qu'on cherche surtout, c'est de découvrir une nouvelle culture » (G1)

« Ce qu'on privilégie avant tout, c'est le soleil, la découverte, le farniente, la culture et le dépaysement » (G1)

« Des prix raisonnables et c'est mieux quand tout est compris » (G1)

“



1

Point sur les représentations de la Corse

1. Point sur l'univers et les profils
2. **La perception de la Corse et de ses spécificités**
3. Les similitudes avec d'autres régions/pays
4. Les évolutions sur l'île de beauté
5. Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations

“ La Corse : une identité forte à travers 4 spécificités



1

Patrimoine

2

Territoire

3

Gastronomie

4

Population

Des spécificités essentielles qui fondent l' image et
l' identité de la Corse

“ Une destination au patrimoine fort et attractif

Patrimoine

- L'**authenticité de l'île** est mise en avant à travers :
 - Son **histoire** via les grandes villes (Bastia, Corte...) de Corse et ses personnages historiques qui y ont vécus (Napoléon)
 - Sa culture musicale bercée par **les chants corses** similaires aux chants grégoriens
 - Sa **langue**, une spécificité de la région Corse (la langue française domine mais certains habitants maîtrisent le corse)



« L'histoire et les découvertes culturelles ainsi que son identité forte à travers les chants aussi, leurs modes de vie » (G2)

« Une identité forte avec un passé et une histoire ce qui lui donne ce caractère » (G1)

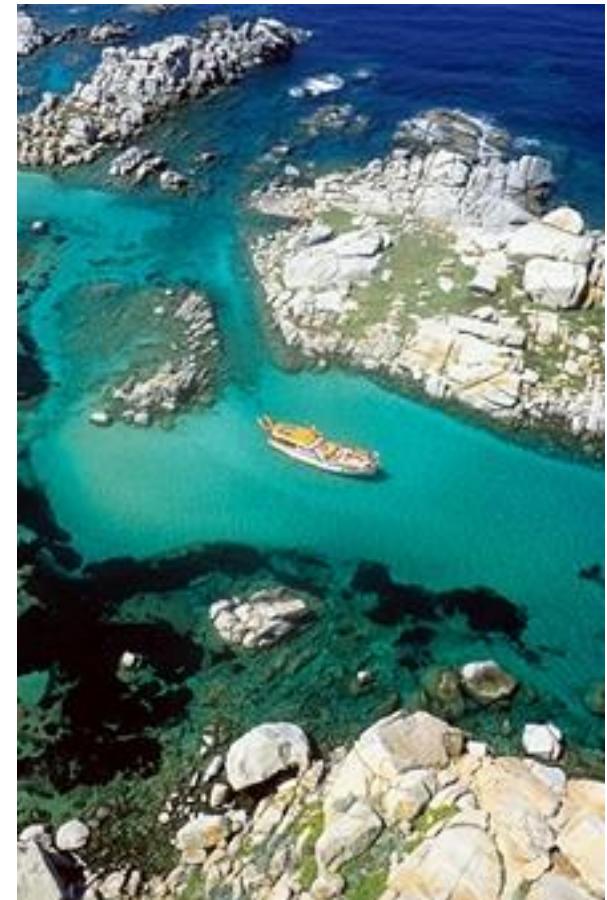
« Lorsqu'on me parle de la Corse, j'ai aussi l'image de Napoléon en tête » (G1)

Une culture appréciée de par son authenticité et son caractère unique

“ Une situation géographique entre mer et montagne

Territoire

- Les **paysages découpés** et diversifiés en fonction des endroits de l'île, on passe :
 - De la **mer** et ses splendides plages d'eau turquoise
 - À la **montagne** avec ses superficies vallonnées et ses rivières
 - Et **au maquis** qui propose une nature perçue comme sauvage, qui a conservé toute son authenticité/caractère (VS constructions...)
- Le **climat** à la fois :
 - Chaud et ensoleillé (plutôt à la mer)
 - Montagneux, plus frais et parfois encore enneigé
- Et permettant de **profiter d'une diversité d'activités** (Cf. Infra)



Une variété de paysages qui permet de répondre à tous les goûts

“ Une situation géographique entre mer et montagne

Territoire

« Son particularisme, c'est d'associer mer et montagne en un temps record » (G2)

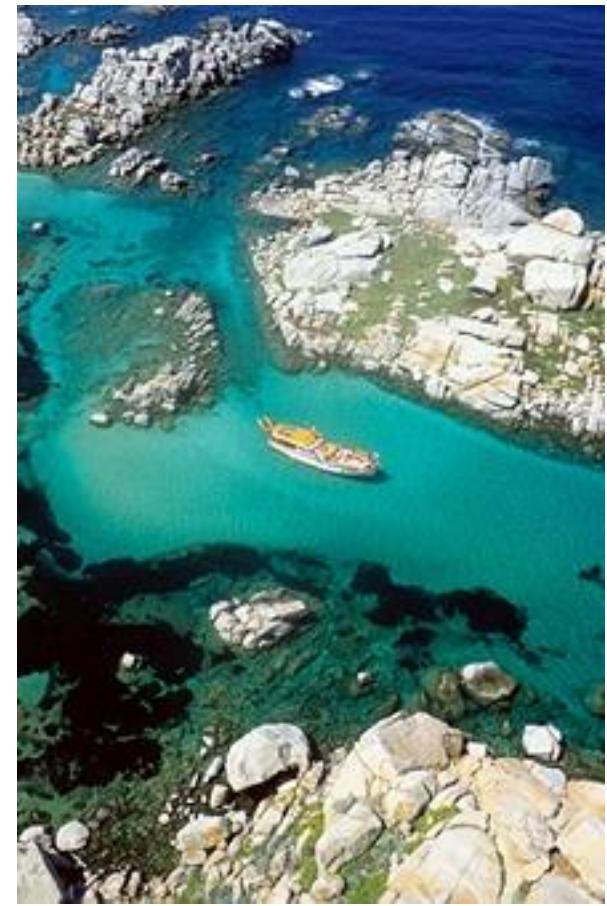
« C'est une île d'une beauté incomparable » (G2)

« Son côté très sauvage, ses plages magnifiques et les randonnées en montagne qui sont superbes » (G2)

« La Corse a de belles plages, criques et paysages avec le maquis aussi » (G1)

« Une île proche de la France sur laquelle on trouve aussi bien la ville que la montagne, que la plage » (G1)

« Du relief, les belles plages avec des paysages qui sont magnifiques et idylliques » (G1)



“ Une gastronomie reconnue pour ses saveurs du terroir

Gastronomie

- Des **spécialités culinaires typiques** qui rappellent toutes les saveurs de la région
- Le **terroir représenté à travers divers produits** fabriqués en Corse :
 - La **charcuterie** (saucisson, la sanglier...)
 - Des **fruits** plein de saveurs et de goût (clémentine, orange, figues, châtaignes...)
 - Des **olives** et huiles d'olives avec l'image de l'olivier
 - Les **fromages** forts en goût
 - La « **nepita** », une plante Corse à cuisiner



Des goûts et des saveurs très appréciés caractérisant bien l'authenticité de la Corse

“ Pour les visiteurs, des corses au caractère fort et attachant



Population

- Un « caractère corse » connu de tous, avec une **double perception** :
 - Un **fort charisme** qui passe par la fierté des corses (de leur belle île), perçus comme « rudes » et « fous », ce qui rend les premiers échanges avec eux parfois difficiles
 - Des personnes **accueillantes et perçues comme sympathiques** (sourire, gaieté...)
 - Avec un mode de vie (farniente, se laisser vivre) très apprécié
 - Et une grande générosité (beaucoup de bon cœur)



« Les corses sont fous, ont du charisme, de la gaieté et le sourire » (G2)

« Un peu rude mais au grand cœur quand on ne reste pas au premier contact. Les corses sont des bourgeois au cœur tendre » (G2)

Un caractère fougueux tout en restant accueillant

“ Toutefois, pour les non-visiteurs, une perception plus mitigée



Population

- Une image **plutôt négative** des corses qui passe par :
 - Leur **tempérament fort et têteu**, parfois « bougon »
 - L'accueil perçus comme **distant** et « **froid** »
 - Des corses perçus comme **lunatiques** et **susceptibles** lors des échanges
- Une **population perçue comme « caractérielle »** et qui ne s'adressent pas de la même manière à tous les touristes



« Les corses sont réputés pour être des caractères à part entière, avec des défauts bien marqués comme des gens râleurs, fainéants et têteus » (G1)

« Ils sont caractériels et ont de la personnalité, ils ont un tempérament de corses » (G1)

Des corses perçus comme distants et peu avenants avec les touristes

“ Au-delà de cette identité forte, des faits divers qui entachent l'image de la Corse

- Pour tous, une **image de violence accentuée par les médias** qui entache les perceptions de la Corse par les français
- Et qui **freinent en partie les non-visiteurs** à séjourner en Corse pour :
 - Le **banditisme** et les faits de mafia (rixes, criminalité, attentats) existants
 - La **violence** qui met en avant l'insécurité sur l'île
 - Le **manque d'ouverture d'esprit** via le racisme et un état d'esprit parfois communautaire
- Toutefois, des **affaires uniquement associées aux corses et qui ne touchent pas les touristes sur place**
- Des visiteurs qui **sont gênés également par la situation politique de l'île** mais pas suffisamment pour différer la découverte de l'île



Des faits de violence présents dans l'imaginaire mais qui restent secondaires

“ Au-delà de cette identité forte, des faits divers qui entachent l'image de la Corse

« Il y a toujours beaucoup de l'attentat à la bombe ce qui fait un peu peur d'y aller avec des enfants » (G2)

« La Corse, pour moi, c'est une île où il y a beaucoup de problèmes de violence » (G1)

« Les problèmes de racisme ambiant et les attentats » (G1)

« Il y a des gens a qui la corse fait peur : attentas + homicides on ajoute grève SNCM + réputation chère, le tableau est complet » (G2)

« Des aprioris sur la Corse par rapport à ce qu'ils entendent à la télévision tous les jours » (G2)

« La violence récurrente en Corse nous a fais plusieurs fois changer de destination » (G1)





1

Point sur les représentations de la Corse

1. Point sur l'univers et les profils
2. La perception de la Corse et de ses spécificités
3. **Les similitudes avec d'autres régions/pays**
4. L'évolution sur l'île de beauté
5. Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations

“ Les similitudes avec d'autres régions/pays



Bretagne – Pays Basque

- Une identité culturelle très forte, similaire à La Corse
- Des paysages sauvages et préservés



Italie

- Les produits locaux
- La gastronomie
- Le patrimoine culturel (proximité géographique avec l'Italie sous-entend une certaine influence)



Dom-Tom

- L'état d'esprit libre et sans stress « *à la cool* »
- Les paysages, le climat et la mer turquoise
- Des destinations ensoleillées très touristiques

- Des attributs de la destination Corse que l'on peut retrouver ailleurs
- Mais que seule la Corse permet de rassembler en une seule destination
= un levier à expliciter en communication

“ Les similitudes avec d'autres régions/pays



Bretagne – Pays Basque

« Je dirai la Bretagne car les gens de ce côté-là sont aussi chaleureux et francs » (G1)

« Les deux ont une identité culturelle très forte » (G2)

« Le côté identitaire se retrouve aussi bien en Bretagne qu'au Pays Basque » (G2)

« L'esprit fort, l'enracinement » (G2)



Italie

« Il y a des régions en Italie qui sont aussi dépaysantes et sympathiques que la Corse » (G2)

« Les paysages et la gastronomie, ça ressemble » (G1)

« La ressemblance avec l'Italie est indéniable » (G1)



Dom-Tom

« A cause des paysages variés et du climat » (G1)

« Des gens qui vivent à la cool, pas du tout stressé, sans se prendre la tête » (G2)

« De l'aventure, du soleil, du dépaysement, tout en restant en France» (G1)

“



1

Point sur les représentations de la Corse

1. Point sur l'univers et les profils
2. La perception de la Corse et de ses spécificités
3. Les similitudes avec d'autres régions/pays
- 4. Les évolutions sur l'île de beauté**
5. Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations

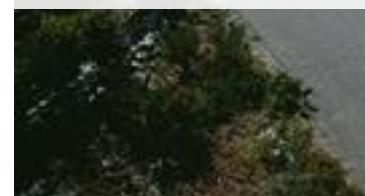
“ Les évolutions sur l'île de beauté



- Pour les **visiteurs**, des changements plutôt positifs de par :
 - Une **nature toujours préservée** voire pour certains encore mieux préservée (en comparaison de la dégradation d'autres lieux plus touristiques)
 - **Tout en développant des infrastructures** pour faciliter les déplacements sur l'île et donc le tourisme (visiteurs+)
- Toutefois, pour les **non-visiteurs**, l'image d'un développement qui impacte l'image d'une Corse au charme sauvage VS un environnement bétonné

« Ça reste très sauvage, ce n'est pas comme la Côte d'Azur qui est très bétonnée » (G2)

« Elle s'est peut-être sur-développée et bétonnée de plus en plus, c'est-à-dire qu'elle perd progressivement son charme sauvage » (G1)



« Ça reste pour l'instant encore à l'état sauvage » (G2)

« Il y a eu des travaux de fait par exemple la 4 voies au sud de Bastia, incroyable » (G2)

Pour les visiteurs, l' image d' une Corse préservée tout en sachant s' adapter aux touristes

“



1

Point sur les représentations de la Corse

1. Point sur l'univers et les profils
2. La perception de la Corse et de ses spécificités
3. Les similitudes avec d'autres régions/pays
4. Les évolutions sur l'île de beauté
5. **Focus sur l'organisation du séjour et sur la recherche d'informations**

“ Pour tous, Internet apparaît comme le moyen privilégié pour organiser leur séjour

- **Internet, un canal très utilisé** pour organiser son séjour et planifier les activités à faire sur place pour :
 - La découverte du lieu de résidence au préalable (photos, situation géographique...)
 - Les différentes activités culturelles et sportives proposées
 - Les différents prix pratiqués pour la durée et la période du séjour souhaités
- Les **sites de l'office du tourisme** qui sont perçus comme des recueils de bonnes idées, notamment pour les visiteurs de la Corse qui y trouvent :
 - Les détails sur les différents lieux de l'île
 - La projection en Corse avant de s'y rendre
 - Le repérage des dates des fêtes locales, des activités
- Les **blogs** qui permettent d'avoir un **carnet de voyages** avec des retours d'expérience/témoignages de personnes ayant visité telle ou telle destination et qui mettent en avant les endroits à faire absolument et ceux à éviter



Un canal très utile pour préparer son voyage de A à Z en prenant en compte toutes les modalités, quelle que soit la destination



“ Pour tous, Internet apparaît comme le moyen privilégié pour organiser leur séjour

« Je recherche les activités culturelles, les pratiques sportives et en général, je vais sur les sites des offices du tourisme » (G2)

« J'organise uniquement mes vacances sur Internet de A à Z » (G2)

« Je recherche des renseignements et je réserve directement sur Internet. Je regarde les activités locales, les fêtes locales, les locations pour se loger... » (G2)

« Si je veux découvrir l'endroit avoir quelques idées je vais sur Google Maps, il y a beaucoup de commentaires sur les lieux de photos et on a déjà une idée du lieu où on pense » (G2)

« Des témoignages sur les blogs et/ou forums » (G2)

« On regarde sur Internet les agences ou location d'appartement et les sites incontournables à visiter » (G1)

« Nous recherchons les meilleures saisons pour partir et les sites à visiter pour trouver les tarifs, hôtels, les critiques sur l'hôtel... » (G1)



“ Avec des outils complémentaires pour faciliter la planification

- Le **bouche à oreille** et les **retours d'expériences** des proches (amis, famille...) qui ont visité l'île avec le partage des « bons plans »
- Les **guides de voyages** (guide du routard, Lonely Planet...) pour préparer son voyage, les endroits à ne pas manquer
- L'**agence de voyage** qui permet au touriste d'être accompagné dans l'organisation de son séjour (conseils utiles, orientation vers des lieux incontournables...)

« J'écoute aussi mes amis qui me conseillent et me donnent des bons plans » (G2)

« J'achète des guides lorsqu'il y a beaucoup de choses à faire, c'est souvent Lonely mais aussi Michelin, futé, routard » (G1)



Des méthodes qui permettent aux vacanciers d'organiser au mieux leur séjour en prenant en compte toutes les sources d'informations possibles

“

Dans ce contexte d'image, quelles sont les motivations et les leviers potentiels à visiter la Corse en haute saison ?



“ Un enseignement clé



Des raisons de visite communes aux visiteurs et non-visiteurs, mais un rapport prix/dépaysement insuffisant pour les non-visiteurs



“

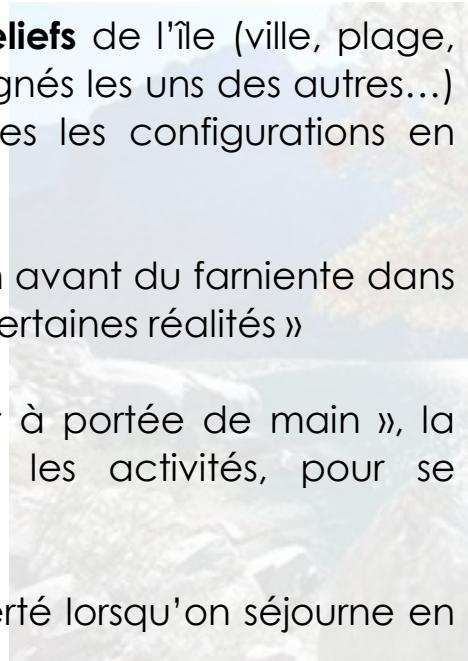


2

Des leviers et motivations communs aux deux profils à visiter la Corse

“ Le style de vie singulier et insolite

- Le sentiment de **liberté** et **d'authenticité** de l'île de par :
 - Un **paysage sauvage et diversifié** (Cf. Supra)
 - Et de la **proximité des différents reliefs** de l'île (ville, plage, campagne et montagne peu éloignés les uns des autres...) – la possibilité d'avoir quasi toutes les configurations en même temps
 - Le **temps qui s'arrête** via la mise en avant du farniente dans leur style de vie « un bloc hors de certaines réalités »
 - **L'accessibilité sur place** « tout est à portée de main », la proximité avec les commerces, les activités, pour se déplacer... (visiteurs+)
 - Le sentiment **d'exclusivité** et de fierté lorsqu'on séjourne en Corse (non-visiteurs+)



Pour certains visiteurs, le sentiment que la Corse est un pays à lui tout seul

“ Le style de vie singulier et insolite

« Une certaine classe et la fierté de dire, je pars en Corse pour les vacances, c'est branché » (G1)

« J'ai trouvé que tout était à côté pour se déplacer » (G2)

« C'est une petite île, facile à se repérer, tout est proche ou presque » (G2)

« C'est un dépaysement sans être loin, la découverte d'une autre culture » (G1)

« La découverte des paysages différents et hors du commun (G1)



“ Pour les visiteurs, une destination permettant à la fois l'évasion et le farniente

- Des **participants satisfaits de leur séjour en Corse** et qui retrouvent ce qu'ils étaient venus chercher :

- La **découverte** de destinations inédites, de l'originalité de l'endroit...
- L'**authenticité** du séjour et des lieux visités (à travers son patrimoine, sa culture...)
- Le **dépaysement et la tranquillité** via une destination déconnectant/rompant avec le quotidien
- La **gaieté** de l'île et des habitants, un air de fête (à partager avec ses proches et/ou avec les habitants)

- Avec **différentes envies** selon les touristes :

- En majeur, la **combinaison entre du repos et des vacances actives** pour profiter du cadre (spécificités et activités de l'île)
- En mineur, le **repos** via des vacances alliant farniente et détente pour certains



« Une destination pas loin, une multitude d'activités, chacun y trouve son compte : histoire, farniente, repos, plage... » (G2)

Un lieu adapté à tous les profils de vacanciers, que l'on recherche du calme et de la tranquillité ou à découvrir toutes les spécificités de la Corse

“ Une destination qui est et n'est pas en France

- Une destination **peu éloignée géographiquement et culturellement** du continent (accès facilité, rapide et langue, monnaie similaire)
- Et une île qui a également **sa propre identité**, qui permet de s'évader, de rompre avec ce qu'on peut voir et faire dans l'hexagone :
 - Le **sentiment d'être à l'étranger**, tout en étant en France – un véritable dépaysement, de l'exotisme
 - La **possibilité de vivre à un autre rythme**, et d'être complètement déconnecté... **tout en restant en France**
- Pour certains non-visiteurs, l'impression que **la Corse est indépendante** de la France, perçue comme séparée voire clivée



Une destination détachée du continent tout en étant en France

“ Une destination qui est et n'est pas en France

« On peut trouver un dépaysement à quelques heures d'avion seulement » (G1)

« C'est une île qui se veut indépendante, séparée, clivée » (G1)

« Ce qu'il y a de particulier selon moi, c'est une autre France qui vie à un autre rythme » (G2)

« C'est une île, un bloc hors de certaines réalités » (G2)

« Comme si selon moi, c'était un pays à lui tout seul » (G2)

« La praticité du voyage, elle reste française » (G1)



“ Avec une multitude d'activités possibles liées à la diversité du territoire

- Un territoire proposant **une diversité de paysages** qui permet de faire de nombreuses activités :



A la mer



A la montagne



En forêt

- Les **criques** et les **plages** de sable fin favorisant la farniente (jeux, bronzage,...)
- Et **les baignades en famille** (avec les enfants)
- L'ensemble des **sports nautiques** (bateaux, natation, ski nautique...) et les **sports de plage** (beach-volley...)
- La **randonnée GR20** connue et attractive pour les passionnés de marche
- La **pratique des activités montagnardes** : escalade, ski, snowboard, balade en raquettes, canyoning...
- Les **randonnées** à travers le sentiers mêlant rivières et paysages vallonnés
- Avec la possibilité de **découvrir le maquis à cheval ou à pied**

Une multiplicité de reliefs qui donnent la possibilité de s'épanouir dans des activités très diversifiées, pour tous les âges et tous les goûts

“ Avec une multitude d'activités possibles liées à la diversité du territoire



« Sport nautique, j'y ai fait pas mal de bateau » (G2)



« Les activités diversifiées entre mer et montagne » (G2)



« Ses randonnées pédestres et à cheval » (G2)

« La baignade, la natation...on a le choix pour les activités, cela peut correspondre à tous les âges » (G2)

« Les activités outdoor en pleine saison par exemple » (G1)

« On peut faire aussi bien de la plongée que des excursions en montagne, que c'est une destination magnifique à découvrir » (G1)

« Petites villes pittoresques, balades en montagnes, bonne bouffe » (G2)

« Les excursions, les randonnées et pour les paysages qui font rêver » (G1)

“ Et un patrimoine bien ancré

- A travers **ses villes historiques et pittoresques**, ses églises à visiter et ses ruelles que l'on peut silloner
- Les **petits villages** au bord de mer (des pêcheurs) et/ou à l'intérieur des terres (à la campagne, montagne...) peu connu et donc moins touristique
- Son **histoire qualifiée « d'envoutante »**, perçue comme à la croisée entre l'Italie, la France...et les histoires de pirates pour certains
- Pour les **visiteurs**, une île qui se doit d'être visitée et découverte dans sa globalité avec :
 - La possibilité de **faire le tour de l'île** en moto ou en voiture
 - A la condition **d'avoir suffisamment de temps** pour le faire, VS le risque de ne pas profiter de la richesse de l'île, de bâcler le séjour



« Son histoire à la croisée entre l'Italie, la France et les pirates » (G2)

« Le repos, les découvertes d'animations locales, des spectacles qui retracent l'art de vivre à la corse » (G2)

Une culture unique et propre à la Corse qui induit une découverte enrichissante et inédite pour les touristes

“



3

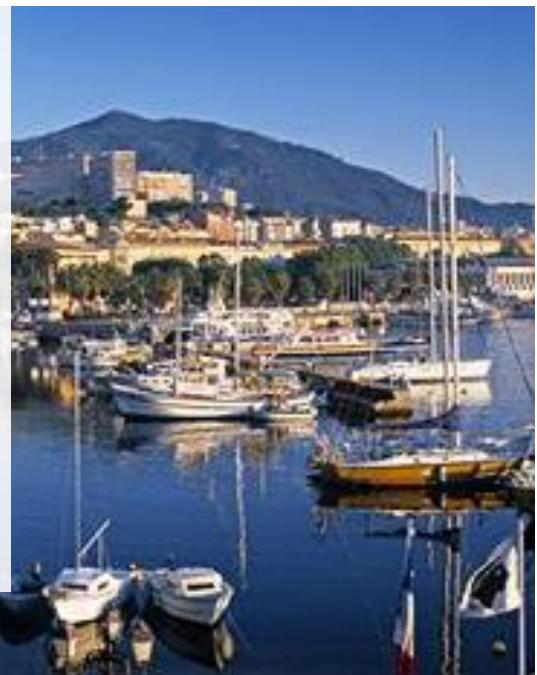
Pour les non-visiteurs, des feins à la visite en haute saison qui semblent difficiles à contourner

“ Une destination jugée parfois peu accessible en termes de prix pratiqués

- Pour tous, une **belle destination attractive qui induit un budget vacance important**, à la fois pour s'y rendre et pour les dépenses sur place (logement, restauration, activités...)



- **Pour les visiteurs**, un bon rapport qualité/prix via une destination unique d'une beauté incomparable
- ...avec en mineur, un coût du transport en ferries (incluant la voiture) jugé parfois excessif
- **Pour les non-visiteurs**, le sentiment d'un **budget élevé** pour une destination **peu dépayante** : trop proche de la France VS séjours plus lointains
- Et qui **ne proposent pas d'offres tout compris** (transport, hébergement, restauration, visites...) jugées plus avantageuses par certains (famille+)



Un séjour trop cher pour le dépaysement géographique et culturel proposé

“ Une destination jugée parfois peu accessible en termes de prix pratiqués

« Il faut que les tours opérateurs proposent des forfaits all in one attractifs » (G1)

« Proposer un package hôtel et trajet et que les prix soient plus attractifs » (G1)

« Le coût des transports trop coûteux pour y aller » (G2)

« Surtout la traversée qui est horriblement cher en voiture et en famille » (G2)

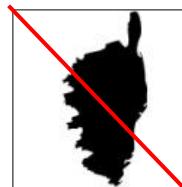
« J'ai bien envie d'y aller mais les prix me permettent d'aller plus loin et d'avoir plus de dépassement » (G1)

« Que les prix soient en baisse, comme la traversée par le ferry » (G1)

« C'est cher en plaine saison par rapport à certains pays étrangers » (G1)



“ Et par ailleurs, des freins corolaires pour les non-visiteurs



- Des **moyens** pour se rendre sur l'île **perçus comme complexes** et coûteux (Cf. Supra) – uniquement par avion ou ferry
- Et **des possibilités** pour se déplacer sur l'île **très restreintes**, qui obligent les vacanciers à louer une voiture ou à venir par le ferry avec leur propre voiture VS transports en commun
- Une **destination très touristique** en haute saison qui freine les non-visiteurs avec un fort besoin de tranquillité (des plages assaillies de touristes)
- **L'accueil** qui est **peu convivial**, empêchant les touristes qui souhaitent découvrir/faire connaissance avec les habitants (leur mode de vie, leur histoire, leurs conseils...) d'aller en Corse

... d'autant plus avec les difficultés de mobilité sur place (obligation de prendre sa voiture ou d'en louer une)

“ Et par ailleurs, des freins corolaires pour les non-visiteurs



« Il faudrait que les habitants soient plus accueillants »
(G1)



« Plus de facilité au niveau des trajets et des efforts sur les prix » (G1)



« D'avantage de développement touristique et plus de facilité pour traverser » (G1)



« L'idée que les gens ne sont pas si accueillants est une raison suffisante » (G1)

« Il y a beaucoup de monde l'été et c'est forcément pas dans mon budget » (G1)

« Le monde entassé sur les plages, le prix et les gens fermés » (G1)

« Donc sur place, louer une voiture est obligatoire car il ne doit pas être facile de se déplacer » (G1)

“ Avec au final, des freins qui rejoignent les attentes d'amélioration des visiteurs

En commun

1. Les **prix pratiqués** parfois jugés excessifs (hébergement, restauration, activités...)
2. Les **moyens de transports pour se rendre sur l'île** et leur coût
3. Les **transports sur place** qui doivent encore être perfectionnés pour une mobilité optimale (obligation d'avoir une voiture)
4. Pour certains, **l'accueil de certains habitants parfois distant, qui manque de convivialité**

Spécifiquement aux non-visiteurs

1. Le **manque de véritable dépaysement** (même langue, culture connue...)

Ce qui pourrait faire basculer les non-visiteurs

- ➔ La mise en avant de paysages uniques et époustouflants
- ➔ La valorisation de l'accueil convivial des corses et de l'ensemble des possibilités de l'île (activités, découvertes...)
- ➔ Des prix plus attractifs et accessibles (transport, tarifs sur place)
- ➔ Des offres « all including » et packagées incluant le transport et l'hébergement voire la restauration

“



4

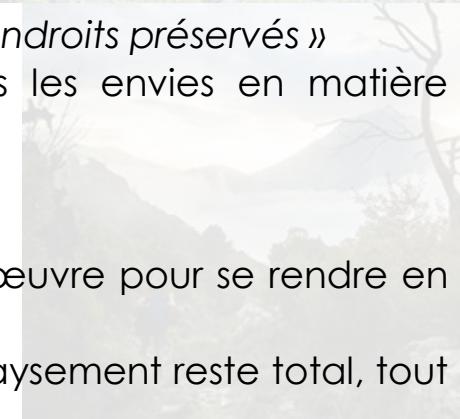
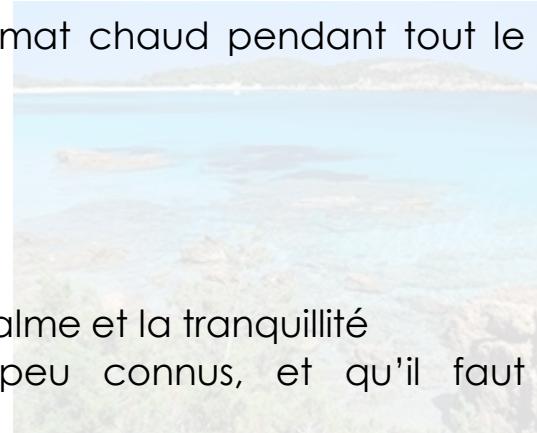
Pour autant, quelques pistes d'axes de communication à mettre en avant

“ Une île unique qui doit capitaliser sur ses forces

- Transversalement aux profils, **plusieurs leviers** sont à mettre en avant :
 - Une **destination ensoleillée** qui garantit un climat chaud pendant tout le séjour
 - La **richesse de l'île** autant en termes :
 - De paysages préservés
 - De diversité d'activités
 - D'endroits peu touristique où règnent le calme et la tranquillité
 - D'originalité des lieux jugés insolites, peu connus, et qu'il faut absolument découvrir
« à la découverte de la Corse profonde, des endroits préservés »
= une **île adaptée à tous les goûts**, toutes les envies en matière d'évasion
 - **Pour les visiteurs,**
 - La **diversité des moyens de transport** mis en œuvre pour se rendre en Corse (avion, ferry avec ou sans voiture...)
 - Un **séjour à deux pas du continent**, où le dépaysement reste total, tout en restant en France
 - L'accueil et la **sympathie des habitants**, leurs singularités attachantes



Une destination qui préserve sa richesse naturelle et culturelle



“ Une île unique qui doit capitaliser sur ses forces

« A chaque fois que j'étais en Corse, j'ai toujours été bien accueilli » (G2)

« Je nous imagine bien dans cette île que l'on a surnommé île de beauté et ce n'est certainement pas sans raison » (G1)

« Proposer des choses à découvrir qui sortent de la culture française » (G1)

« Un truc qu'on ne trouve que là-bas, de montrer ce qu'il est possible de faire » (G1)

« Il faut montrer les paysages, la culture, les activités » (G1)

« Des activités sportives, familiales et culturelles » (G1)

« Une île de caractère, une lumière et un état d'esprit » (G2)

« Un état d'esprit à part selon moi car c'est propre à la Corse, on n'adhère ou pas » (G2)

« Qu'il faut y aller plusieurs fois car chaque coin est différent, pour découvrir un art de vivre et un art d'être unique » (G2)



Tout en rassurant les non-visiteurs sur la qualité de la destination

- Pour les **non-visiteurs**, le besoin avant tout d'être convaincu et rassuré sur :
 - **L'accessibilité et facilité du déplacement** sur place et pour se rendre sur l'île (pour faciliter l'organisation du séjour)
 - **L'attractivité des tarifs et notamment des offres packagées** (transport et hébergement, voire des promotions pour certains) VS l'image d'une destination haut de gamme peu accessible
 - La **sécurité de l'île**, malgré les faits divers jugés parfois inquiétants, une destination sans risques pour les touristes
 - L'**état d'esprit des habitants** parfois peu accessibles et communicatifs
 - La **qualité des hébergements** sur place (gîtes, hôtels, campings...) et mettre en avant la diversité des hébergements possibles
- Et de **capitaliser sur une destination** unique qui laisse place à l'inattendu via l'originalité des lieux, des activités et de la culture



Des non-visiteurs qui doivent être rassurés sur la destination, les trésors cachés, ce qu'il pourra découvrir, et surtout sur le dépaysement recherché

“ Via un certain nombre de messages stimulants

1. Au global, sur la **destination** :

- La **valeur ajoutée de la destination** qui permet d'y aller plusieurs fois tout en continuant de découvrir de nouvelles choses « *chaque lieu est différent* »
- La **découverte d'un art de vivre**, d'un art d'être avec la singularité des habitants et les spécificités des paysages de l'île



« Faire en sorte de rendre le voyage le plus plaisant possible avec des activités riches et intéressantes, de l'inattendu et des découvertes » (G1)

Proposer un ensemble de possibilités selon les besoins de chacun : randonnées en montagne ou en forêt, activités au bord de mer, visites culturelles, dégustation de la gastronomie corse...

“ Via un certain nombre de messages stimulants

2. Sur le **particularisme** de l'île, en communiquant sur :

- Une **destination jugée « en vogue »** qui a développé ses transports et ses activités sur place pour accueillir les touristes en haute saison
- **L'authenticité** de l'île (paysages, culture...) – une île de beauté au caractère très singulier avec des endroits uniques « on ne trouve ça qu'en Corse »



« La Corse s'est bien développé ces dernières années et est devenue une destination en vogue, donc j'imagine que les transports et les activités sur place sont bien développés aussi »
(G1)

Capitaliser sur les atouts actuels de l'île et sur ses innovations, ses évolutions (coins paradisiaques, les nouveautés...) qui garantissent un séjour réussi et dépaysant

“ Via un certain nombre de messages stimulants

3. Sur **la sécurité**, la diversité des **moyens de déplacements et l'accueil des habitants** ... pour pallier aux craintes des non-visiteurs de découvrir l'île

« Montrer les atouts de la région et mettre l'accent sur la sécurité » (G1)

« Le voyage pour parvenir sur l'île, je pense que ça doit être long et fastidieux » (G1)

Rassurer les touristes sur la sécurité et la mobilité sur l' île afin de lever certains freins parfois très ancrés en proposant des offres packagées et en communiquant sur la convivialité des corses



“ Via un certain nombre de messages stimulants

4. Le ton, pour raconter la Corse en haute saison, qui doit être :

- **Dynamique et festif** en communiquant sur l'ambiance et le charme de l'île
- **Chaleureux et convivial** en mettant en avant l'accueil et l'état d'esprit des habitants
- **Calme et neutre** (épuré) pour parler d'une Corse authentique où l'on peut profiter de moments de détente
- **Tout en restant sérieux** pour conserver de la crédibilité et rassurer les plus réfractaires VS le ton de l'humour pas adapté pour parler de l'esprit corse
- Et des **slogans accrocheurs qui dynamisent le message** : « La Corse s'ouvre à vous et vous tend les bras » ; « La Corse offre l'apaisement et le dépaysement » ; « Soleil et découvertes à portée de tous, venez chez vous en Corse »



Un ton qui doit être en phase avec les perceptions des visiteurs et non-visiteurs de la Corse

“ Via un certain nombre de messages stimulants

« Il faut des témoignages de touristes et des paysages à couper le souffle » (G1)

« Un ton chaleureux et agréable qui donne envie de venir » (G1)

« [un ton] calme et rassurant par des témoignages de locaux » (G1)

« Il faudrait communiquer sur quelque chose d'authentique, de naturelle et de vrai » (G2)

« Garder de la simplicité et le côté vrai naturel de l'île » (G2)

« Un ton enjoué invitant à venir découvrir un art de vivre » (G2)

« On peut tout faire en Corse, il y en a pour tous les goûts : plages, soleil, bouffe, balades, découvertes... » (G2)



“ Et une présentation qui doit privilégiée une vision de la Corse unique/transverse aux saisons

- Une présentation de la Corse sur le site de l'office du tourisme appréciée via **la possibilité d'avoir autant de dépaysement quelle que soit la saison**
- Avec l'intérêt de communiquer sur :
 - **Ce que la Corse propose toute l'année** « la Corse peut être visitée en toutes saisons » - les activités, la gastronomie
 - Son **changement de visage au fil des saisons** avec des paysages et une vie sur l'île qui évoluent, montrent d'autres facettes
 - Les **deux modes de vie possibles en Corse** : d'un côté la montagne et de l'autre la mer
- Et l'**opportunité** pour faire bouger l'image de la Corse pour les **non-visiteurs** :
 - Plus de facilité à se projeter **à n'importe quel moment de l'année** VS une destination uniquement attractive en été
 - Et donc, des **motivations plus fortes** à découvrir la Corse et à faire bouger leurs positions



La possibilité d' élargir l' image de la Corse des non-visiteurs avec une destination attractive toute l' année

“ Et une présentation qui doit privilégiée une vision de la Corse unique/transverse aux saisons

« Le tourisme en Corse, c'est toute l'année » (G1)

« Comme ça, on peut se projeter et y aller à n'importe quel moment de l'année et pas exclusivement en été » (G1)

« On pense à la Corse pour l'été en principe mais guère pour les autres saisons » (G1)

« L'impression d'une Corse accessible toute l'année, la Corse, ce n'est pas que l'été » (G1)

« Moi, je pense que la mer et la montagne sont très liées en Corse » (G2)

« Le côté vivant de la Corse au fil des saisons » (G2)

« Avec la Corse, on n'est pas figé que sur l'été, on me fait comprendre que la Corse, c'est toute l'année et j'aime bien » (G2)

« Ça représente bien la Corse comme je la connais, le caractère sauvage pour s'isoler et se retrouver » (G2)



Au bilan

A faire



- Opter pour une **présentation variée et représentative de l'ensemble des possibilités** qu'offre l'île, **au sein d'une saison et au global des saisons**
- Opter pour **un style épuré et un ton convivial/festif** pour montrer simplement et de manière dynamique toutes les dimensions de l'île de beauté
- Mettre en avant :
 - La **diversité des paysages**, notamment la mer turquoise et ses plages de sable fin, ses criques et ses falaises
 - La **convivialité** de l'accueil des habitants via des photos chaleureuses, vivantes
 - L'**originalité de la destination** via des expériences et endroits uniques, qu'on ne trouve qu'en Corse

A éviter

- Des **termes, vocabulaires spécifiques** et pas forcément accessibles à tous qui freinent la compréhension
- Des **personnages « figés », trop mis en avant** et peu évocateur de la Corse et de l'état d'esprit de ses habitants
- **Mettre en second plan l'identité corse** au profit de personnages et de mises en situation peu réalistes et cohérentes avec son image
- Des **visuels sombres et une disposition « fouillis »** qui créent de la confusion
- Des **photos de paysages « lambda »** qui ne permettent d'identifier la Corse au premier coup d'œil

“



5

Annexes

“ Tableau des participants – Non-visiteurs(G1)

Prénom	Age	Lieu de résidence		Situation familiale	Dernière destination de vacances	Destinations de prédilection	Destinations envisagées pour les prochaines vacances
Christiane	56	62126	WIMILLE	Célibataire avec enfant(s)	Sardaigne et Languedoc	Italie , Sardaigne	Corse
Marie Claude	59	75019	PARIS	En couple avec enfant(s)	Biarritz	la mer, les îles , l'océan atlantique et les montagnes	Corse; Guadeloupe Martinique Réunion; Sardaigne
Cecile	30	75014	PARIS	En couple sans enfant	Marrakech	les îles , les lieux ensoleillés	Corse; Martinique Réunion; Sardaigne
Martin	47	33400	TALENCE	En couple avec enfant(s)	Londres	Afrique (Cameroun) Europe (France, Espagne ,Sardaigne)	Corse; Guadeloupe Martinique; Réunion
Pierre	33	69007	LYON	En couple sans enfant	Camargue	Reunion , les Açores ,	Corse; Guadeloupe Martinique Réunion; Sardaigne
Frédéric	45	69001	LYON	En couple avec enfant(s)	Cap d'Agde	La Grece , les Antilles	Corse Guadeloupe Martinique Réunion Sardaigne
Zaia	39	59450	SIN LE NOBLE	En couple avec enfant(s)	en Grèce les îles	La Méditerranée , La Sardaigne	Corse Guadeloupe Martinique Réunion Sardaigne
Florian	33	69007	LYON	En couple sans enfant	Mexique	Les îles Réunion , Sardaigne	Guadeloupe Martinique

“ Tableau des participants – Visiteurs(G2)

Prénom	Age	Lieu de résidence		Situation familiale	Dernière destination de vacances	Destinations de prédilection	Destinations envisagées pour les prochaines vacances
Elisabeth	49	13510	EGUILLES	En couple avec enfant(s)	La Corse	Corse France	Corse Guadeloupe
Cecile	40	13006	MARSEILLE	En couple avec enfant(s)	Barcelone, Corse	Corse. Barcelone.	Corse
Catherine	43	35850	GÉVEZÉ	En couple avec enfant(s)	La Corse	Corse	Corse
Alain	44	69150	DECINES	En couple avec enfant(s)	la Corse	La Méditerranée / Italie / Maroc / Grece / Tunisie	Corse; Guadeloupe; Martinique; Réunion; Sardaigne
Anne-violaine	43	35760	SAINT GRÉGOIRE	En couple avec enfant(s)	La Corse	Montagne Corse	Corse
Antoine	47	69100	VILLEURBANNE	En couple avec enfant(s)	La Corse et Bretagne	la Corse , la Sardaigne , Guadeloupe	Corse; Guadeloupe Martinique Réunion; Sardaigne
Olivier	43	62136	LA COUTURE	En couple avec enfant(s)	La Corse	Thailande , République Dominicaine , Antilles	Corse Réunion Sardaigne
Joelle	53	13830	ROQUEFORT LA BEDOULE	En couple avec enfant(s)	La Corse	Corse , Réunion	Corse Guadeloupe Martinique Réunion Sardaigne
Stéphane	36	75020	PARIS	En couple avec enfant(s)	La Corse et l'Italie	La méditerranée	Corse Sardaigne

“ Condition de diffusion et de réalisation

- **Conditions de diffusion de l'étude :** les résultats de cette étude sont **l'entièrre propriété de ATC** qui peut s'il le souhaite en faire une diffusion totale ou partielle. Dans le cas d'une diffusion nous recommandons de mentionner dans un **encart** que l'étude a été **réalisée par OpinionWay** et de préciser la **méthodologie** (mode de recueil, taille d'échantillon et mode de représentativité) ainsi que les **dates de recueil des données**.
- **Application de la norme ISO :** OpinionWay a réalisé ce projet /cette étude en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.
- **Etude qualitative :** Les résultats d'une étude qualitative ne peuvent pas être projetés à l'ensemble de la population en raison de la sélection de l'échantillon, des méthodes utilisées et de la taille de l'échantillon (extrait de la norme 20252 paragraphe 7.3)