

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #11

PORTRAITS DE VACANCIERS

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #11

RITRATTI DI VACANZIERI

ÉDITION **2022**



Basée sur une enquête réalisée en 2021

Résultats de l'enquête menée par l'Agence du Tourisme de la Corse auprès des visiteurs de la saison 2021, dont les objectifs principaux étaient :

- D'identifier les différents profils de touristes
- De mesurer leur ressenti et satisfaction
- De cerner leurs caractéristiques
- Et d'analyser leurs comportements de consommation

01	INTRODUCTION	4
02	PROFIL DE CLIENTÈLES : TROIS TYPES DE VISITEURS	5
	2.1 « LES VISITEURS STANDARDS »	5
	2.2 « LES AFFINITAIRES »	6
	2.3 « LES GLOBES TROTTEURS ÉCOLOS »	6
03	QUELS TYPES DE VACANCES ?	7
	3.1 MOTIVATIONS, ACTIVITÉS ET MOBILITÉ AU COURS DU SÉJOUR	7
	3.1.1 MOTIVATIONS	7
	3.1.2 ACTIVITÉS	7
	3.1.3 MOBILITÉ AU COURS DU SÉJOUR	8
	3.2 DES PROFILS DE VACANCIERS DIVERS	8
	3.2.1 LES VACANCIERS « ACTIFS »	8
	3.2.2 LES VACANCIERS « FARNIENTE »	9
	3.2.3 LES VACANCIERS « EXPLORATEURS »	9
	3.2.4 LES VACANCIERS « ACTIFS / SPORTIFS »	9
	3.2.3 LES VACANCIERS « CASANIERS »	10
	3.3 DES COMPORTEMENTS EN MUTATION ?	10
	3.4 LA CORSE, UNE DESTINATION TRÈS APPRÉCIÉE	11
04	QUI SONT LES VISITEURS DE LA SAISON 2021 ?	13
	4.1 LA FORTE PRÉSENCE D'UNE CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ ET DES ÉTRANGERS ENCORE ABSENTS	13
	4.1.1 90% DES TOURISTES SONT FRANÇAIS	13
	4.1.2 10% DES TOURISTES SONT ÉTRANGERS	13
	4.2 UN ÂGE MOYEN ASSEZ ÉLEVÉ	13
	4.3 UN REVENU MOYEN EN BAISSÉ	14
05	QUEL TYPE DE VOYAGE ?	15
	5.1 LES RÉSERVATIONS DE DERNIÈRE MINUTE N'ONT PLUS LA CÔTE	15
	5.2 UN VACANCIER SUR DEUX VIENT EN ÉTÉ	16
	5.3 LA VOITURE, PRINCIPAL MOYEN DE DÉPLACEMENT DANS L'ÎLE	17
	5.4 HÉBERGEMENT : UNE FORTE HAUSSE DE LA LOCATION DE MEUBLÉS DE TOURISME	18
	5.5 RÉSERVATION DIRECTE : LE MODE DE RÉSERVATION PRIVILÉGIÉ	19
	5.6 LES MICRORÉGIONS DU MEZZIORNU ALTA-ROCCA ET LA BALAGNA FORTEMENT PLÉBISCITÉES	20
	5.7 DES VISITEURS FIDÈLES À LA CORSE	20
	5.8 UNE DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR QUI SE RALLONGE	21
	5.9 DES VOYAGES SURTOUT EN COUPLE OU EN FAMILLE	22
	5.10 UN MONTANT DE DÉPENSE JOURNALIER IMPACTÉ PAR LA CRISE	23
06	CONCLUSION	24

1.1 CONTEXTE DE L'ÉTUDE

La récente crise sanitaire a bouleversé les modes de consommation du voyage. Les voyageurs ont adopté de nouveaux comportements en se réadaptant et en se réinventant. Il nous a donc semblé opportun d'observer ces changements en conduisant une enquête auprès des touristes ayant séjourné en Corse pendant l'année 2021 et tenter de répondre à quelques interrogations :

- Qui sont-ils ?
- Quels types de vacances ont-ils choisi ? Comment ont-ils voyagé ?
- De quelle manière ont-ils consommé ? Quelle a été leur satisfaction ? Leurs attentes ?
- Sont-ils prêts à modifier leurs comportements de voyage dans un contexte où le tourisme durable fait partie prenante des préoccupations de chacun d'entre nous ?
- Et bien entendu : ces tendances observées en 2021 sont-elles éphémères ou bien inscrites dans la durée ?

Autant de questions auxquelles l'Observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse tente de répondre dans ce Cahier du Tourisme #11.

1.2 MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

Les objectifs de cette étude sont multiples :

- Identifier les différents profils de touristes ;
- Mesurer le ressenti des touristes et leur satisfaction concernant leur séjour en Corse sur différents items tels que le transport, l'hébergement, les activités, etc. ;
- Connaître les caractéristiques des touristes (origine géographique, motif du voyage, mode d'hébergement...) qui ont passé leurs vacances en Corse ;
- Analyser les comportements de consommation des clientèles. *Comment les touristes se sont-ils adaptés ? Ces adaptations, sont-elles vouées à perdurer ? Quelles sont leurs attentes en matière de tourisme ?*

Pour répondre à ces objectifs, l'Observatoire de l'ATC a interrogé¹ les touristes ayant séjourné sur l'île à partir d'un questionnaire rédigé en quatre langues (français, anglais, allemand et italien) et organisé autour de quatre thématiques : Le profil des enquêtés, leur satisfaction, les caractéristiques de voyage, et leur comportement (profil de vacanciers).

L'enquête en ligne s'est déroulée du 15 janvier au 15 février 2022. 930 réponses ont été comptabilisées et ce sont au total 600 questionnaires valides qui ont été analysés.

L'Agence du Tourisme de la Corse tient à remercier l'ensemble des acteurs qui ont contribué à la diffusion de ce questionnaire auprès de leur clientèle : hébergeurs, compagnies de transport et Offices de Tourisme.

¹ Questionnaire transmis à l'issue de la saison 2021, par l'intermédiaire de différents opérateurs du tourisme (OTI, hébergements, compagnies de transport...)

02 PROFIL DE CLIENTÈLES : TROIS TYPES DE VISITEURS²

L'analyse de l'ensemble des données collectées lors de cette étude nous amène à penser que les touristes ayant séjourné en Corse pendant l'année 2021 peuvent se répartir en trois types de profils de clientèle, avec pour chaque type des caractéristiques particulières.

2.1 « LES VISITEURS STANDARDS³ »

Ils ont réservé leur séjour très en avance (entre 3 et 6 mois) et séjournent entre 2 et 3 semaines, sur le littoral, principalement entre juin et septembre, majoritairement en famille ou en couple.

Leurs vacances sont en lien avec le dépaysement, la relaxation et la déconnexion.

Pour cela ils profitent principalement de la plage mais font également du sport et sont friands d'activités « nature ».

Ils ne sont pas prêts à renoncer à visiter des sites mêmes si ces derniers sont sur-fréquentés.

Enfin ils ne viennent pas en Corse pour l'offre culturelle et la découverte du patrimoine.

Ce sont des vacanciers à la fois « farniente » et « actifs/sportifs⁴ » .



© Sylvain Alessandri

² Notre échantillon a fait l'objet d'une analyse factorielle des correspondances multiples (ACM). Cette technique consiste simplement à extraire l'essentiel de l'information contenu dans un vaste ensemble de données afin de décrire à la fois les relations entre les individus et les relations entre variables. Complétée par une classification ascendante hiérarchique (CAH), l'ACM permet d'effectuer des regroupements d'individus en fonction de leur degré de similarité, on parle d'homogénéité des individus. Si l'homogénéité des individus est suffisante alors ils appartiendront à la même classe. L'utilisation de ces deux techniques nous a permis d'identifier les trois classes décrites ci-dessus.

³ Cette classe représente 69% de l'échantillon total soit 408 individus.

⁴ Se référer au paragraphe 3.2 Des profils de vacanciers divers page 7.

2.2 « LES AFFINITAIRES⁵ »



© Sylvain Alessandri

Ces touristes ont un lien particulier avec la Corse. Ils séjournent dans leur résidence secondaire, chez la famille ou des amis et sont plutôt d'un âge avancé.

Ils viennent en dehors de la saison, principalement au mois de mai, et leur séjour est de longue durée (plus de 3 semaines).

Ils recherchent la convivialité, le partage et sont plutôt casaniers. Ils apprécient la gastronomie et sont en quête de découverte du terroir. Ils font également des balades et des randonnées. Enfin, ils ne sont pas à la recherche d'une offre culturelle variée.

Ce sont principalement des vacanciers « farniente ».

2.3 « LES GLOBES TROTTEURS ÉCOLOS⁵ »

Ce sont des explorateurs : ils sillonnent plusieurs régions notamment l'intérieur de l'île, et ce, principalement en dehors de la saison, majoritairement en octobre. Ils sont assez jeunes (45-55 ans).

Ils réservent leur séjour entre 1 et 3 mois à l'avance, séjournent entre 1 et 2 semaines. Ils voyagent plutôt en solitaire.

Il est important pour eux de donner du sens à leurs vacances. Ils ont déjà intégré des pratiques responsables dans leur façon de voyager en privilégiant une mobilité douce.

Ils acceptent de payer pour visiter des sites naturels surfréquentés ou bien encore préfèrent visiter des destinations moins fréquentées.

Ils sont en quête de nature et attachent beaucoup d'importance à la diversité de l'offre culturelle de la destination.

Ce sont des vacanciers « explorateurs » et « actifs/sportifs ».



© Unsplash

⁵ Cette classe représente 12% de l'échantillon total soit 79 individus.

⁶ Cette classe représente 18% de l'échantillon total soit 108 individus.

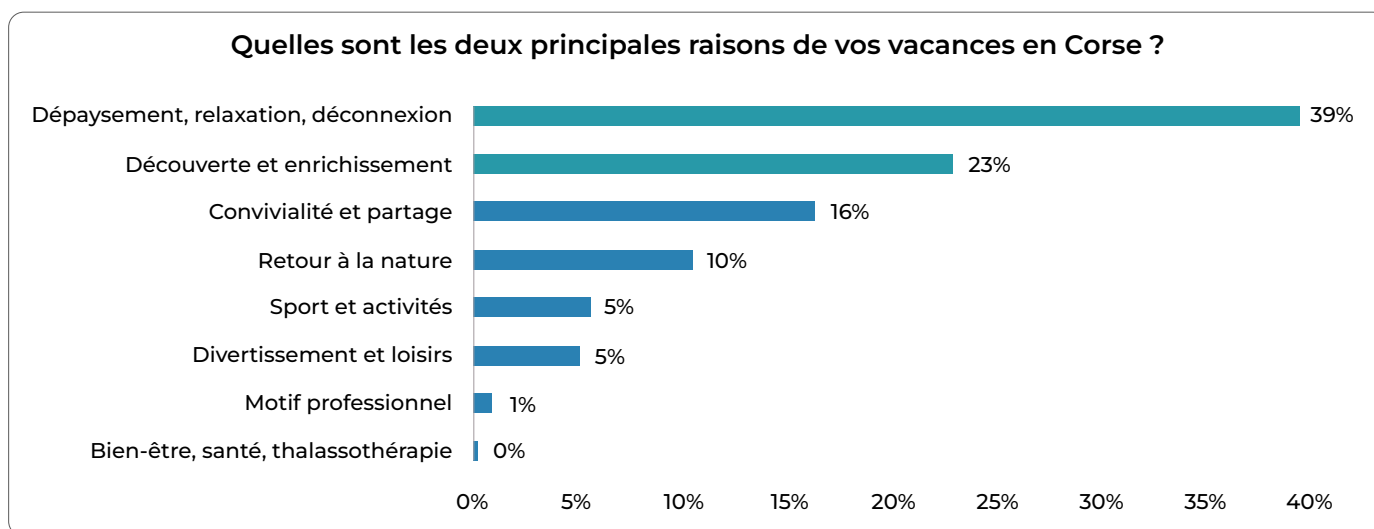
03 QUELS TYPES DE VACANCES ?

3.1 Motivations, activités et mobilité au cours du séjour

3.1.1 MOTIVATIONS

En 2021, les visiteurs ont choisi la Corse principalement pour se « **dépaysier, se relaxer et se déconnecter** » (39%) et pour la « **découverte et l'enrichissement** » (23%).

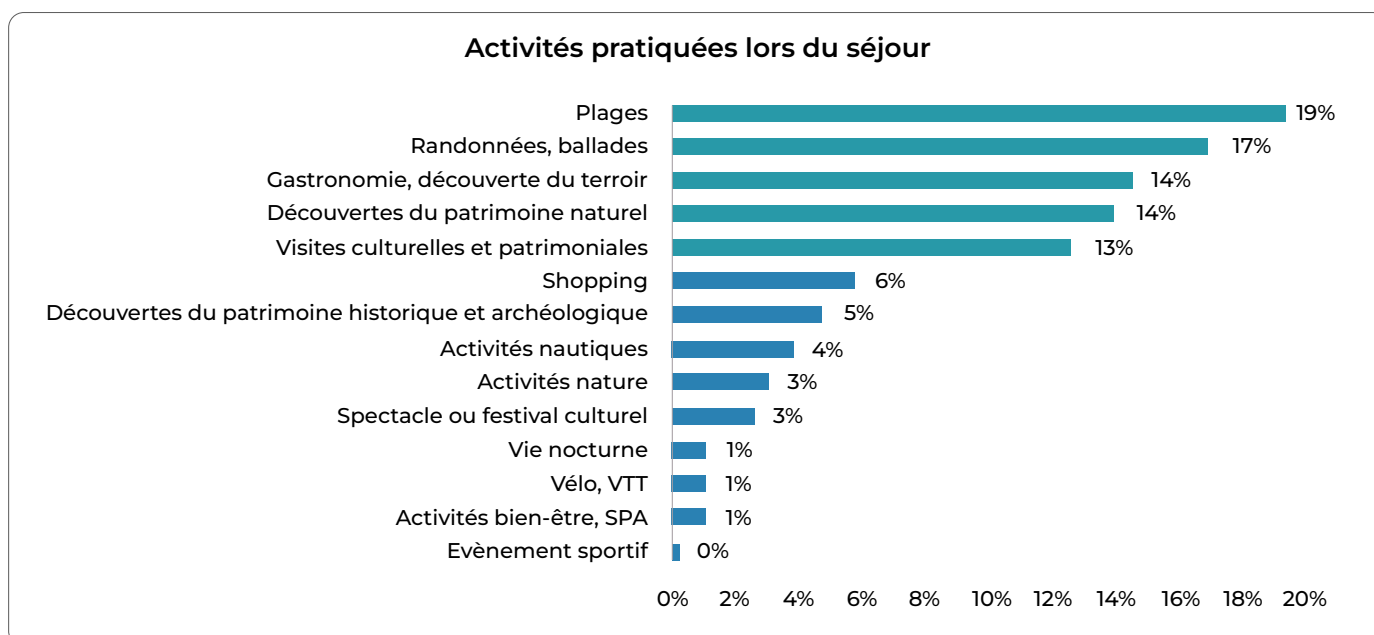
Mais on observe aussi une tendance vers plus de partage et de convivialité.



3.1.2 ACTIVITÉS

Les activités liées à la plage (19%), aux randonnées et balades (17%), à la gastronomie et la découverte du terroir (14%), à la découverte du patrimoine naturel (14%) et du patrimoine culturel (13%) font partie des activités privilégiées des touristes, tous types confondus.

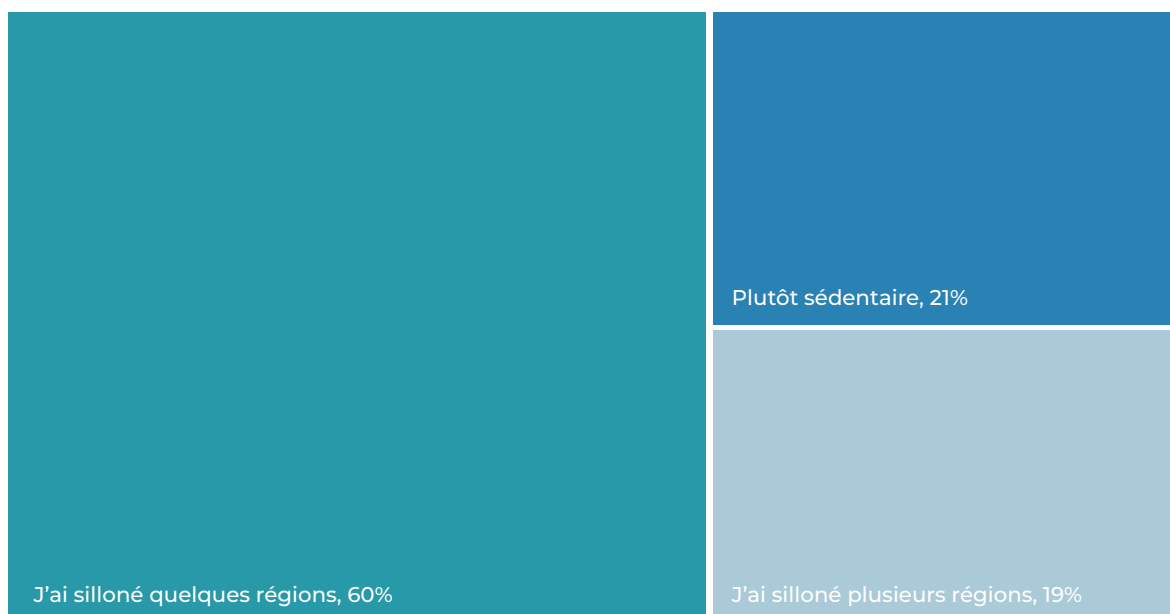
La recherche d'activités sportives et de nature (activité nautique, de nature et VTT) arrive juste après.



3.1.3 MOBILITÉ AU COURS DU SÉJOUR

En Corse, les voyageurs de la saison 2021 sont nomades (79%), c'est-à-dire qu'ils visitent plusieurs microrégions pendant leur séjour. Seuls 21% sont sédentaires.

Mobilité au cours du séjour



3.2 DES PROFILS DE VACANCIERS DIVERS

3.2.1 LES VACANCIERS « ACTIFS »

35% sont des vacanciers « actifs : ils ont un planning bien chargé pour la découverte et le divertissement ».

Ils sont nomades : ils ont sillonné plusieurs régions (65%) voir l'ensemble de l'île (27%).

Ils sont en Corse pour se dépayser (62%) mais aussi découvrir l'île et s'enrichir (17%).

Ils ont profité de la plage (78%) et du patrimoine culturel de la région (65%).



IStockphoto © Naeblys



© Sylvain Alessandri

3.2.2 LES VACANCIERS « FARNIENTE »

31% des visiteurs sont « Farniente : en vacances je ne fais rien ».

Ils ont des vacances en lien avec le dépaysement et la relaxation (80%) et sont à la recherche de convivialité et de partage (44%).

Ils sont plutôt sédentaires (37%) ou ont visité les environs proches de leur hébergement (53%).

3.2.3 LES VACANCIERS « EXPLORATEURS »

16% sont plutôt « Explorateur : avide de découverte et d'expérience ».

Ils sont en vacances pour la découverte et l'enrichissement (58%), ils cherchent à se dépayser 54%).

Ils ont sillonné quelques régions (61%) voir l'ensemble de l'île (24%) et profitent essentiellement de la plage (84%) et du patrimoine culturel et patrimonial.



© Sylvain Alessandri



© Sylvain Alessandri

3.2.4 LES VACANCIERS « ACTIFS/SPORTIFS »

13% sont des sportifs : « Repos et activités physiques ».

Ils sont plutôt jeunes (40% a moins de 55 ans).

Leurs vacances sont principalement en lien avec le dépaysement et la déconnexion (49%).

Ils sont nomades et ont sillonné quelques régions (62%) voir l'ensemble de l'île (22%) et ont surtout profité des plages (82%) et réalisé des visites culturelles (47%).



© Sylvain Alessandri

3.2.2 LES VACANCIERS « CASANIERS »

5% des vacanciers sont casaniers appréciant « le confort de la routine ».

Il s'agit de personnes ayant un âge plutôt élevé (63% ont plus de 55 ans).

Ils sont sédentaires (43%) ou sillonnent quelques régions proches de leur lieu de résidence (49%).

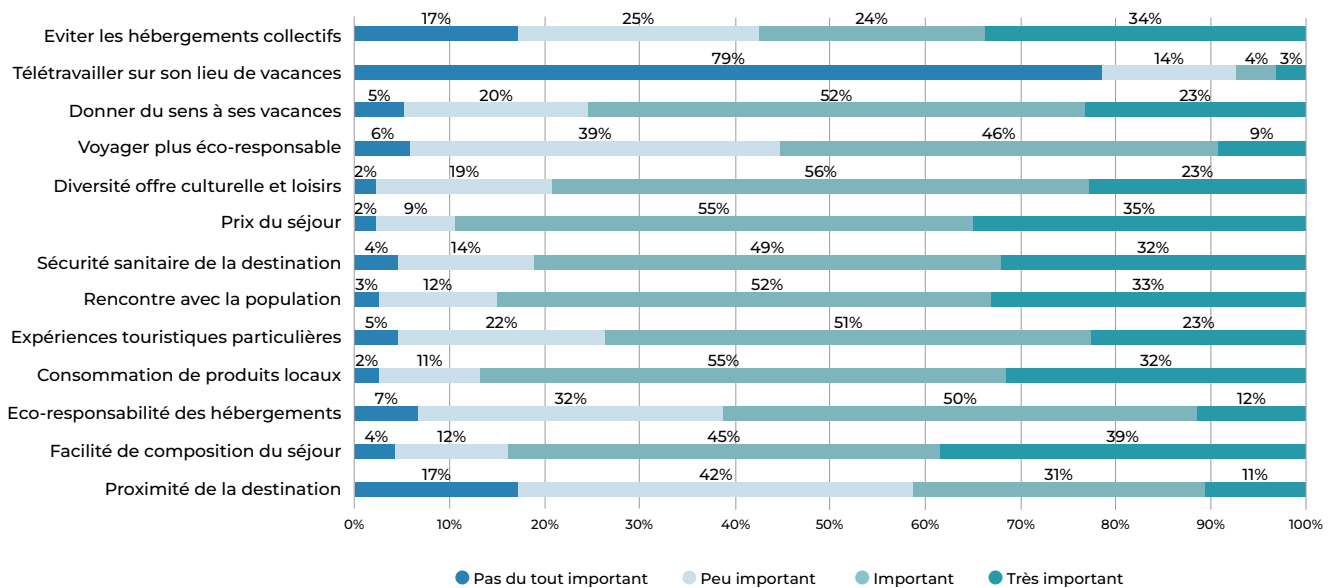
Ils ont des vacances en lien avec le dépaysement, la relaxation (51%) mais sont aussi à la recherche de convivialité et de partage.

3.3 DES COMPORTEMENTS EN MUTATION ?

Pour une personne sur deux la crise sanitaire a eu un impact sur leur façon de voyager. Mais ... de quelle manière ?

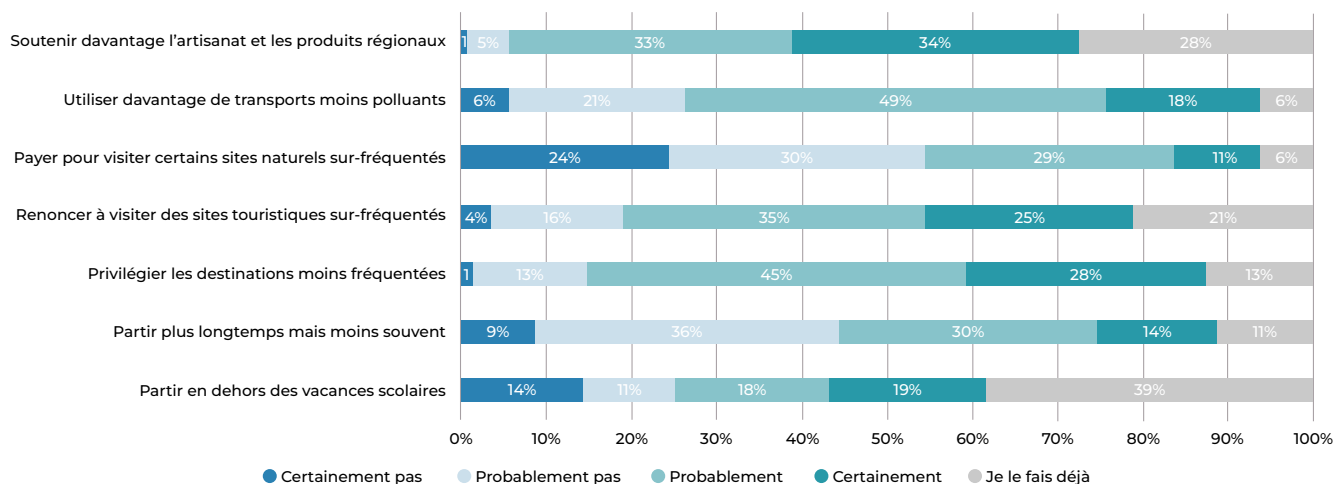
Alors que certains voyageurs sont enclins à consommer plus de produits locaux (87%) et à séjourner dans des hébergements plus éco-responsables (61%), ils ne sont encore que 55% à envisager de voyager plus responsable et 58% à considérer que la proximité de la destination n'est pas un critère important.

Dans le cadre de vos prochaines vacances quelle place accorderez-vous à chacun des critères suivants ?



Ils sont prêts à modifier leurs comportements en se dirigeant vers plus de mobilité douce (67%) et en privilégiant des destinations moins fréquentées (73%).

Dans le cadre de vos prochaines vacances seriez-vous prêts à adopter les comportements suivants :



En revanche ils ne sont pas prêts à déboursier de l'argent pour accéder à des espaces naturels même si ceux-ci sont saturés.

Cela nous laisse penser qu'une grande partie des voyageurs se dirigeraient vers un tourisme plus durable.

Par ailleurs, le « workation⁷ » semblait séduire nombre de personnes depuis la crise sanitaire de 2020 poussant des entreprises du tourisme à développer une offre dédiée à ce profil de clientèle. Cette tendance ne semble plus tout à fait séduire. En effet, l'étude démontre que 95% des voyageurs ne considèrent plus comme important le fait de pouvoir télétravailler sur son lieu de vacances.

Enfin, les deux principaux critères dans le choix de la destination restent tout de même la facilité de composition du séjour (84%) et le prix du séjour (89%).

3.4 LA CORSE : UNE DESTINATION TRÈS APPRÉCIÉE

Globalement la destination Corse affiche des notes très satisfaisantes⁸.

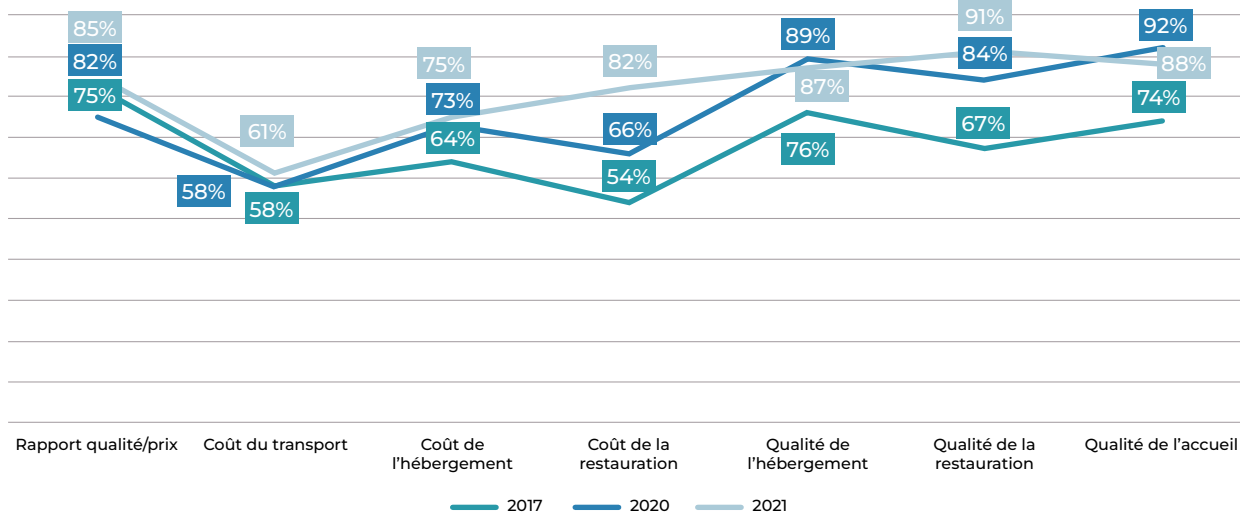
L'ensemble des catégories étudiées présente une satisfaction en nette hausse par rapport à 2017 (EAF⁹), hormis le coût des transports, catégorie qui remporte le moins d'avis favorable (61%, presque autant qu'en 2017).

⁷ Travailler pendant les vacances ; télétravailler.

⁸ Les touristes affinitaires, résidant gratuitement au sein de leur famille, chez leurs amis ou au sein de leur résidence secondaire, n'ont pas été pris en compte dans le calcul de la satisfaction des items liés à l'hébergement et à l'accueil, car non concernés.

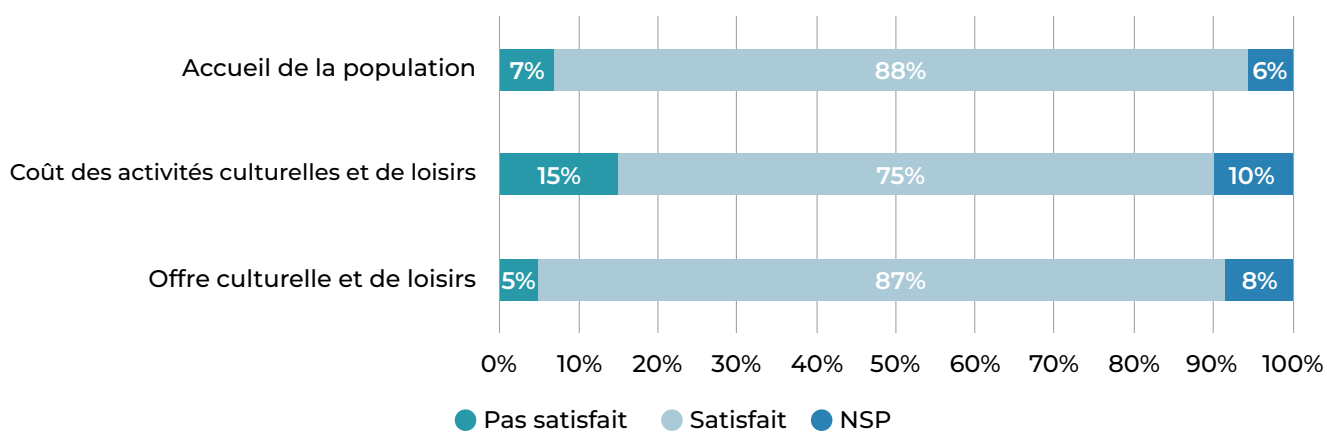
⁹ Enquête aux frontières réalisée en 2017 en partenariat avec l'INSEE dont les résultats sont résumés dans le Cahier du Tourisme #1 (2018) : <https://www.corsica-pro.com/telechargement/telechargement/cahier-du-tourismenumero-1>

Comparaison des taux de satisfaction



La qualité de l'accueil de la population ainsi que la diversité de l'offre culturelle et de loisirs enregistrent aussi des taux de satisfaction élevés. Le coût des activités est favorablement apprécié par trois visiteurs sur quatre.

Autres critères de satisfaction



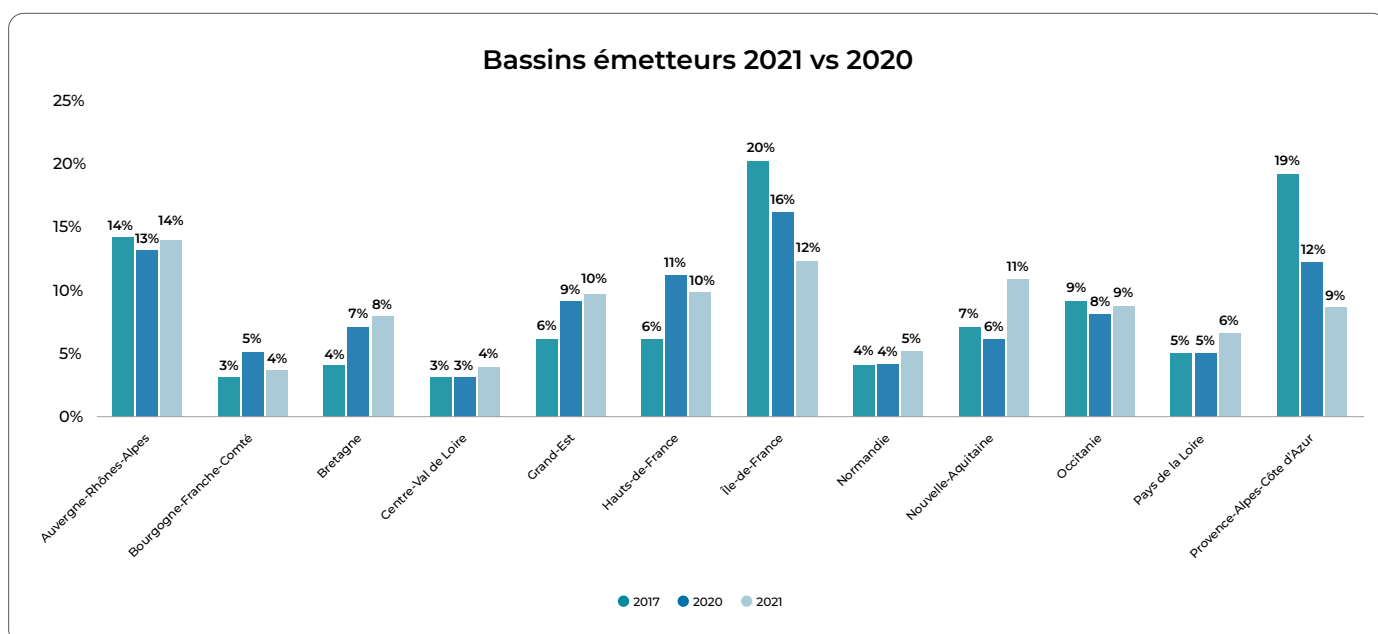
04 QUI SONT LES VISITEURS DE LA SAISON 2021 ?

4.1 LA FORTE PRÉSENCE D'UNE CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ ET DES ÉTRANGERS ENCORE PLUS ABSENTS

Les études réalisées avant la saison 2021 prévoyaient pour cette période un redémarrage timide du tourisme international et comptaient surtout sur le tourisme de proximité. C'est ce que l'on observe en Corse au cours de cette saison avec une part de la clientèle française représentant environ 90%.

4.1.1 90% DES TOURISTES SONT FRANÇAIS¹⁰

Les touristes Français arrivent principalement de la région Auvergne-Rhône-Alpes (14%), de l'Île-de-France (12%) et de l'Occitanie (11%). D'ailleurs, l'Occitanie fait son entrée au top 3 des régions les plus représentées et la région Auvergne-Rhône-Alpes semble cette fois-ci détrôner l'Île-de-France. En effet, pour rappel en 2017 l'EAF¹¹ démontrait que les trois principaux bassins émetteurs étaient l'Île-de-France (20%), PACA (19%) et Auvergne-Rhône-Alpes (14%).



4.1.2 10% DES TOURISTES SONT ÉTRANGERS

A l'instar de la clientèle française, la fréquentation de la clientèle étrangère a fortement baissé, passant d'environ 29% en temps normal¹² à 10% depuis la crise Covid. De nombreuses restrictions étaient en vigueur dans différents pays tout au long de cette année 2021, limitant de nouveau l'arrivée de touristes étrangers. Parmi ces touristes étrangers on retrouve principalement des Belges (27%), des Suisses (25%), des Italiens (23%) et des Allemands (16%)¹³.

4.2 UN ÂGE MOYEN ASSEZ ÉLEVÉ

L'âge moyen des répondants est de 55 ans. Un chiffre plus élevé que celui observé en 2020 (52 ans).

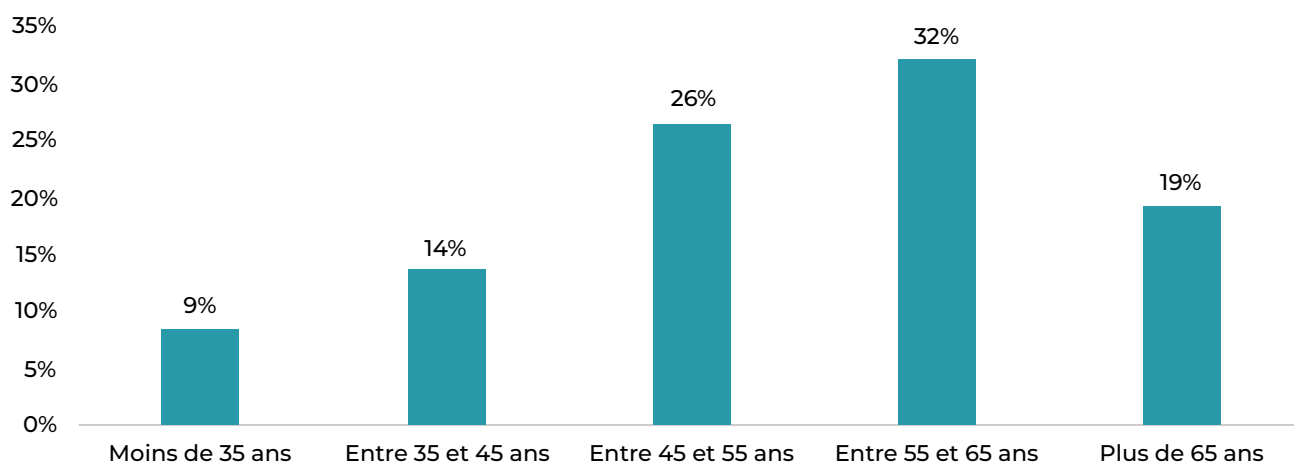
¹⁰ Cela vient confirmer les chiffres issus des entretiens avec les professionnels du secteur sur l'ensemble de la saison. Chiffres à retrouver dans le Cahier du Tourisme #9 (2022) : « Bilan de saison 2021 ».

¹¹ Enquête aux frontières réalisée par l'ATC en partenariat avec l'INSEE

¹² En 2017, l'EAF mettait en avant une répartition touristes français/étrangers de 71% / 29%.

¹³ La faiblesse de l'échantillon concernant cette sous-population ne nous permet pas de réaliser des investigations plus fines en fonction des différentes nationalités. Elles seront donc regroupées dans la suite de l'analyse.

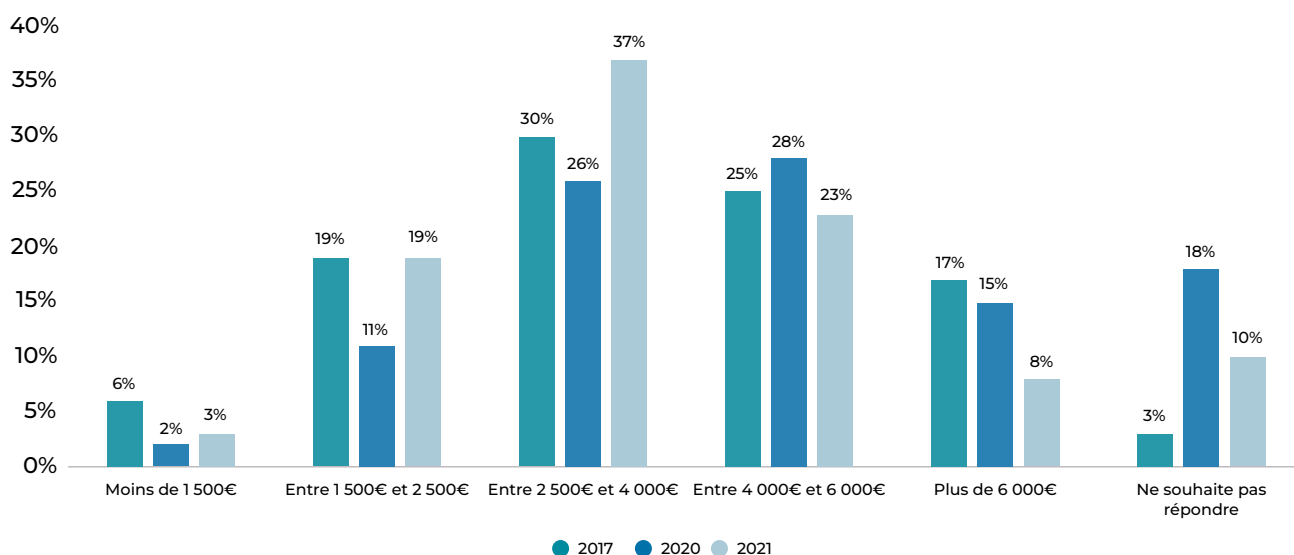
Répartition des visiteurs selon l'âge



4.3 UN REVENU MOYEN EN BAISSÉ

En 2021, le salaire moyen se situe autour de 2 900€, contre 3 400€ en 2020. Un tiers des touristes interrogés a des revenus supérieurs à 4 000€. C'est 13 points de moins que l'an passé et que l'enquête aux frontières réalisée en 2017. Cette évolution doit être analysée au regard des conséquences de la crise sanitaire sur les revenus de nombreux voyageurs.

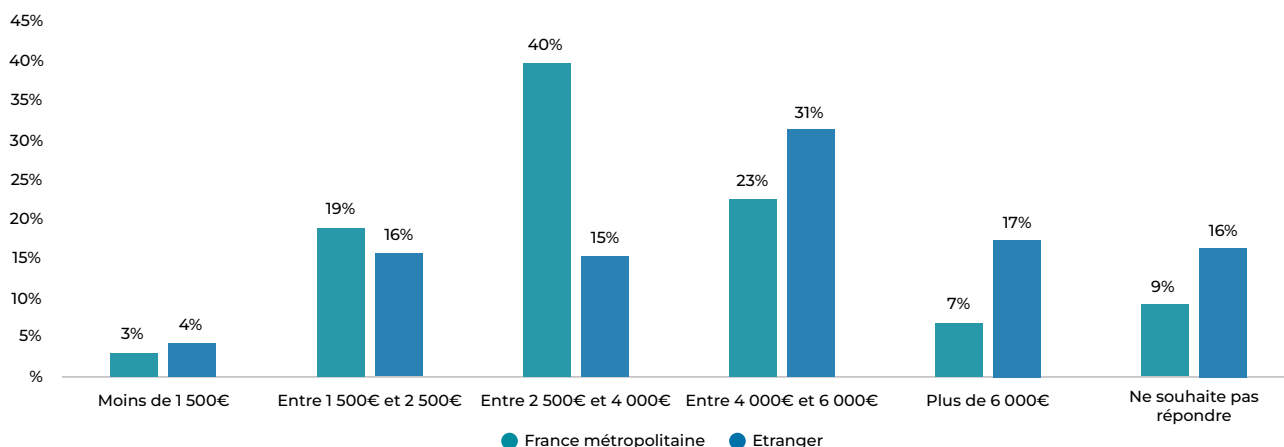
Répartition des visiteurs selon le revenu



Par ailleurs, il est notable que les visiteurs étrangers¹⁴ ont des revenus plus élevés que les visiteurs français.

¹⁴ Notons cependant qu'il existe des disparités de revenus entre les différentes clientèles étrangères que nous ne pouvons analyser ici compte tenu de la faiblesse de la taille de notre échantillon concernant les visiteurs étrangers.

Répartition des visiteurs selon le revenu et la nationalité

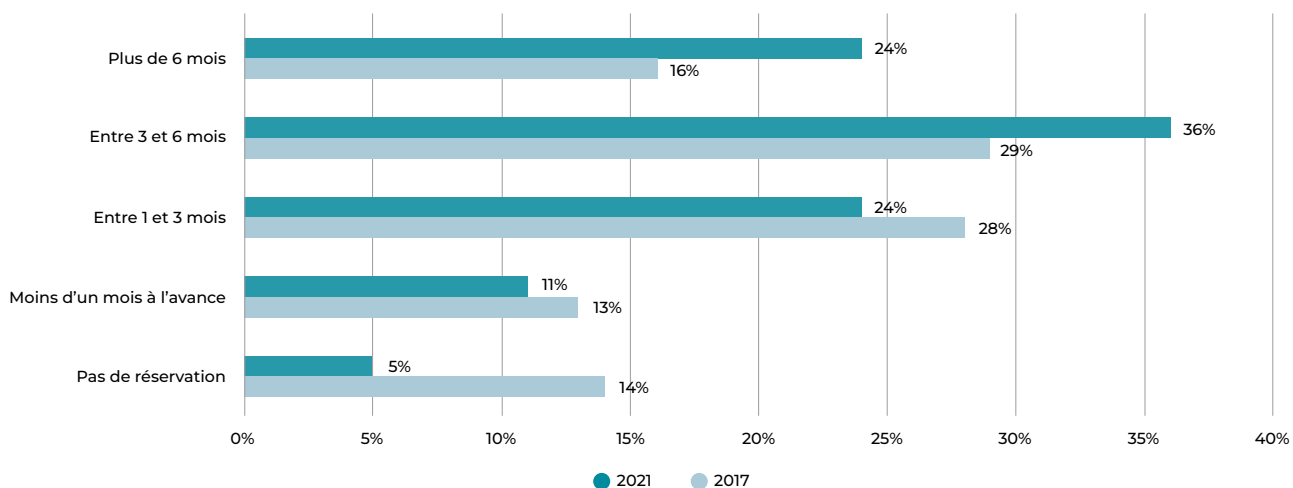


05 QUEL TYPE DE VOYAGE ?

5.1 LES RÉSERVATIONS DE DERNIÈRE MINUTE N'ONT PLUS LA CÔTE

La majorité des séjours se réserve entre 3 et 6 mois à l'avance (36%) et plus de 6 mois à l'avance (24%).

Délais de réservation 2021 vs 2017 (touristes d'agrément uniquement)

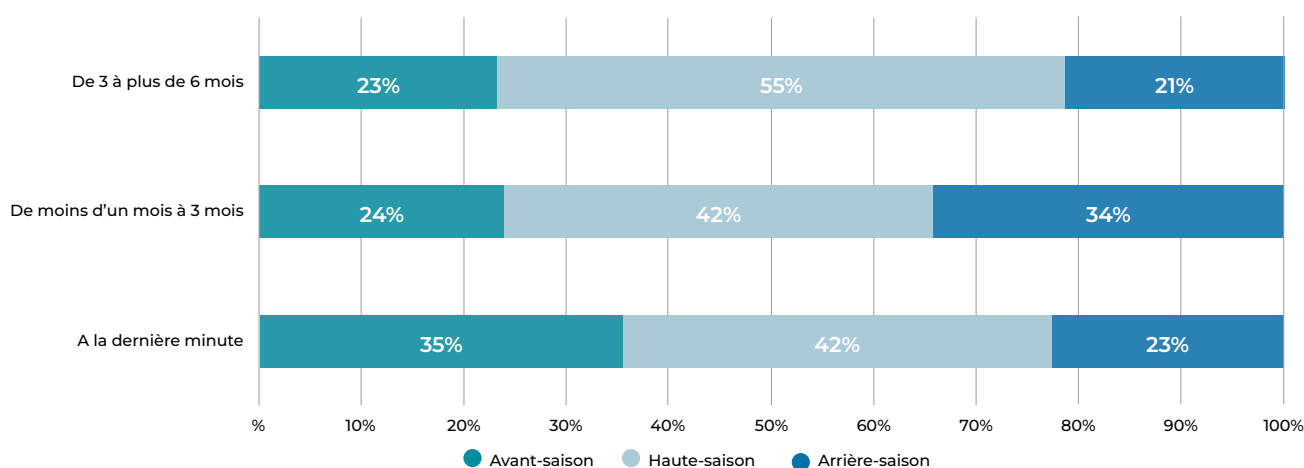


En 2020, la crise sanitaire avait fait apparaître d'un côté une très forte augmentation des réservations de dernière minute, liées à un contexte incertain où se succédaient périodes de confinement et de restriction ; et d'un autre côté une augmentation des réservations de longue date répondant au besoin « impérieux » de s'aérer.

En 2021, les réservations concernant **les vacances 2021, montrent un quasi-retour à la normale avec une majorité de réservations réalisées bien en amont du séjour et une chute des réservations de dernière minute** (11% « moins d'un mois à l'avance » en 2021 contre 21% en 2020).

L'analyse du marché national pour 2022, montre également une inversion de tendance¹⁵ concernant les réservations de dernière minute : le pourcentage de personnes réservant moins d'un mois à l'avance passe de 52% à 23%. La part des voyageurs soucieux d'anticiper leur réservation repart considérablement à la hausse. Les Français semblent s'adapter et intégrer ce contexte sanitaire incertain dans leur mode de vie.

Délais de réservation par période de séjour (touristes d'agrément uniquement)



Cependant, ces délais de réservation varient en fonction de la période envisagée du séjour. Les vacances d'été sont celles qui se préparent très à l'avance, une fois les vacances de Noël passées, alors que l'avant-saison se caractérise plutôt par des séjours réservés au dernier moment, dépendant de la météo, ou des ponts. La réservation du transport, quant à elle, se fait soit avant (41%) soit après (40%) la réservation de l'hébergement.

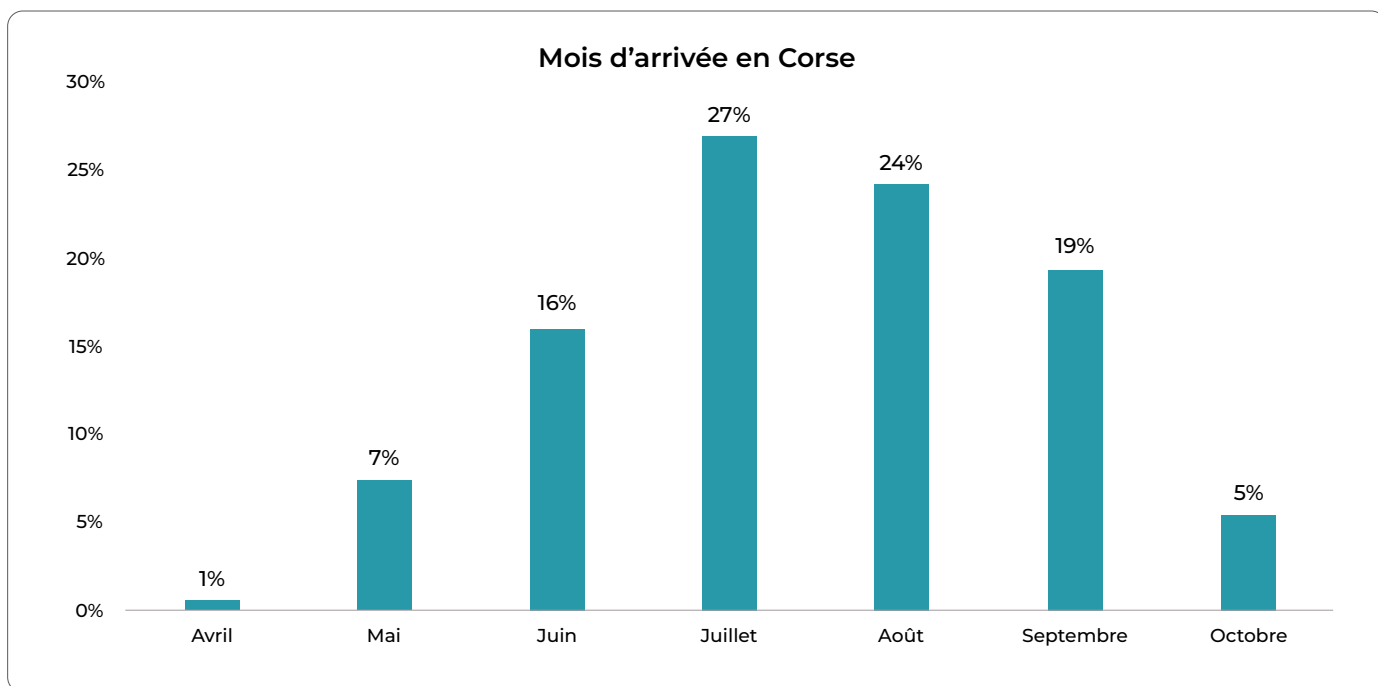
5.2 UN VACANCIER SUR DEUX VIENT EN ÉTÉ

Sans surprise la majorité des séjours se déroulent en haute-saison (51%)¹⁶, mais, malgré les nombreuses restrictions encore en vigueur dans de nombreux pays, il est à noter que la part des séjours réalisés au printemps représentent 23% des nuitées (contre 26% en 2017)¹⁷.

¹⁵ Quelles perspectives de voyage pour les Français en 2022 ? Sondage Opinionway pour Liligo réalisé du 15 au 16 décembre 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 personnes.

¹⁶ Ce chiffre est identique à celui enregistré en 2017 dans l'EAF.

¹⁷ En 2017 l'EAF montrait que la part des nuitées réalisées sur les mois de mai et juin représentaient 26% de l'ensemble des nuitées. En 2021, elle est de 23% sur cette même période.



On assiste également à une augmentation des séjours réalisés en arrière-saison : 24% en 2021 contre 22% en 2017. Ceci vient confirmer les bons chiffres enregistrés dans les transports où le nombre de passagers transportés entre septembre et octobre a augmenté de 29% par rapport à 2020 et était en retrait de seulement 4% par rapport à 2019¹⁸.

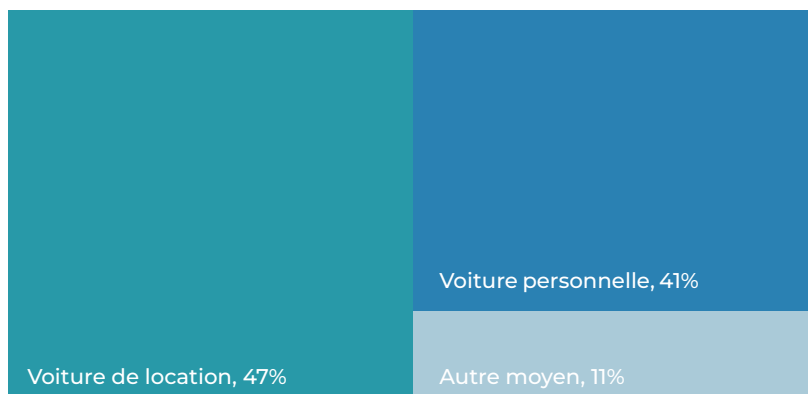
5.3 LA VOITURE, PRINCIPAL MOYEN DE DÉPLACEMENT DANS L'ÎLE

En 2017 (enquête EAF), les deux modes de transports (aérien et maritime) se partageaient également le flux de passagers dans les mêmes proportions.

En 2018, le nombre de passagers aériens dépassait pour la première fois le nombre de passagers maritimes. Depuis cette tendance s'est accentuée.

En effet, en 2021, on enregistre près de 3,4 millions d'entrées (aérien et maritime). Parmi ce flux, 45% des touristes ont choisi de voyager en bateau contre 55% en avion. Cette tendance impacte alors le mode de déplacement des voyageurs sur l'île : 47% avec un véhicule de location et 41% avec leur véhicule personnel.

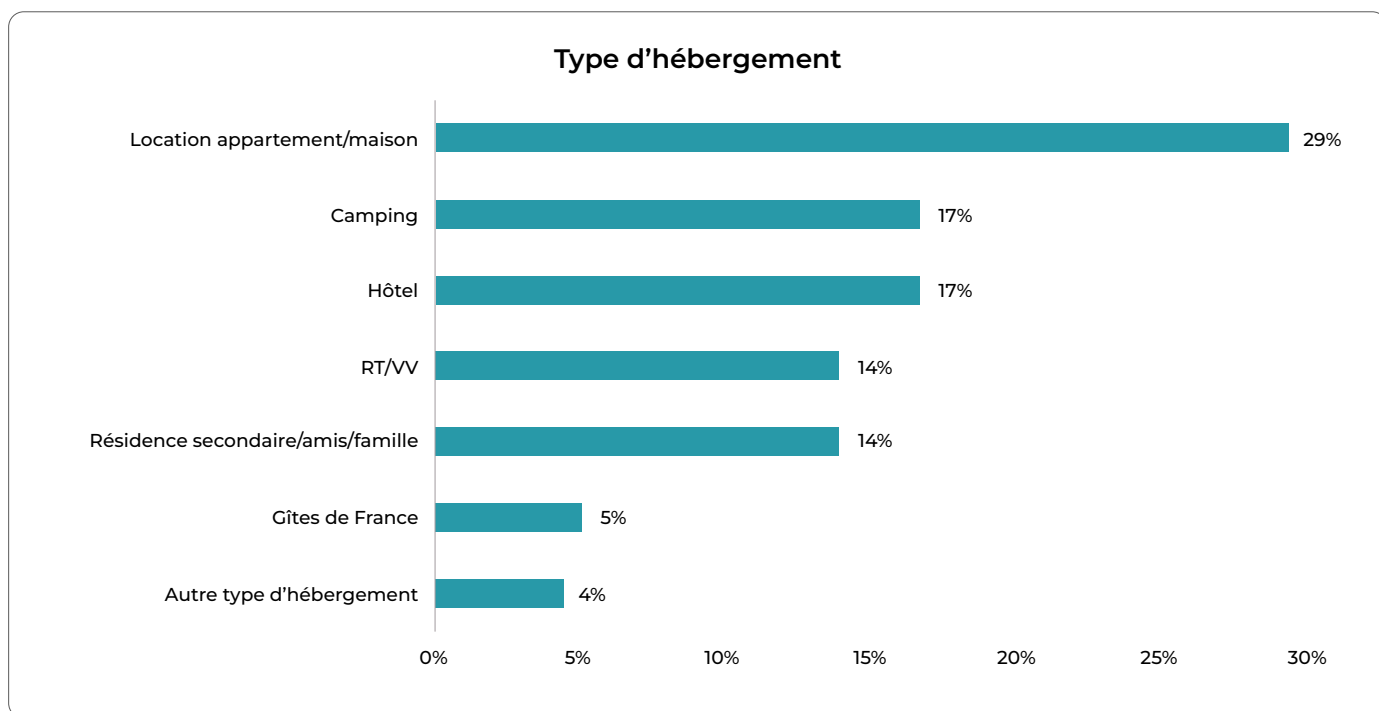
Moyen de déplacement



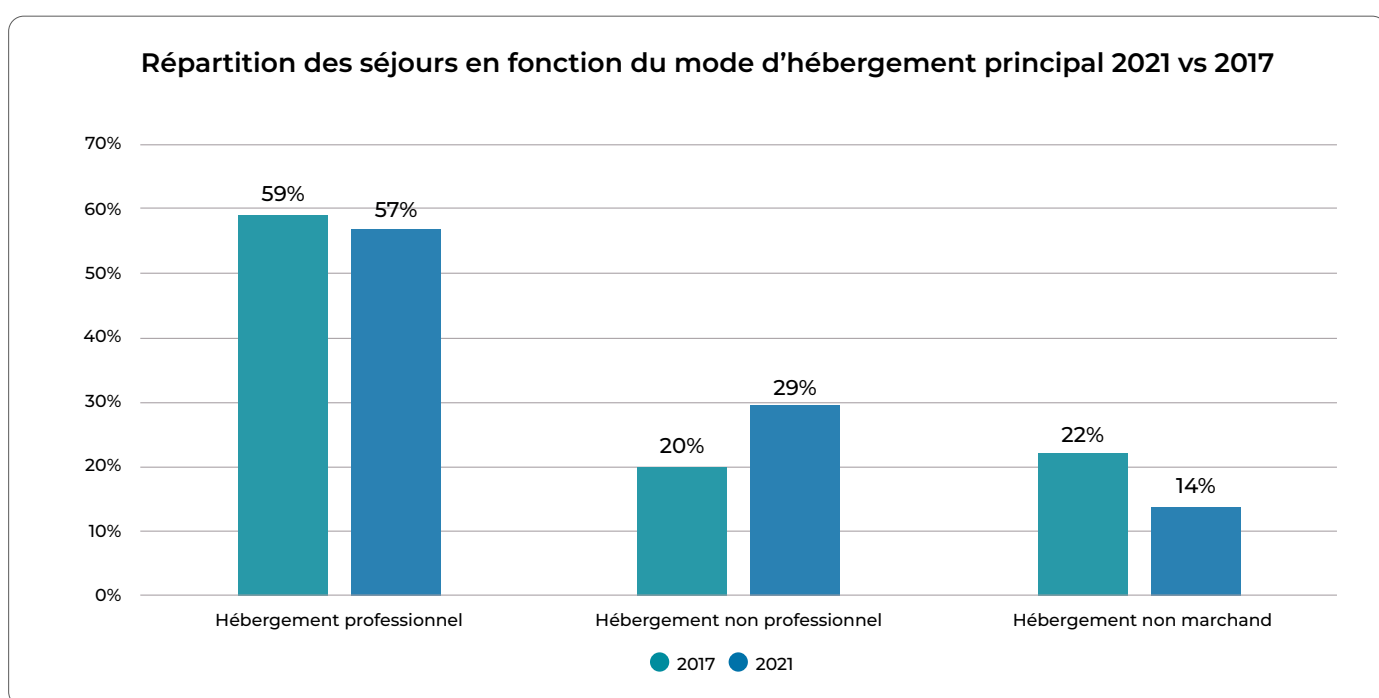
¹⁸ Cf. Cahier du Tourisme #9 concernant le Bilan de saison 2021.

5.4 HÉBERGEMENT : UNE FORTE HAUSSE DE LA LOCATION DE MEUBLÉ DE TOURISME

Pour la première fois la location d'appartements et de maisons arrive en tête des hébergements choisis par les vacanciers : 29% contre 18% en 2020. Les hôtels et les campings arrivent en seconde position avec 17%.



Cela vient confirmer les prévisions annoncées en début de saison 2021 qui prévoyaient que 74% des Français partant en vacances à l'été privilégieraient les hébergements individuels. Des comportements liés en grande partie à la crise sanitaire.



Ainsi, l'hébergement professionnel recule de 2 points entre 2017 et 2021. Par ailleurs, on constate une forte démocratisation de la location de meublés de tourisme (+9 points en 4 ans) qui se fait essentiellement via les plateformes collaboratives d'hébergement touristique du type Airbnb, Abritel ou HomeAway. Enfin, l'hébergement non marchand semble diminuer.

POUR RAPPEL : QUELQUES DÉFINITIONS :

Hébergement professionnel : hébergement payant – hôtels, campings, RT/VV, chambres d'hôtes.

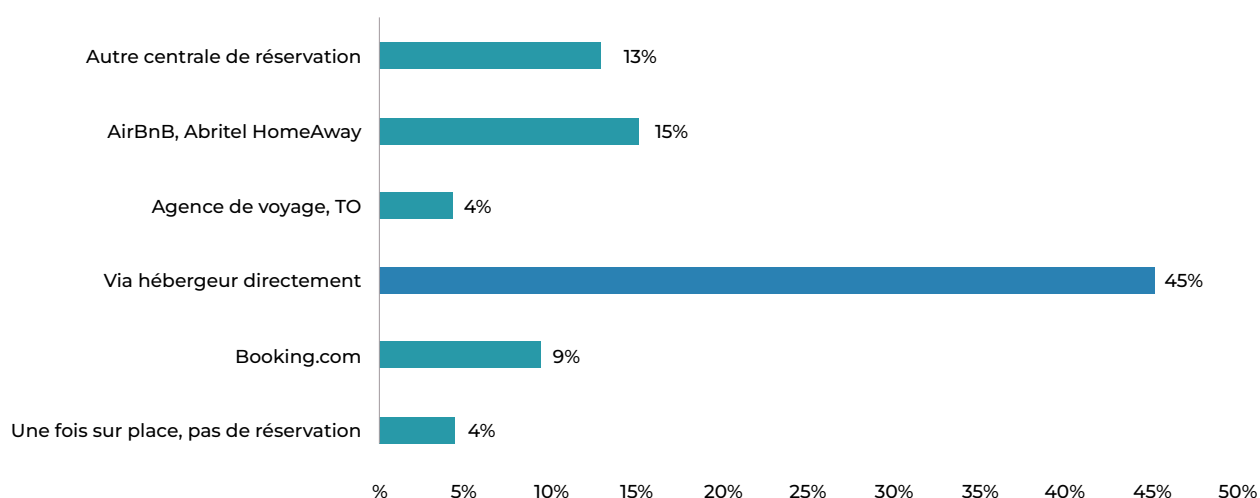
Hébergement non professionnel : hébergement payant – locations de particuliers à particuliers.

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

5.5 RÉSERVATION EN DIRECTE : LE MODE DE RÉSERVATION PRIVILÉGIÉ

Les formules/package tout compris ne semblent définitivement plus séduire avec seulement 4% des séjours ; un chiffre identique à celui de 2020. La réservation en direct via l'hébergeur reste de loin le canal de réservation le plus utilisé par les voyageurs¹⁹ (45%).

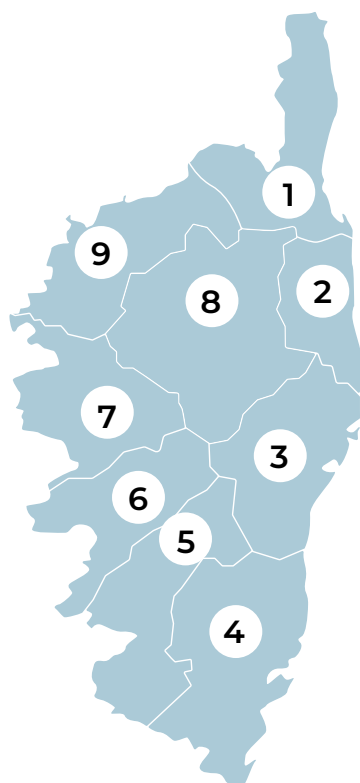
Canal de réservation de l'hébergement



5.6 LES MICRORÉGIONS DU MEZIORNU ALTA-ROCCA ET LA BALAGNA FORTEMENT PLÉBISCITÉES

Parmi les touristes interrogés, 82% ont choisi de séjourner en bord de mer contre 18% dans l'intérieur. Les microrégions qui connaissent la plus forte affluence restent majoritairement le Meziornu Alta-Rocca (36%) et la Balagna (22%).

¹⁹ Sur les touristes d'agrément uniquement.

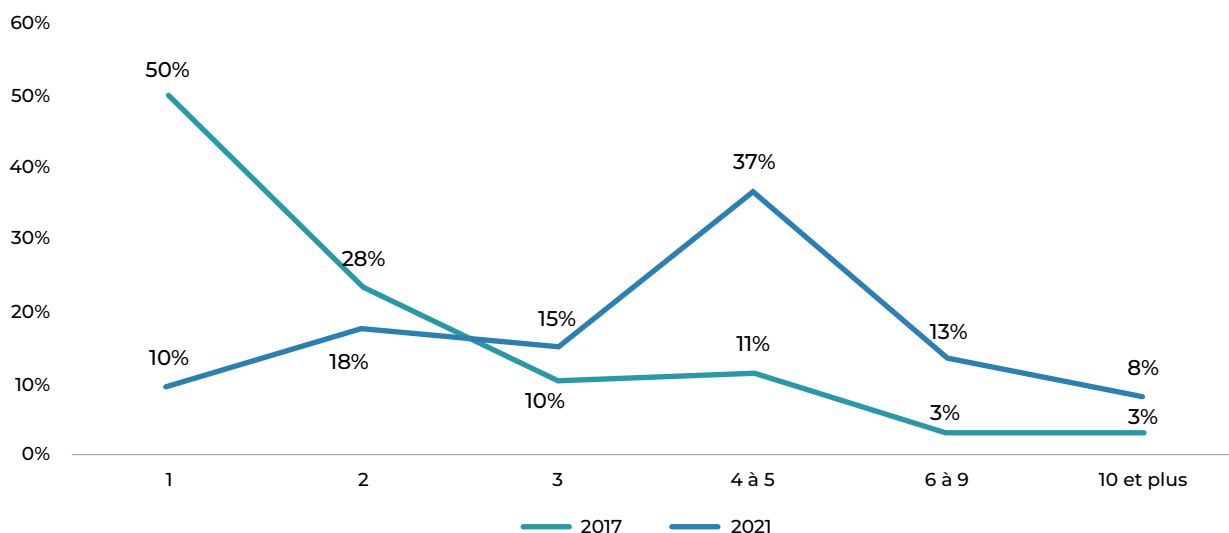


- 1. Bastia-Capicorsu **10%**
- 2. Castagniccia Mare è Monte **2%**
- 3. Costa Orientale **5%**
- 4. Mezzionu Alta-Rocca **36%**
- 5. Sartinesi-Valincu-Taravu **6%**
- 6. Territoriu d'Aiacciu **11%**
- 7. Spelunca-Liamone **6%**
- 8. Centru di Corsica **4%**
- 9. Balagna **22%**

5.7 DES VISITEURS FIDÈLES À LA CORSE

Tout comme en 2020, la Corse a principalement attiré une clientèle d'habitueés et d'affini-taires. Seulement 17% sont des primo-visiteurs. Un chiffre très éloigné de celui constaté en 2017 (57%) mais en lien avec le contexte particulier de la crise sanitaire qui a notam-ment favorisé le tourisme domestique. De plus, la Corse est une destination où l'on se sent particulièrement en sécurité de ce point de vue²⁰.

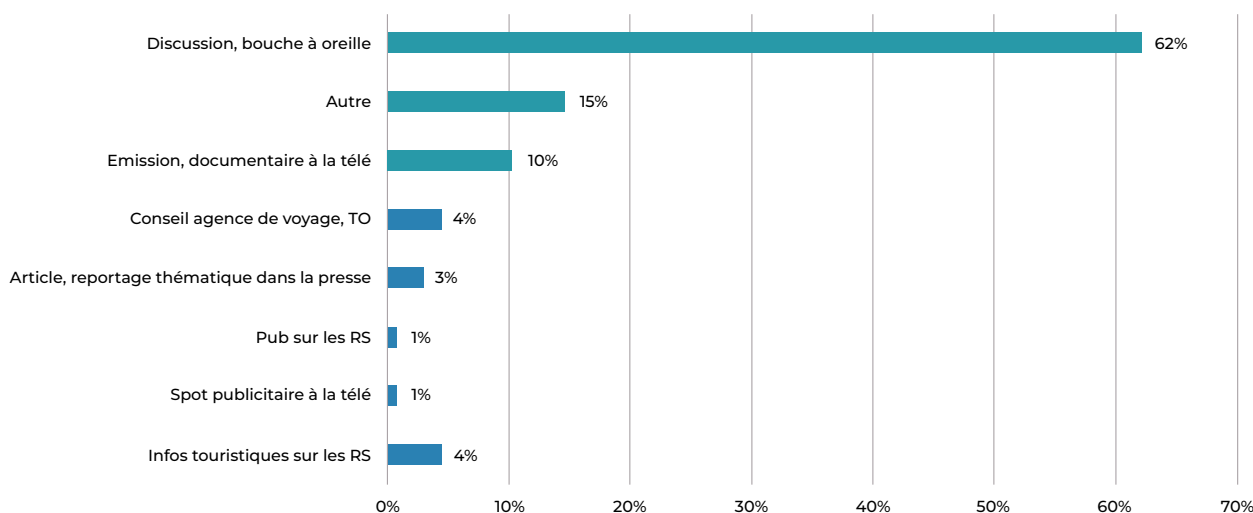
Fréquence de retour en Corse (touristes d'agrément uniquement)



²⁰ C'est ce que montre l'étude réalisée par l'Observatoire de l'ATC en 2020 : plus de 93% des personnes interrogées ayant voyagé en Corse lors de la saison 2020 estiment que la Corse est une destination où l'on se sent en sécurité du point de vue sanitaire. Cf. Cahier du Tourisme #8 « Impacts de la crise Covid-19 sur les comportements des touristes en 2020 et tendances 2021 ». Mai 2021.

37% des visiteurs d'agrément sont venus entre 4 et 5 fois ces cinq dernières années : signe d'une fidélisation importante de la clientèle touristique. Ainsi, il n'est pas étonnant de constater que lorsque l'on interroge les touristes sur les trois principaux éléments qui ont déterminé leur choix pour la Corse pour leurs vacances, ils sont 45% à répondre « *aucun, je viens en Corse par habitude* ».

Eléments déterminants dans le choix de la Corse pour les primo visiteurs seulement



Pour 25% d'entre eux, c'est le bouche-à-oreille et les discussions qui ont été déterminants et pour 18% il s'agit soit d'un projet prévu depuis longtemps qui s'est concrétisé soit l'occasion de rendre visite à des proches ou des amis.

Si l'on s'intéresse uniquement aux primo visiteurs les « **discussions et le bouche à oreille** » reste le premier élément déterminant (62%) dans le choix de la Corse pour les vacances. Pour 15% c'était l'occasion de visiter des proches/amis ou de concrétiser leur projet de voyage dans l'île. Les émissions et documentaires (10%) sont le dernier élément qui ont convaincu les voyageurs.

5.8 UNE DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR QUI SE RALLONGE

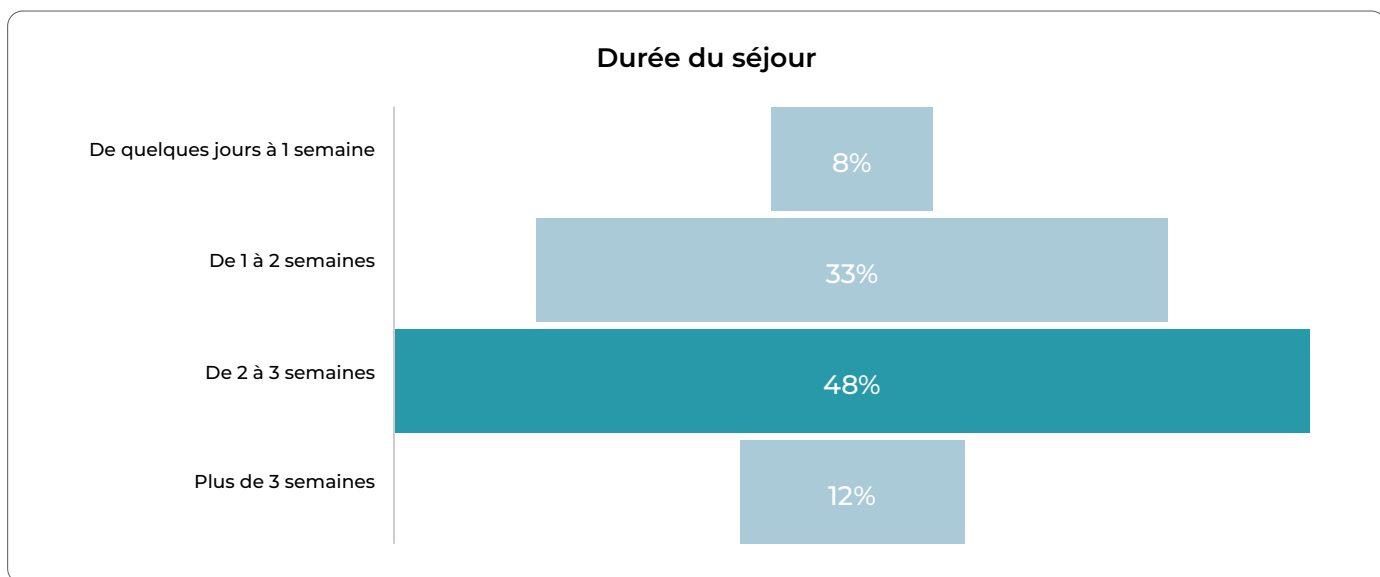
En ce début d'année 2021, les restrictions liées à la pandémie de COVID-19 auront eu un impact fort sur les flux de passagers. Entre avril et juin se sont plus de 1.3 million de passagers qui ont été transportés ; c'est certes quatre fois plus qu'en 2020 mais c'est pratiquement moitié moins qu'en 2019.

Ainsi, la saison n'aura véritablement commencé qu'à partir de juin. La majorité des touristes (51%) est venue pendant l'été : un chiffre identique à celui observé dans l'enquête aux frontières de 2017.

La majorité des visiteurs, notamment français, n'a donc pas réduit sa durée de séjour²¹. Celle-ci est en moyenne de 15 jours. Elle est de 16 jours pour les visiteurs français et de 14 jours pour les visiteurs étrangers.

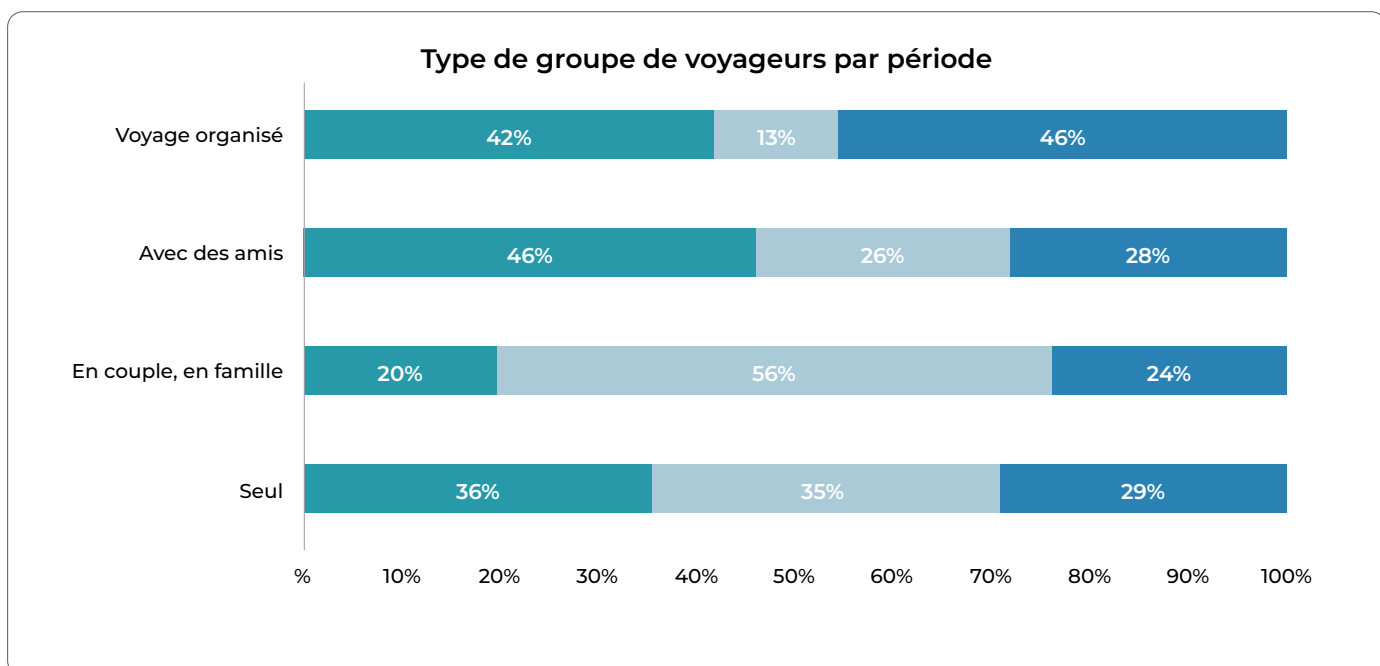
Les séjours réalisés dans l'hébergement non marchand sont ceux dont la durée est la plus longue.

²¹ Une étude ADN Tourisme réalisée en 2021 montrait que la majorité des Français qui partiraient en vacances pendant l'été 2021 n'avait pas l'intention de réduire leur durée de séjour.

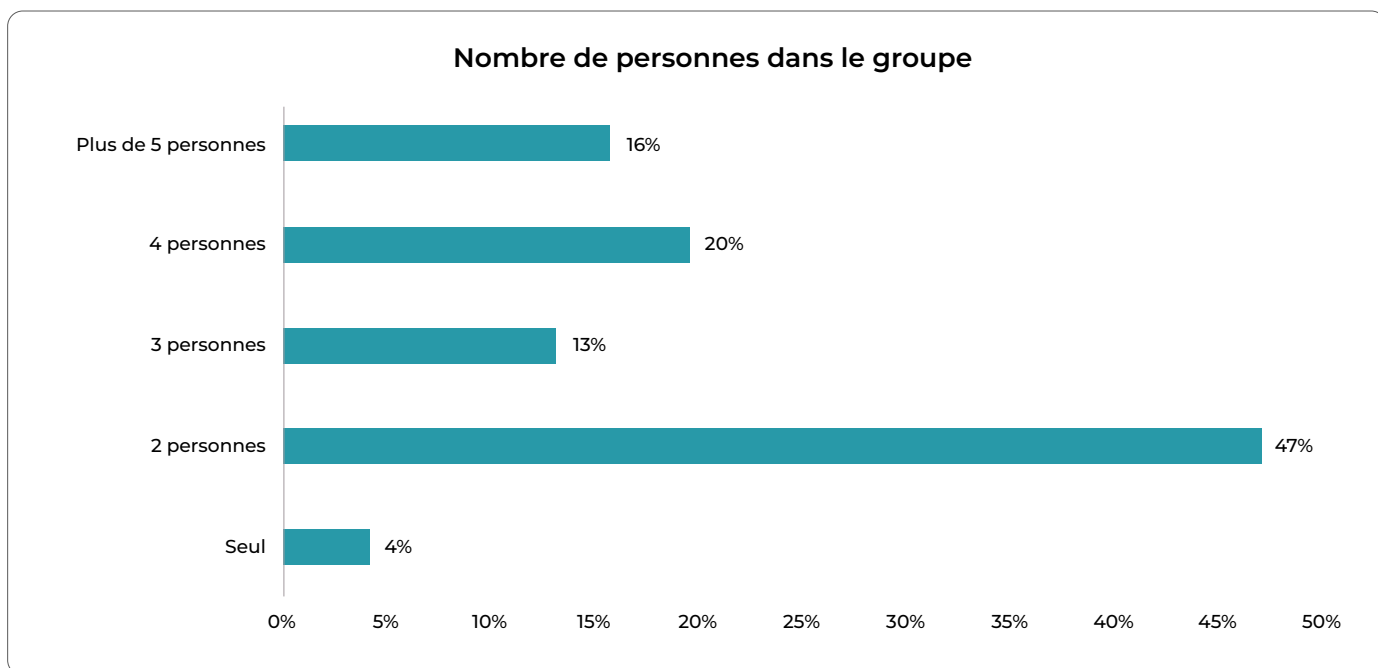


5.9 DES VOYAGES SURTOUT EN COUPLE OU EN FAMILLE

Les voyages en couples ou en famille restent la norme (82%) : un chiffre analogue à celui d'une saison classique (EAF 2017) ainsi qu'à celui de 2020.



Les voyages entre amis se font plutôt en avant-saison (46%) et les voyages en couple ou en famille majoritairement (56%) au cours de l'été. Même s'ils ne représentent qu'une très faible part, les voyages organisés se font majoritairement en avant (42%) et après-saison (46%).



5.10 UN MONTANT DE DÉPENSE JOURNALIER IMPACTÉ PAR LA CRISE

Le montant moyen dépensé en 2021 est de 2 541€ par groupe toutes nationalités confondues. Ce montant correspond au montant total des dépenses d'hébergement, de consommation, de restauration, d'activités, etc., du groupe hors transport aérien ou maritime.

En se basant sur la durée moyenne de séjour (DMS), le nombre de personnes constituant le groupe et la moyenne des dépenses totales hors transport, il est possible de calculer la dépense quotidienne par personne, soit 56,50€/jour par personne en 2021.

En 2017, elle était de 63,50€ mais avec une durée moyenne de séjour plus courte.

06 CONCLUSION

La crise Covid a mis à mal l'industrie touristique pendant deux années. Elle semble aussi avoir été le révélateur de certaines tendances dans les façons de voyager.

De nouveaux comportements émergent. On remarque notamment une envie plus marquée des voyageurs pour la nature et les préoccupations environnementales (consommer local, se loger plus responsable, utiliser plus de mobilité douce, éviter les destinations sur fréquentées).

Ces nouveaux profils de voyageurs ont des exigences et des attentes spécifiques. Pour donner du sens à leur vacances, ces « nouveaux voyageurs » souhaitent vivre des expériences touristiques particulières, personnalisées, à la rencontre des populations locales... L'un des défis sera d'y répondre dans un contexte marqué par d'autres incertitudes ou difficultés.

Les professionnels du tourisme devront s'adapter à ces nouvelles tendances alors que les ménages sont confrontés à une hausse générale des prix et une baisse de leur pouvoir d'achat. Mais le besoin de partir en vacances est absolument nécessaire pour beaucoup.

AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE
17, Boulevard du roi Jérôme
20 181 Ajaccio cedex 9
04 95 51 77 00

Contact :

Robert Menasse : rmenasse@atc.corsica
Anne Casabianca : acasabianca@atc.corsica

atc.corsica : le portail des professionnels du tourisme

