

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #5

PRÉSENTATION DE MARCHÉ ET PROFIL DE CLIENTÈLE
MARCHÉ ITALIEN

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #5

PRESENTAZIONE DI MERCATU È CARATTERISTICHE DI A CLIENTELA
DI U MERCATU TALIANU

ÉDITION 2021



CORSE
LES CAHIERS DU TOURISME #5
PRÉSENTATION DE MARCHÉ ET PROFIL DE CLIENTÈLE
MARCHÉ ITALIEN

CORSICA
I QUATERNI DI U TURISIMU #5
PRISENTAZIONE DI MERCATU È CARATTERISTICHE DI A CLIENTELA
DI U **MERCATU TALIANU**

SOMMAIRE

01	PRÉAMBULE	5
02	L' ITALIE : DONNÉES DE CADRAGE	6
03	LE MARCHÉ ITALIEN EN FRANCE	10
04	LES TOURISTES ITALIENS EN CORSE	10
05	ÉTUDE ATOUT-FRANCE	16
	5.1 IMAGE DE LA DESTINATION CORSE	19
	5.2 INTENTION DE SÉJOUR	22
06	CONSIDÉRATION DU VOL DIRECT CORSE/ITALIE	24
07	LE MARCHÉ SARDE	28
08	FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES	31

01 PRÉAMBULE / PRIÀMBULU

Cette publication est le cinquième numéro des Cahiers du Tourisme de l'Observatoire de l'Agence du tourisme de la Corse.

Après avoir publié les données de cadrage de l'enquête aux frontières 2017 (Cahier N°1) et ses exploitations au niveau des territoires touristiques (Cahier N°2), l'objectif de ce cinquième numéro est de présenter les caractéristiques du marché italien en Corse.

Cette publication a pour ambition de fournir le plus de renseignements possible à l'adresse des professionnels du tourisme insulaire afin :

- D'optimiser l'accueil de cette clientèle de proximité ;

- De répondre au mieux à la demande du marché italien ;

- De présenter les freins et les obstacles au choix de l'île comme destination;

- D'évaluer l'impact de possibles ouvertures de liaisons aériennes directes entre l'Italie et la Corse.

Les données présentées dans ce cahier du tourisme sont issues des analyses de l'enquête aux frontières, réalisée conjointement par l'ATC et l'INSEE en 2017, et de l'étude sur "les potentialités du marché Italien et Sarde" pour le développement touristique de la Corse, réalisée en collaboration avec Atout France en 2018.

Sta pubblicazione hè u quintu numeru di i Quaterni di u Turisimu di l'Osservatoriu di l'Agènzia di u turisimu di a Corsica

Dopu publicate e date d'inquatratura di l'inchiesta à e fruntiere di u 2017 (Quaternu Nu 1) è a so sfruttera in quantu à i territorii turistici (Quaternu Nu 2), u scopu di issu quintu numeru hè di presentà e caratteristiche di u mercatu talianu in Corsica. L'ambizione di sta pubblicazione hè di arricchà u massimu d'infurmazione pussibile à i professionali di u turisimu isulanu per :

- *Uttimizà l'accoglienza di issa clientela di prussimità ;*

- *Di risponde pè u megliu à a dumanda di u mercatu talianu ;*

- *Di presentà i freni è inciampi in quantu à a scelta di l'isula cum'è destinazione;*

- *Da permette di valutà l'impattu di l'apertura eventuale di ligne aerie di rette trà Corsica è Italia.*

E date presentate in stu quaternu di u turisimu sò stratte attempu da l'analisi di l'inchiesta à e fruntiere, fatta da l'ATC cun l'INSEE in u 2017, è da u studiu nantu à « e potenzialità di u mercatu talianu è sardu » pè u sviluppu turisticu di a Corsica, fatta in cullaburazione cù « Atout France » in u 2018.

02 L'ITALIE : DONNÉES DE CADRAGE

Sources : ISTAT, OCDE, Eurostat, Agence France Trésor, Population Data (2019)

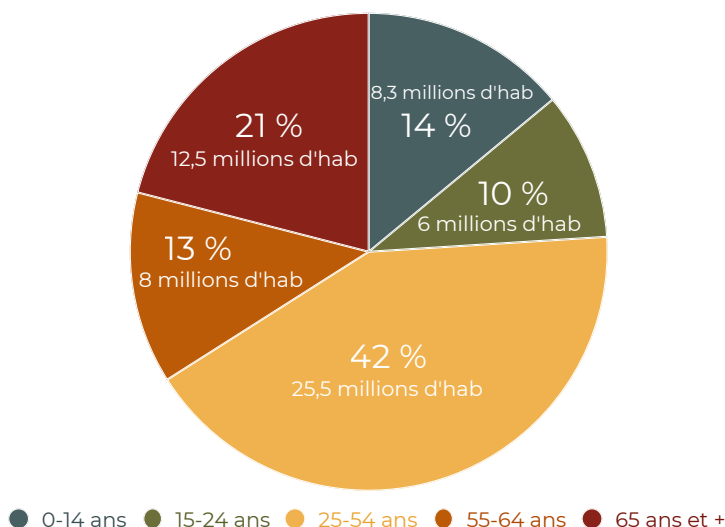
L'Italie (310 226 km²) est organisée en 20 régions dont 5 à statut spécifique : Sicile, Sardaigne, Trentin-Haut-Adige, Frioul-Vénétie Julienne, Vallée d'Aoste.



DÉMOGRAPHIE

En 2018, la croissance démographique est négative (-1,5%), il s'agit du plus bas niveau de mouvement démographique naturel depuis 1918. En cause notamment, la baisse des naissances, nettement inférieures au nombre des décès (437.000 contre 647.000). L'âge moyen des Italiens augmente et s'établit à 45,7 ans en 2019.

POPULATION PAR TRANCHE D'ÂGES



ÉCONOMIE

En 2019, l'Italie est la 3^{ème} économie européenne, et la 8^{ème} économie mondiale.

ITALIE	Zone Euro
INDICATEURS	
-Taux d'inflation annuelle : +0,6 %	+1,4 %
-Taux de croissance du PIB au 4 ^{ème} trimestre 2019 : -0,3 %	+0,1 %
-Taux de chômage : 9,8 %	6,2 %
FRANCE	
-PIB 2019 : 1875 milliards €	2425 milliards €
-PIB par habitant : 29 610 €	35 960 €
-Déficit public 2019 : 1,8 % du PIB	30 % du PIB
-Dette Publique 2018 : 138 % du PIB	98,4 % du PIB
-Solde commercial 2018 : +39,8 milliards €	+59,9 milliards €

L'économie italienne est caractérisée par des contrastes régionaux importants entre le **nord** (Milan, Turin) très développé, industrialisé et dynamique, le **centre**, autour de Rome, dominé par le secteur tertiaire et les fonctions politiques de la capitale, et le **sud** (Mezzogiorno) plus rural et souffrant d'un taux de chômage élevé.

Le secteur des services représente les deux tiers du PIB italien (66,3%) et emploie 71% de la main-d'œuvre du pays. Le tourisme représente la plus grande partie du secteur des services. En effet, l'Italie est le cinquième pays le plus visité au monde et le troisième pays le plus visité en Europe. Selon l'agence statistique nationale ISTAT, le tourisme et ses activités connexes génèrent 6% de la valeur ajoutée de l'économie. Les services liés aux entreprises jouent également un rôle important dans l'économie du pays. Enfin, on estime que plus de la moitié des 5 millions d'entreprises italiennes appartiennent au secteur tertiaire.

Répartition de l'activité économique par secteur	Agriculture	Industrie	Services
Emploi par secteur (en % de l'emploi total)	3,7	25,6	70,7
Valeur ajoutée (en % du PIB)	1,9	21,4	66,3
Valeur ajoutée (croissance annuelle en %)	0,7	2	1,5

Après plusieurs années de récession sur la période 2008-2013, l'Italie a renoué avec la croissance à partir de 2014, bénéficiant de la conjoncture favorable en zone euro. Toutefois, le PIB reste encore inférieur de 5 % à son niveau d'avant crise (2007).

Malgré les réformes structurelles engagées ces dernières années pour améliorer la productivité et la compétitivité des entreprises, et développer l'activité économique, les perspectives de croissance réelle sont modestes. L'Italie a adopté un budget 2019-2021 avec l'ambition de relancer la croissance, mais la pandémie de Covid-19 est venue porter un coup d'arrêt brutal à cette volonté, et l'économie italienne risque de se retrouver au niveau de 1999 selon de nombreux experts économiques.



INFRASTRUCTURES DE TRANSPORTS

En raison du grand nombre d'aéroports (29 sur l'ensemble du territoire), même les coins les plus reculés du pays sont accessibles en avion.

Au niveau maritime, les 15 ports principaux opèrent des rotations avec la totalité du pourtour Méditerranéen. Les ports de Civitavecchia, Venise, Gênes, Naples et Savone figurent dans les 20 plus grands ports de croisières au monde en nombre de passagers (8 millions au total en 2017).

■ Les 10 plus grands aéroports d'Italie (trafic > à 5M. pax en 2017)



03 LE MARCHÉ ITALIEN EN FRANCE

Source : Atout France (2018)

L'Italie s'affirme comme l'un des marchés de proximité le plus important pour la France, et représente **6,7 millions de touristes par an** et **38,5 millions de nuitées**. Il engendre **2,5 milliards d'euros de recettes** touristiques.

La France reste la première destination étrangère des touristes italiens pour les courts séjours et ce en toute saison.

En 2019 en France le marché italien a connu un net regain engendrant une capacité aérienne record entre ces deux pays.

Les caractéristiques du marché italien en France :

- La France est la première destination étrangère des italiens ;
- Il s'agit d'une clientèle de courts séjours à 60% ;
- L'accessibilité est facile (train, avion, bus...) ;
- Le tourisme d'affaires représente 22% des séjours en France, un milliard d'euros de recettes et 1/3 des recettes touristiques italiennes ;
- Les congés estivaux en Italie permettent de longs séjours en France ;
- Le secteur du tourisme en Italie est le premier secteur économique pour les ventes en ligne et totalise 55% des transactions.

04 LES TOURISTES ITALIENS EN CORSE

Source : ATC - Données de l'Enquête Aux Frontières 2017.

Méthodologie : Recueil de 72 000 questionnaires dans les ports et aéroports de l'île auprès des touristes en partance. Voir Cahiers Du Tourisme N° 1 et 2 sur <https://www.corsica-pro.com/fr/observatoire/etudes>

Transports (données 2019)

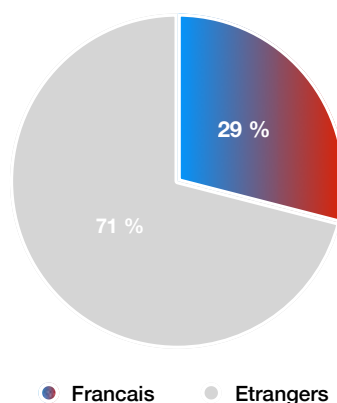
Trafic maritime : en 2019, le trafic maritime avec l'Italie était de **3,9 millions de passagers** en entrée et sorties, sur la totalité des ports de Corse.

Trafic aérien : quelques lignes directes durant l'année sont mises en service, cependant, ces lignes directes ne sont qu'**occasionnelles** et ne génèrent qu'un flux **anecdotique** de passagers.

Touristes et nuitées

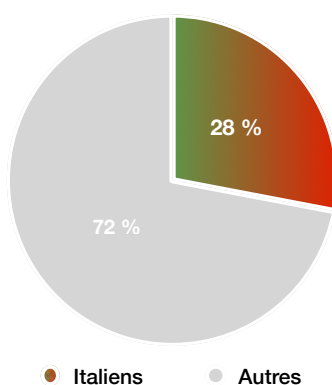
Rappel : en Corse, de mai à octobre, 2,6 millions de touristes génèrent 30 millions de nuitées. La répartition des touristes français/étrangers est de 71% / 29%, soit 1,9 millions de touristes français pour 750 000 étrangers.

RÉPARTITION DES TOURISTES FRANÇAIS / ETRANGERS



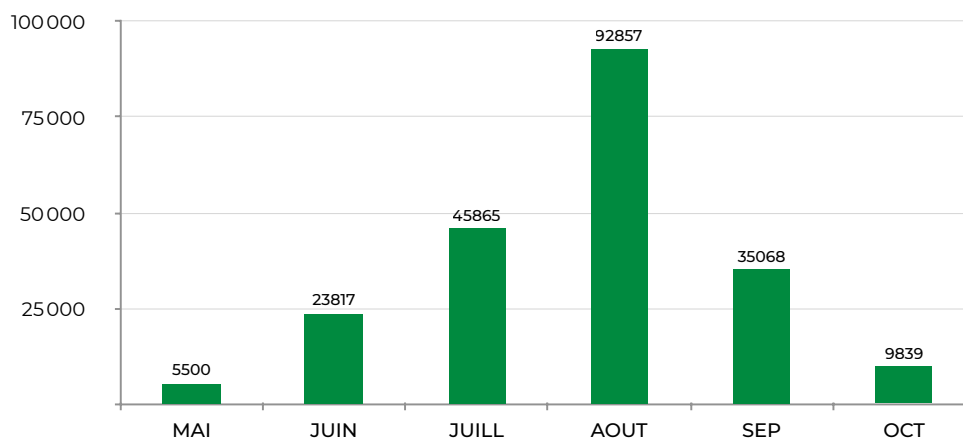
Pour la Corse, les **215 000 touristes italiens** représentent la **première clientèle étrangère** (28% des étrangers), et cumulent **2,21 millions de nuitées**. La clientèle allemande arrive en seconde position (182 000 touristes soit 24% des étrangers représentant 2,18 millions de nuitées).

POIDS DES TOURISTES ITALIENS PARMIS LES ETRANGERS



La répartition mensuelle du nombre de touristes **italiens** laisse apparaître une très nette **préférence pour le mois d'août**. Au global, en juillet-août, **un touriste étranger sur trois est italien**.

RÉPARTITION MENSUELLE DES TOURISTES ITALIENS



DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR (DMS)

La DMS des touristes italiens est de 10 nuitées.

Les séjours sont plus courts en avant-saison (8 nuitées)

PAYS DE RESIDENCE	AVANT-SAISON	HAUTE-SAISON	ARRIERE-SAISON	DMS moyenne
FRANCE	9	13	13	12
ITALIE	8	11	10	10
Moyenne générale	9	12	12	11

COURTS SÉJOURS

En Corse les touristes italiens sont la clientèle étrangère la plus **adepte des courts-séjours** (c'est-à-dire les séjours de moins de 4 nuitées). En effet, toutes nationalités confondues, **38 %** des courts séjours étrangers sont réalisés par cette clientèle.

Entre mai et octobre, la répartition mensuelle des courts-séjours italiens montre une **préférence pour le mois de juin** (35 % des courts séjours italiens en juin).

TYPOLOGIE DES TOURISTES ITALIENS

Parmi les touristes étrangers, les italiens sont ceux qui se rendent le plus souvent en Corse. En effet, la moitié déclare être venue au moins 2 fois au cours des 5 dernières années et près d'un quart au moins 4 fois sur la même période.

Les touristes italiens sont plutôt jeunes, près d'un touriste italien sur deux se situe dans la tranche d'âge 35-49 ans. Enfin, concernant la typologie des groupes de touristes, **46 % des séjours italiens s'effectuent en famille et 31 % en couple.**

TRANCHE D'ÂGE	<18	18-24	25-34	35-49	50-65	66+	TOTAL
FRANCE	2%	6%	18%	36%	29%	9%	100%
ITALIE	1%	6%	17%	44%	27%	5%	100%
Moyenne générale	2%	6%	17%	38%	29%	9%	100%

REVENUS

Les touristes italiens sont (avec ceux d'Europe centrale et de l'Est), les touristes étrangers ayant les revenus mensuels les plus modestes (35 % < 2500 € mensuels par groupe de touristes).

PAYS DE RESIDENCE	<1500€	1500-2500€	2501-4000€	4001-6000€	>6000€	TOTAL
FRANCE	6%	19%	32%	26%	17%	100%
ITALIE	9%	26%	32%	21%	12%	100%
Moyenne générale	6%	19%	30%	26%	19%	100%

PRÉFÉRENCES D' HÉBERGEMENT

PAYS DE RESIDENCE	HEBERGEMENT PROFESSIONNEL				NON-PRO	NON-MARCHAND	TOTAL
	Camping	Hôtel	RT/VV	Autre			
FRANCE	14%	9%	14%	8%	22%	33%	100%
ITALIE	32%	11%	20%	4%	15%	18%	100%
Moyenne générale	19%	11%	14%	8%	21%	28%	100%

Les touristes italiens séjournent de préférence dans l'hôtellerie de plein air (32% des séjours), puis dans les résidences de tourisme et villages de vacances (20% des séjours). Parmi les touristes étrangers, **ce sont ceux qui vont le moins souvent à l'hôtel** (1 séjour sur 10 seulement).

PRÉPARATION DU SÉJOUR, CANAL DE RÉSERVATION

La majorité des touristes italiens (43%) réservent leur hébergement entre 1 et 3 mois à l'avance. Ils restent toutefois nombreux à préparer leur séjour au dernier moment (30% dans le mois précédent le séjour).

Il faut noter qu'un cinquième des touristes vient sans réservation préalable, élément à rapprocher de leur préférence d'hébergement (majoritairement en camping).

Le canal de réservation privilégié est clairement Internet notamment à travers la plateforme booking.com. En effet, parmi les touristes étrangers, les italiens (et les touristes d'Europe centrale/ de l'Est) sont ceux qui sollicitent le plus souvent cet intermédiaire (36 % des réservations).

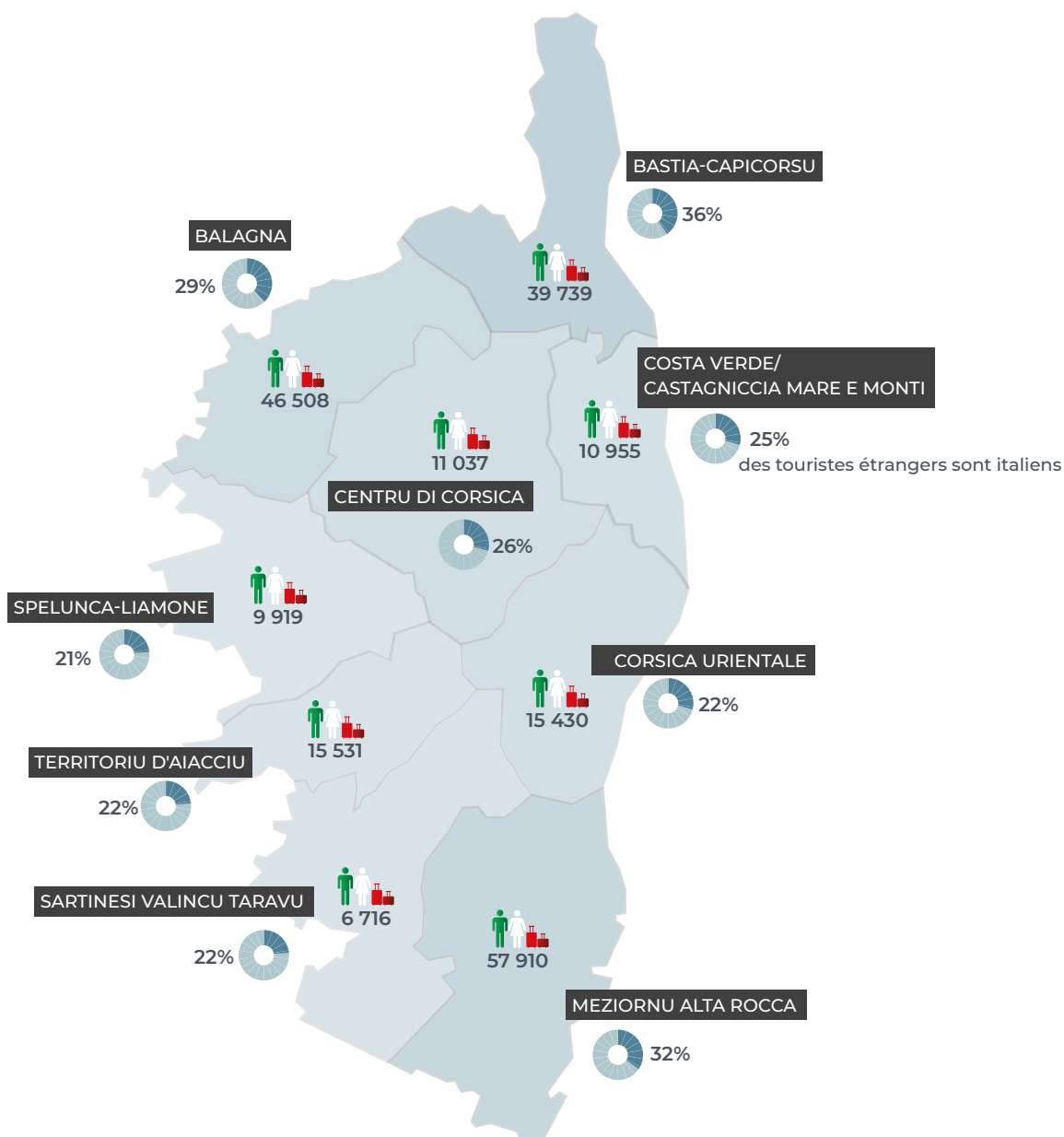
Seulement 6 % des séjours sont effectués au moyen d'un forfait/package hébergement/transport.



ITINÉRANCE, ACTIVITÉS, MOBILITÉ

A l'instar des autres touristes étrangers, la majorité des italiens (60%) est plutôt sédentaire et séjourne uniquement dans une région. Les territoires qu'ils apprécient le plus sont la région de Bastia-Capicorsu, Meziornu Alta-Rocca et la Balagna (respectivement 36%, 32% et 29 % des touristes italiens ne séjournent que dans ces territoires).

SÉDENTARITÉ DES TOURISTES ITALIENS DANS CHAQUE TERRITOIRE

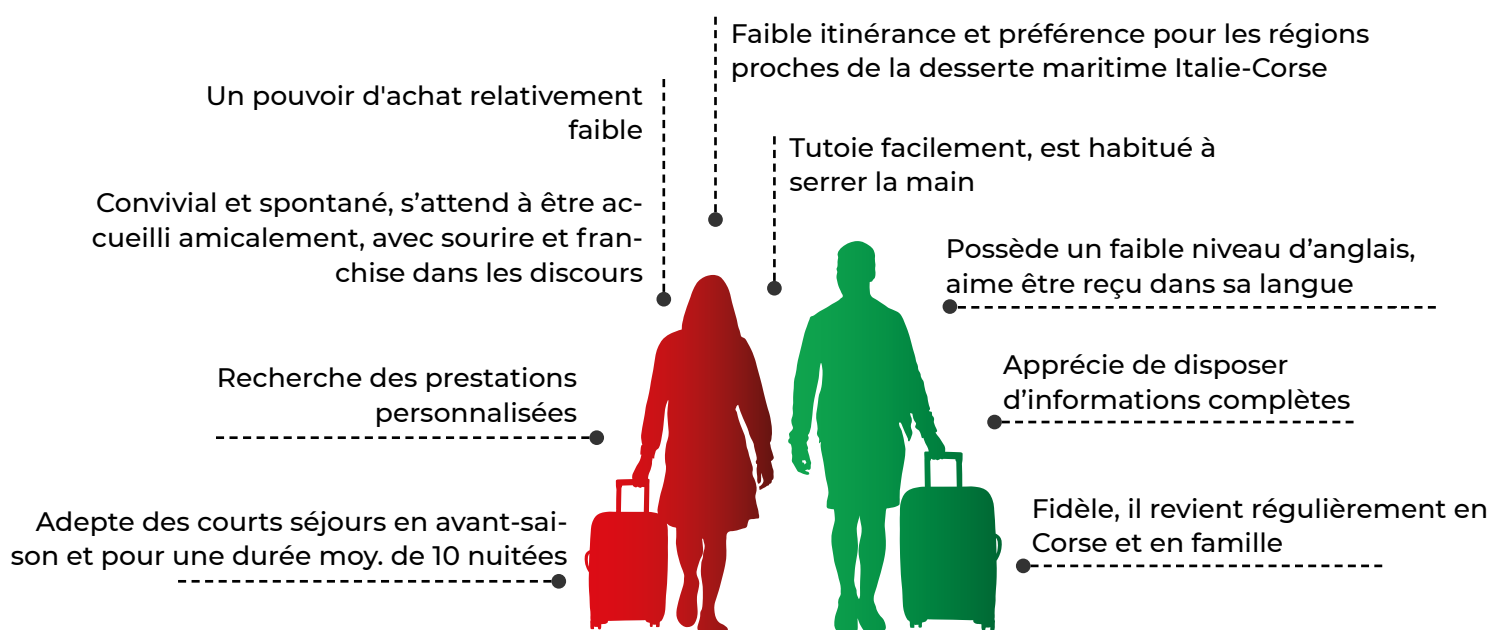


Les italiens pratiquent peu d'activités payantes. En effet, 56% déclarent n'en pratiquer aucune et leur présence est faible dans les territoires ruraux de l'intérieur ce qui témoigne d'une faible pratique des APN et des sports de montagne en particulier (randonnées).

Corollaire de leur venue par voie maritime, les italiens se déplacent en Corse avec leur véhicule personnel (dans 80% des cas), ce taux est nettement supérieur aux autres nationalités étrangères (les allemands, seconds sur ce critère, sont 58 % à venir avec leur propre véhicule).

HABITUDES DE CONSOMMATION ET DE COMPORTEMENTS

CARACTÉRISTIQUES DU VISITEUR ITALIEN TYPE



A L'HÔTEL

- **Prise en charge** de la **réservation** des activités **appréciée**
- Sensible à l'**élégance** et l'attitude soignée **du personnel**
- Parents touchés par une petite **attention aux enfants**



AU RESTAURANT

- **Garniture servie à part**
- **Préférence** pour les **poissons** et les **fruits de mer**
- **Changer les couverts** entre l'entrée et le plat
- **Traduire les menus** en italien



EN RÉSUMÉ : POINTS CLÉS DU MARCHÉ ITALIEN EN CORSE



Clientèle étrangère
28% des clients étrangers
215 000 **touristes**
2,2 millions de **nuitées**

COMMENT VIENNENT-ILS EN CORSE ?



Quasi exclusivement par voie maritime, et 8 fois sur 10 avec leur véhicule personnel

en camping : 32%
en res. de tourisme et vill. de vacances : 20%
en hôtellerie : seulement 1/10^{ème} des séjours

05 ÉTUDE ATOUT-FRANCE (2018)

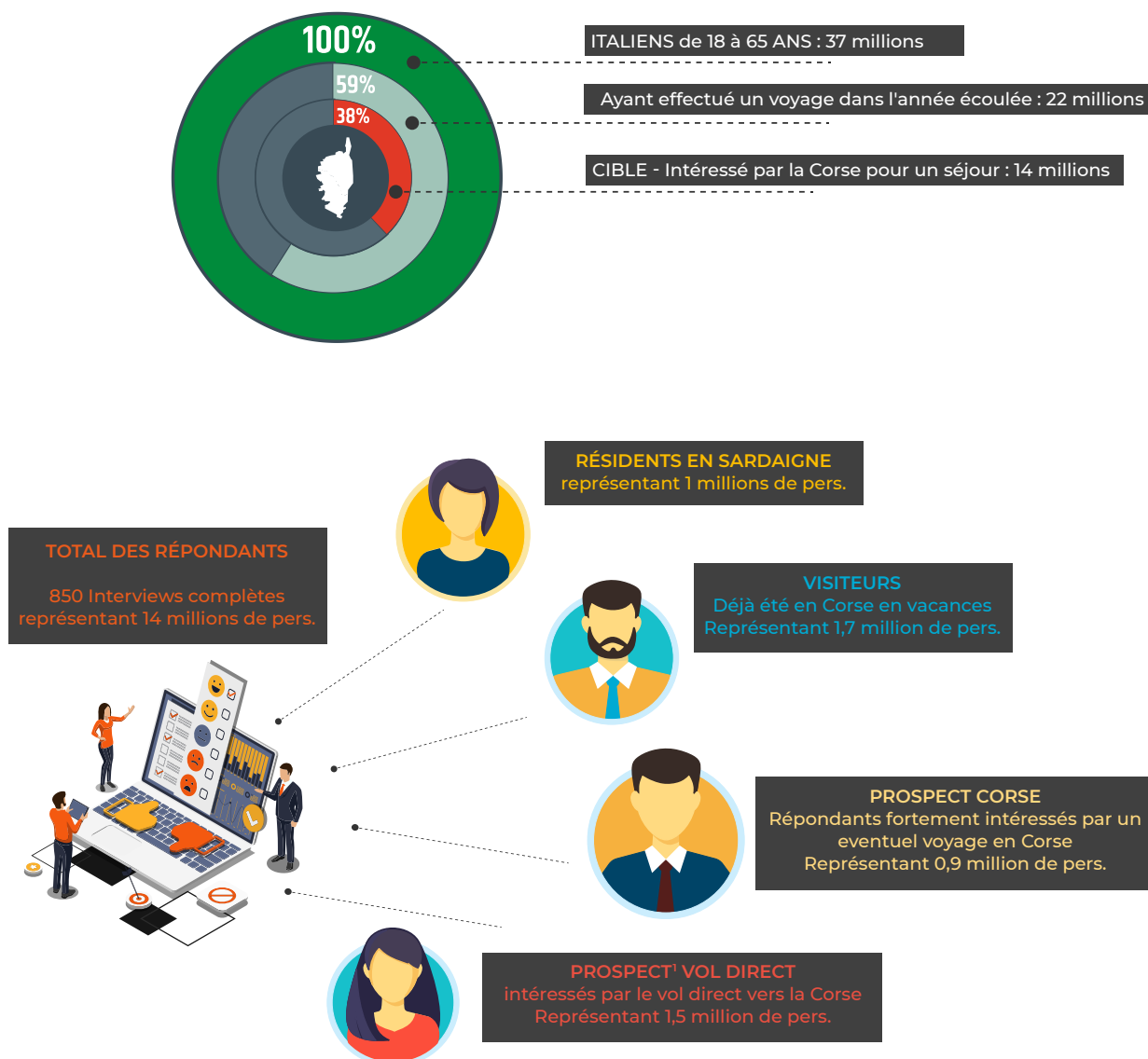
MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Consultation d'un échantillon de 850 personnes âgées de 18 à 65 ans ayant effectué au moins un séjour touristique au cours des 12 derniers mois, et ayant déclaré ne pas exclure la Corse comme destination possible pour un futur voyage.

- o Italiens de 18 à 65 ans : 37 millions
- o Ayant effectué un voyage dans l'année écoulée : 22 Millions (59%)
- o Intéressés par la destination Corse pour un séjour : 14 millions (soit 38 % de l'échantillon).

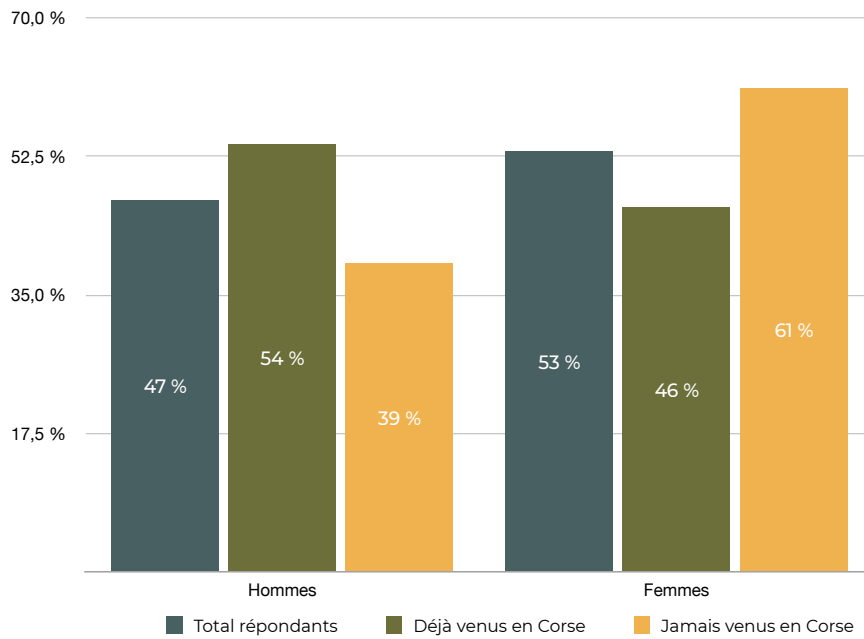
-Profil sociodémographique des voyageurs

La cible-sous groupes d'analyse



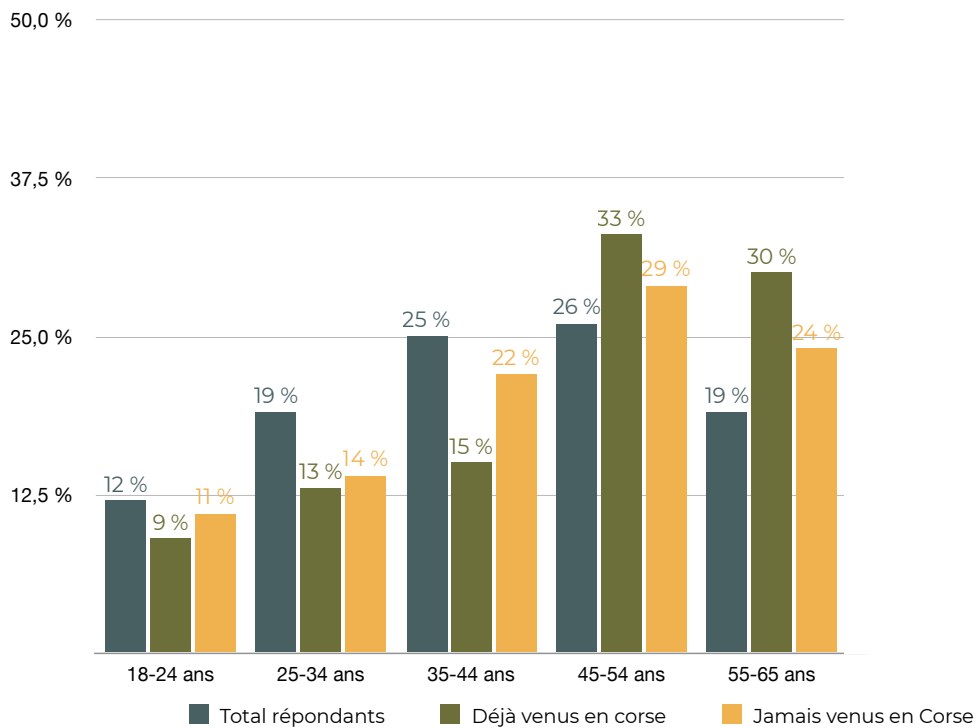
1 Prospect : désigne un client potentiel pour une entreprise, un marché.

GENRE

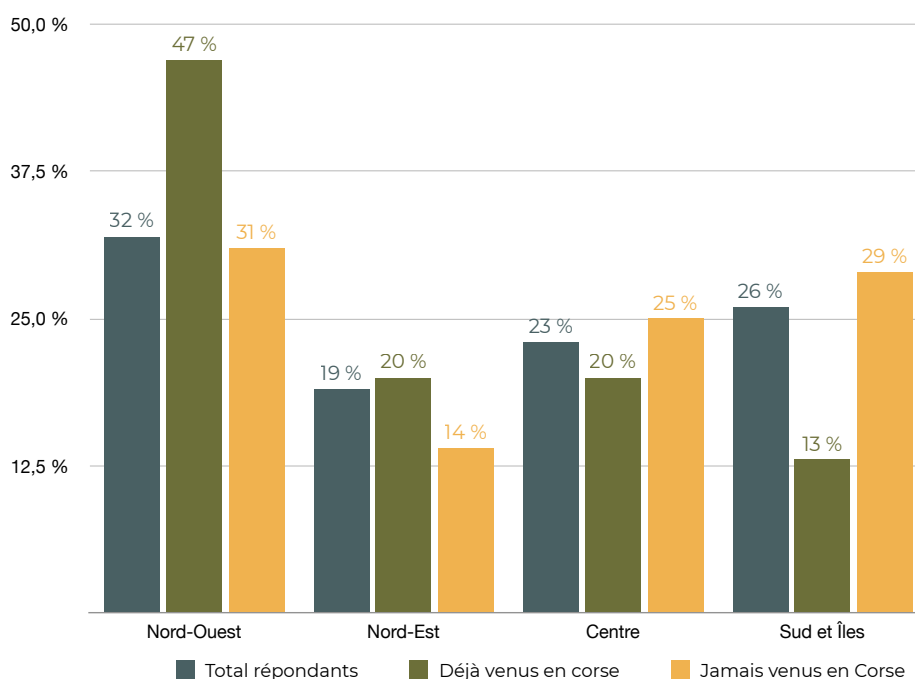


ÂGE

La moyenne d'âge des répondants est de 42 ans.



RÉGIONS ITALIENNES DE PROVENANCE



CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Les cadres/fonctionnaires représentent 4 % des actifs. Parmi ceux qui sont déjà venus en Corse ce chiffre est de 11%.

	Ensemble	Déjà venus en Corse	Jamais venus en Corse
Travail	61%	62%	61%
Entrepreneur/Indépendant	6%	12%	7%
Commerçant/artisan	2%	1%	-
Cadre/Fonctionnaire	4%	11%	4%
Employé/Eseignant/Militaire	33%	30%	38%
Ouvrier/Vendeur/Apprenti	16%	8%	12%
Sans-Emploi	39%	38%	39%
Femme au foyer	11%	13%	14%
Etudiant	12%	11%	11%
Retraité	4%	6%	2%
Non-occupé	13%	9%	11%

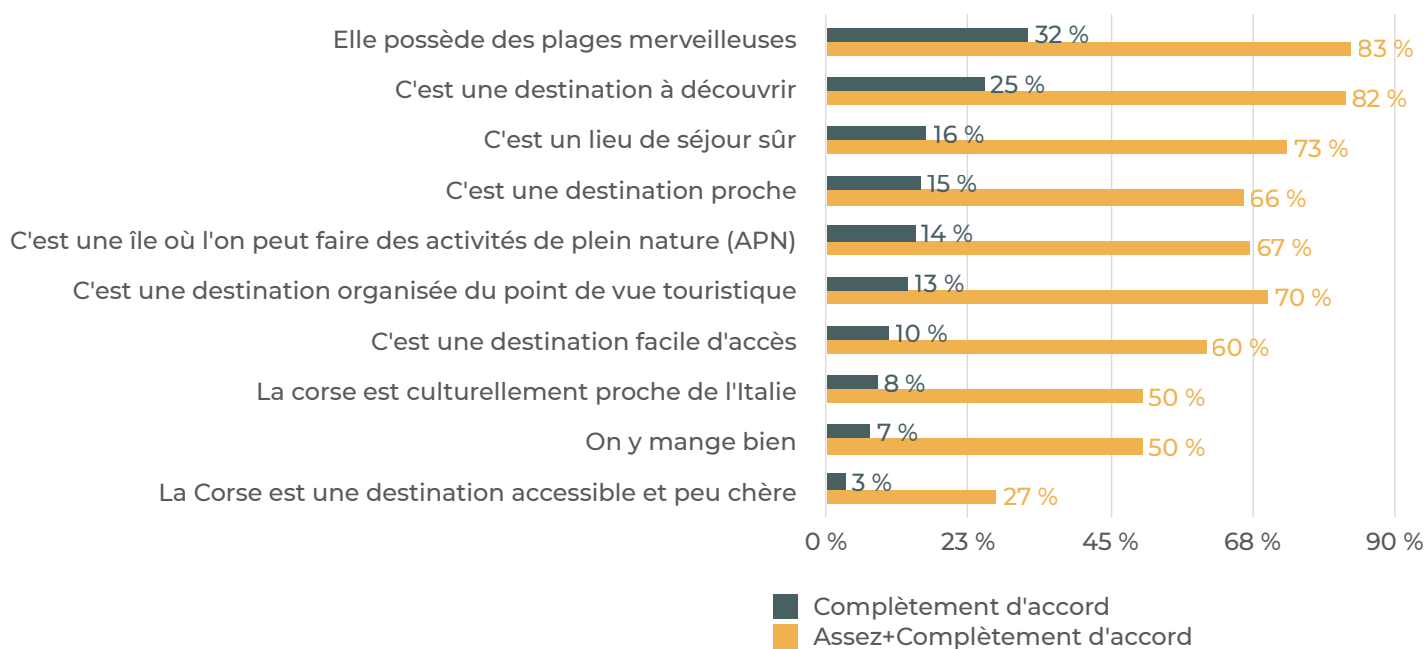
5.1 IMAGE DE LA DESTINATION CORSE

■ Notoriété de l'île, atouts

Pour les personnes interrogées, avec une note de 7,75/10, la Corse est la 4^{ème} destination idéale pour un séjour touristique parmi les îles méditerranéennes après la Sardaigne (8,37/10), la Sicile (8,01/10), et les Baléares (7,96/10), et devant l'île d'Elbe (7,46/10).

Pour la grande majorité des répondants, la Corse bénéficie d'une très bonne notoriété concernant ses atouts naturels : 83% estiment qu'on y trouve « des plages merveilleuses », et que c'est une « destination à découvrir » (82%).

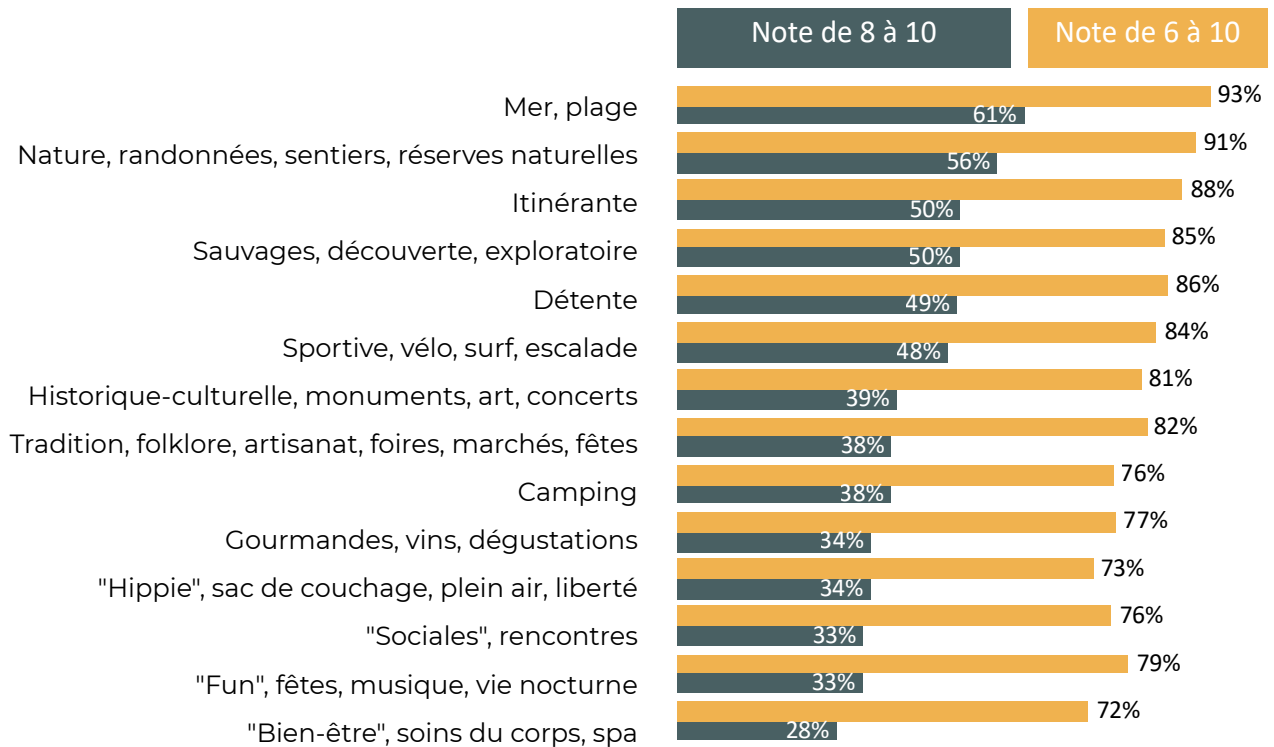
Ils ne sont toutefois que 10% à être « complètement d'accord » quant à la facilité d'accès de l'île. En revanche, ils sont seulement 27% à juger la Corse comme une destination « accessible et peu chère ».



■ Critères de choix, typologie de vacances associées

Les vacanciers italiens voyagent de préférence **en famille, aiment la mer, la nature**. Ainsi, la sécurité de la destination, la facilité pour s'y rendre, les facilités pour s'y déplacer et la visiter une fois sur place sont donc des critères de choix importants.

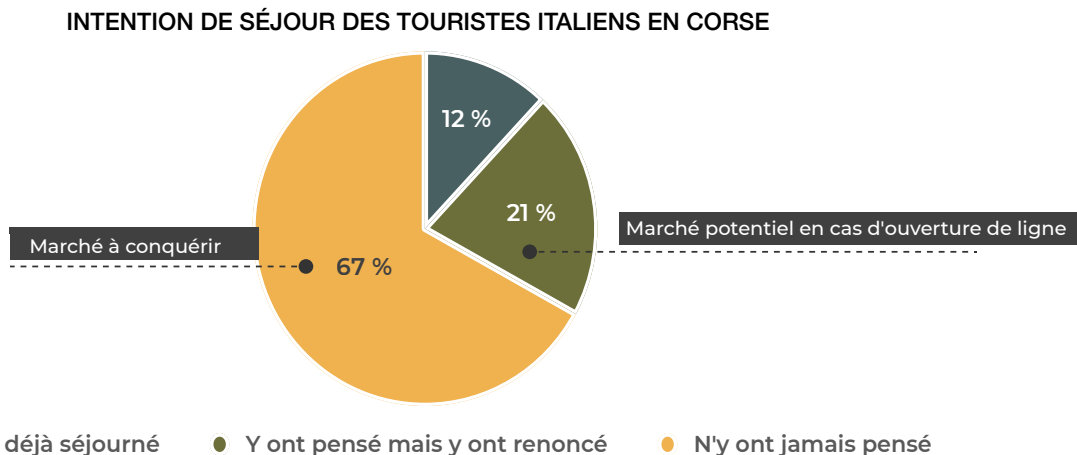
Lorsqu'il s'agit d'associer une typologie de séjour en Corse selon des notes allant de 1 (« je n'associe pas ») à 10 (« j'associe fortement »), **61% des personnes interrogées envisagent spontanément la destination Corse pour des vacances de type mer et plage** (note entre 8 et 10).



■ Freins et obstacles au choix de l'île comme destination

88% des personnes interrogées ne sont jamais venues en Corse

67% des personnes interrogées n'ont jamais pensé à venir en Corse



Ceux qui ont renoncé à venir en Corse évoquent avant tout les facteurs économiques (49%), la concurrence d'autres destinations jugées « plus attractives » (21%) ainsi que le coût des transports jugé comme « trop cher » (17%).

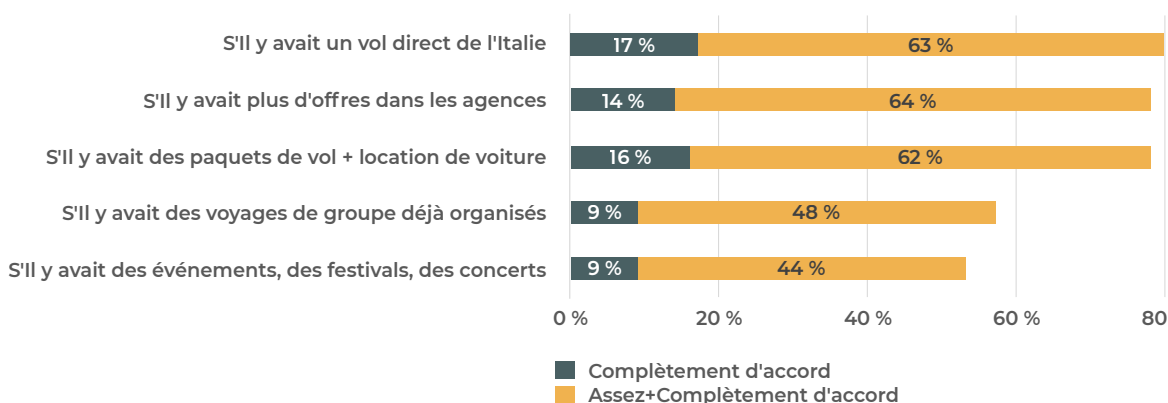
Autres raisons évoquées : des vacances « trop compliquées à planifier » (9%), le manque de vol direct (7%) et le manque d'informations quant à la destination Corse (13% de réponses).

Les mêmes motifs sont avancés chez ceux qui n'ont jamais envisagé de séjourner dans l'île, il faut cependant relever que le manque d'informations est davantage cité (18% des répondants).

	Y ont renoncé	N'y ont jamais pensé
Raisons économiques	49%	47%
J'ai trouvé une destination plus attractive	21%	18%
Coût du transport trop cher	17%	16%
Vacances trop compliquées à planifier	9%	9%
Je n'ai pas trouvé de vols directs	7%	5%
Je disposais de trop peu d'informations	13%	18%

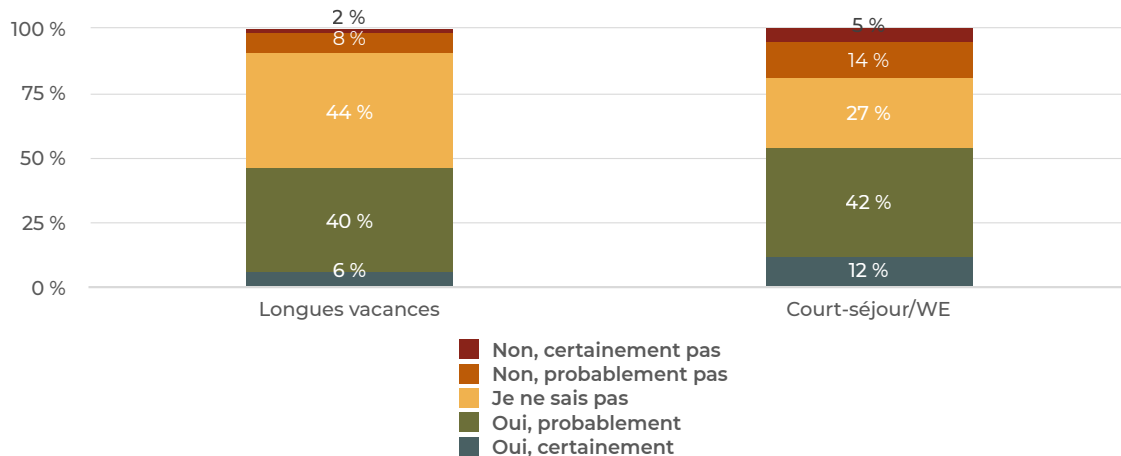
■ Facteurs incitatifs au séjour touristique en Corse

Lorsqu'on demande aux sondés quels pourraient être les éléments facilitateurs en faveur d'un choix de séjour en Corse, ceux relatifs à l'accessibilité sont majoritairement cités, au premier rang desquels l'existence d'un vol direct (80% des répondants).



5.2 INTENTION DE SÉJOUR

A la question de savoir s'ils envisagent sérieusement la Corse comme destination de leur votre prochain voyage, 46 % des sondés répondent positivement (6% certainement, et 40% probablement) dans le cadre de longues vacances. Ce chiffre monte à 54% dans le cadre d'un court-séjour.



En théorie, ces 46 % de réponses positives représentent une cible « Prospects » de 6,5 millions d'italiens concernant les longues vacances et 7,7 millions pour les courts-séjours.

■ Profil de voyage de la cible "Prospect Corse"

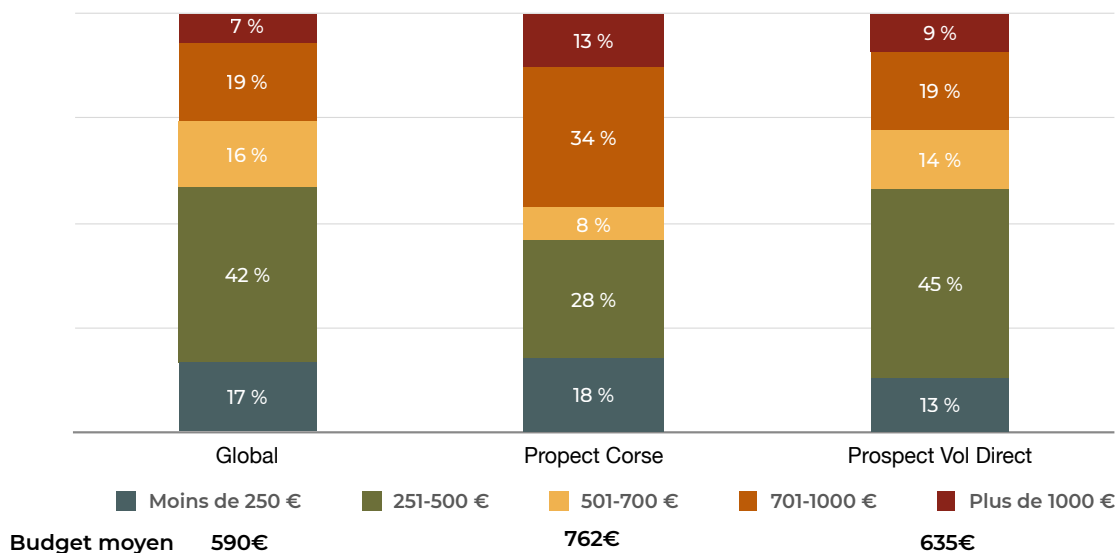
Estimation des dépenses pour un séjour d'une semaine en Corse

Au global, 42 % des répondants envisagent un budget global entre 250 et 500 € pour un séjour d'une semaine (pour un budget moyen de 590 €).

Chez les prospects, le budget prévisionnel moyen est de 762 €.

Dans le cas d'un vol direct, ces dépenses sont estimées à 635 €.

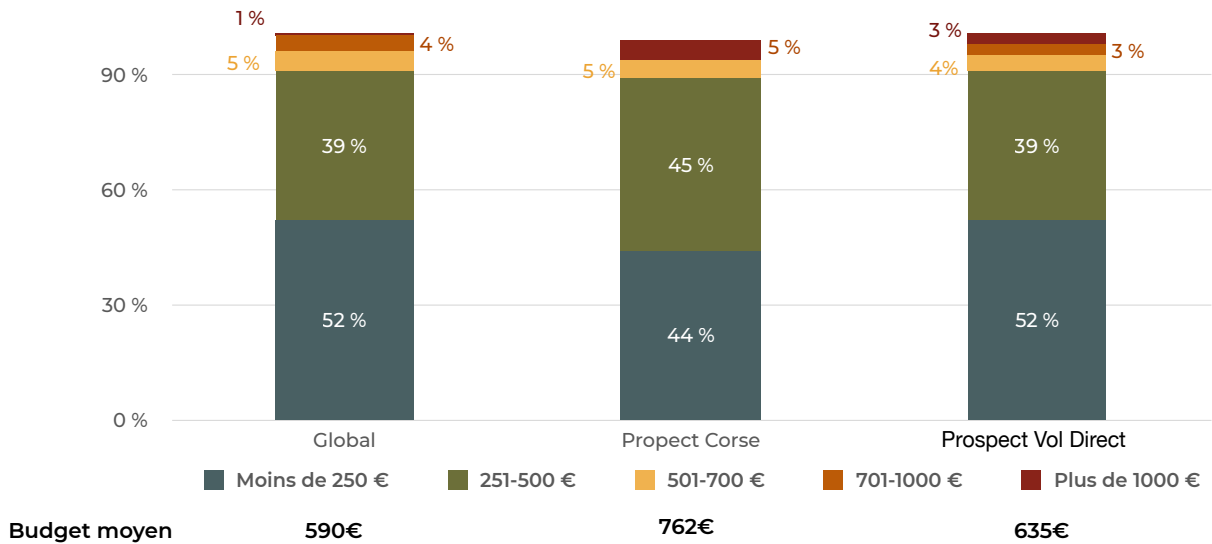
BUDGET PRÉVISIONNEL - SÉJOUR D'UNE SEMAINE



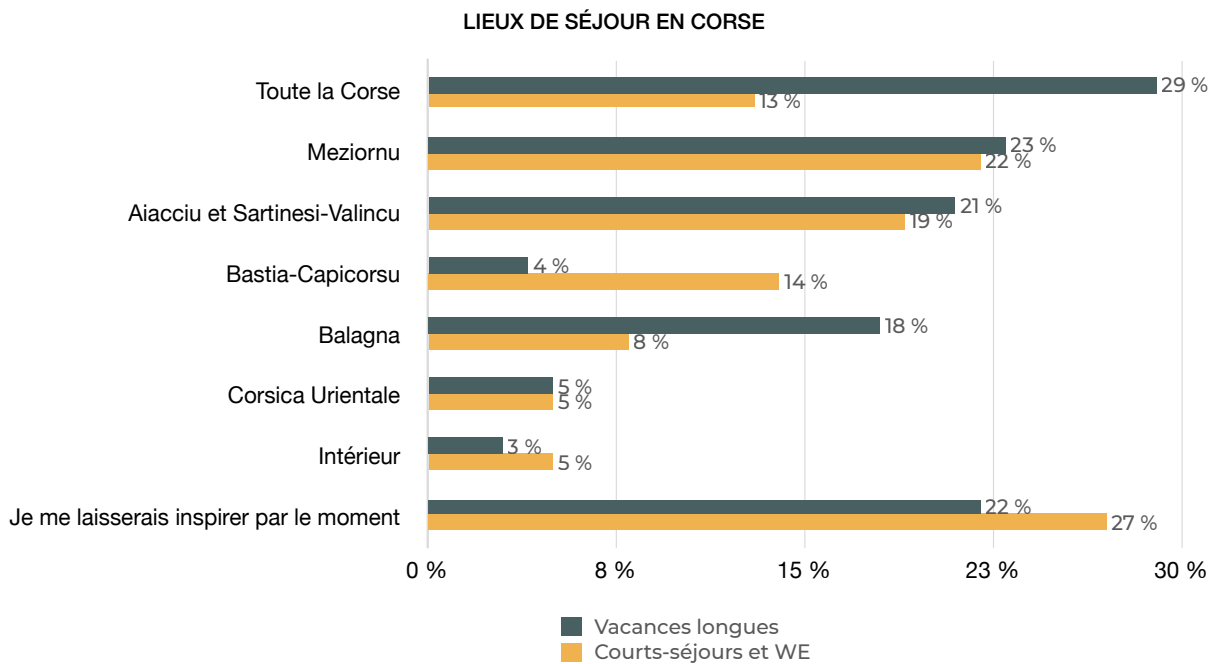
Estimation des dépenses pour un court-séjour/WE en Corse

Chez les prospects, 45% des répondants envisagent un budget global entre 250 et 500€ (pour un budget moyen de 432 €).

Dans le cas d'un vol direct, ces dépenses sont estimées à 377 €



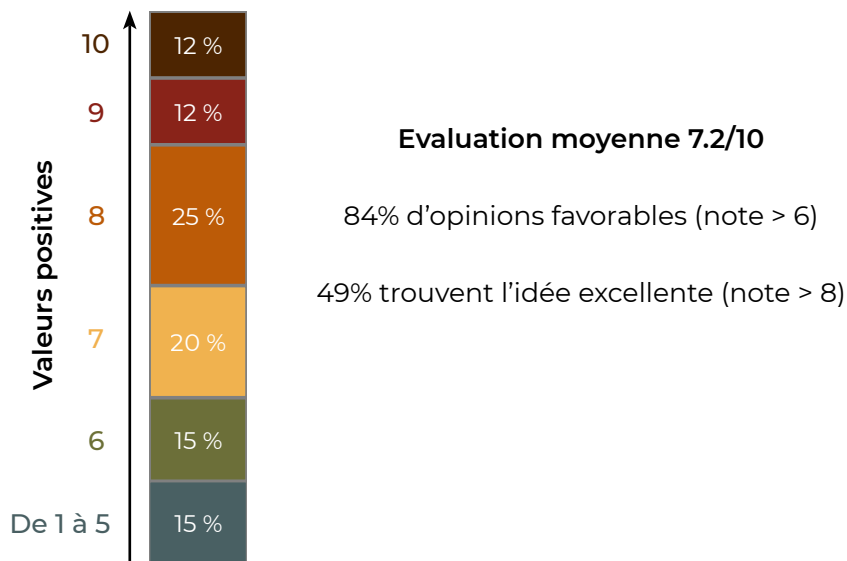
Itinérance: les touristes italiens disent avoir l'intention d'être assez itinérants durant leur séjour puisque 29 % voudraient découvrir tout le territoire à l'occasion de longues vacances. Ceci est naturellement moins vrai pour les courts-séjours (13%). La région la plus attractive pour séjourner semble être le Sud de la Corse.



06 CONSIDÉRATION DU VOL DIRECT CORSE-ITALIE

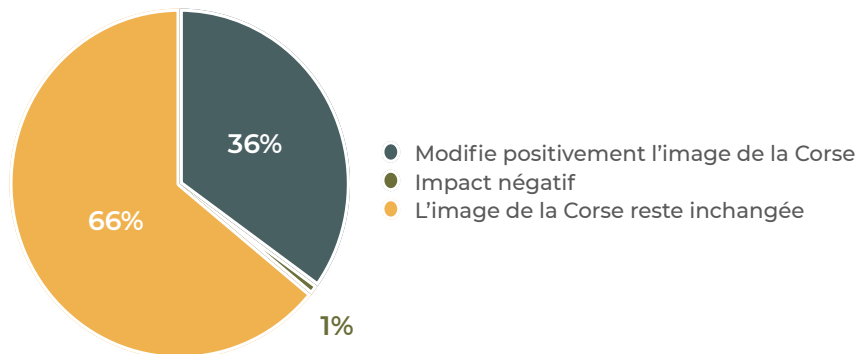
L'existence d'un vol direct a incontestablement un impact positif sur l'image de la Corse. En effet, pour la majorité de l'échantillon (84%), l'existence d'un vol direct pour la Corse serait un élément positif, proposition jugée excellente pour près d'un répondant sur deux (49%).

Vols directs – Appréciation (notation sur 10).



■ Vols directs - Impact sur l'image globale de la Corse

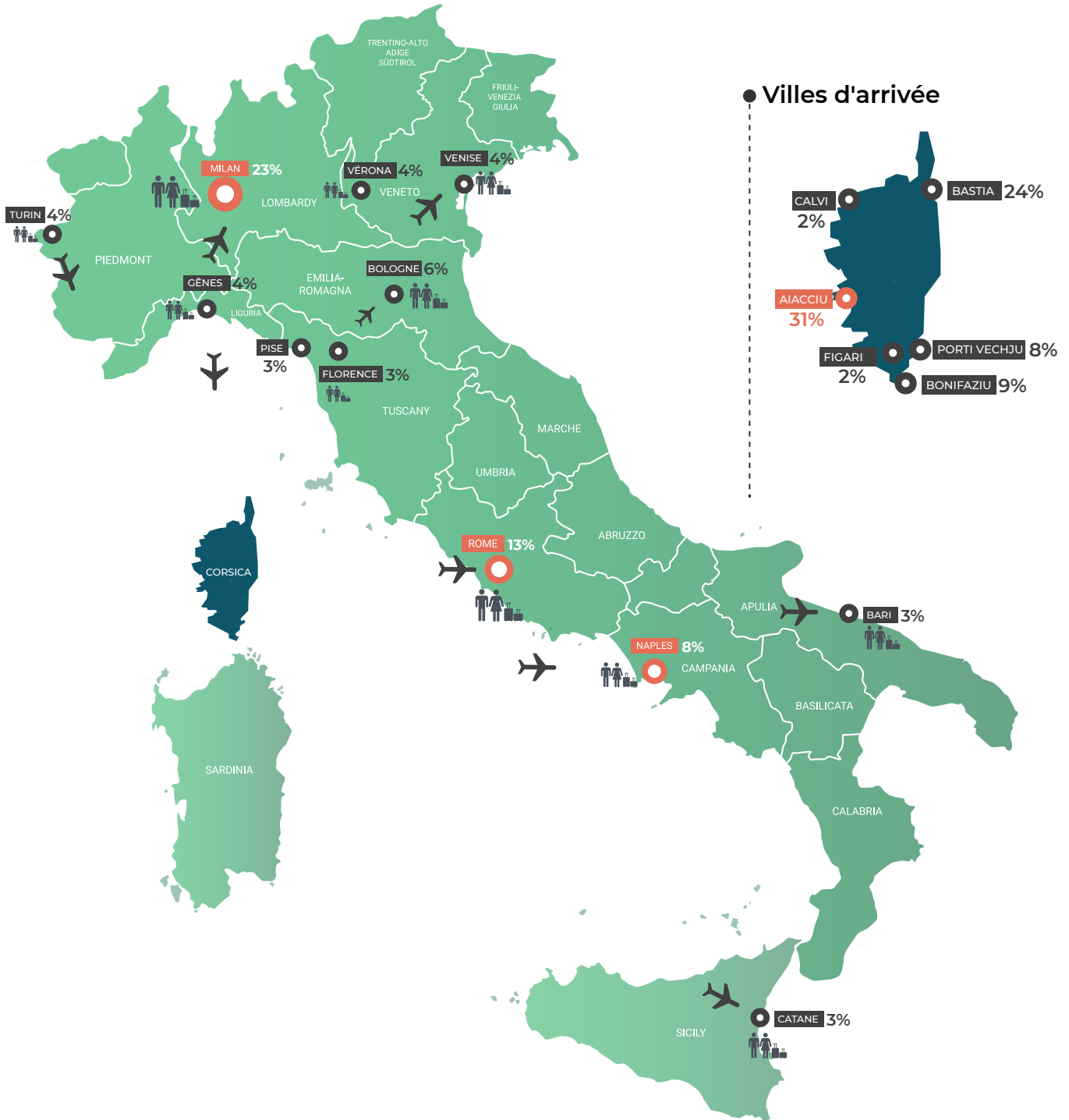
Malgré tout, pour la majorité des sondés (66%), l'existence d'un vol direct ne modifie pas la perception de la destination Corse. Mais pour plus du tiers (36%), elle pourrait être un facteur fortement incitatif puisqu'elle simplifierait la préparation du voyage, et permettrait d'économiser du temps et de l'argent.



■ Vols directs - Villes de départ et d'arrivée

Concernant le choix de l'aéroport de départ (réponse spontanée), près du quart des répondants (23%) optent pour les aéroports de Milan et 13% pour ceux de la capitale romaine.

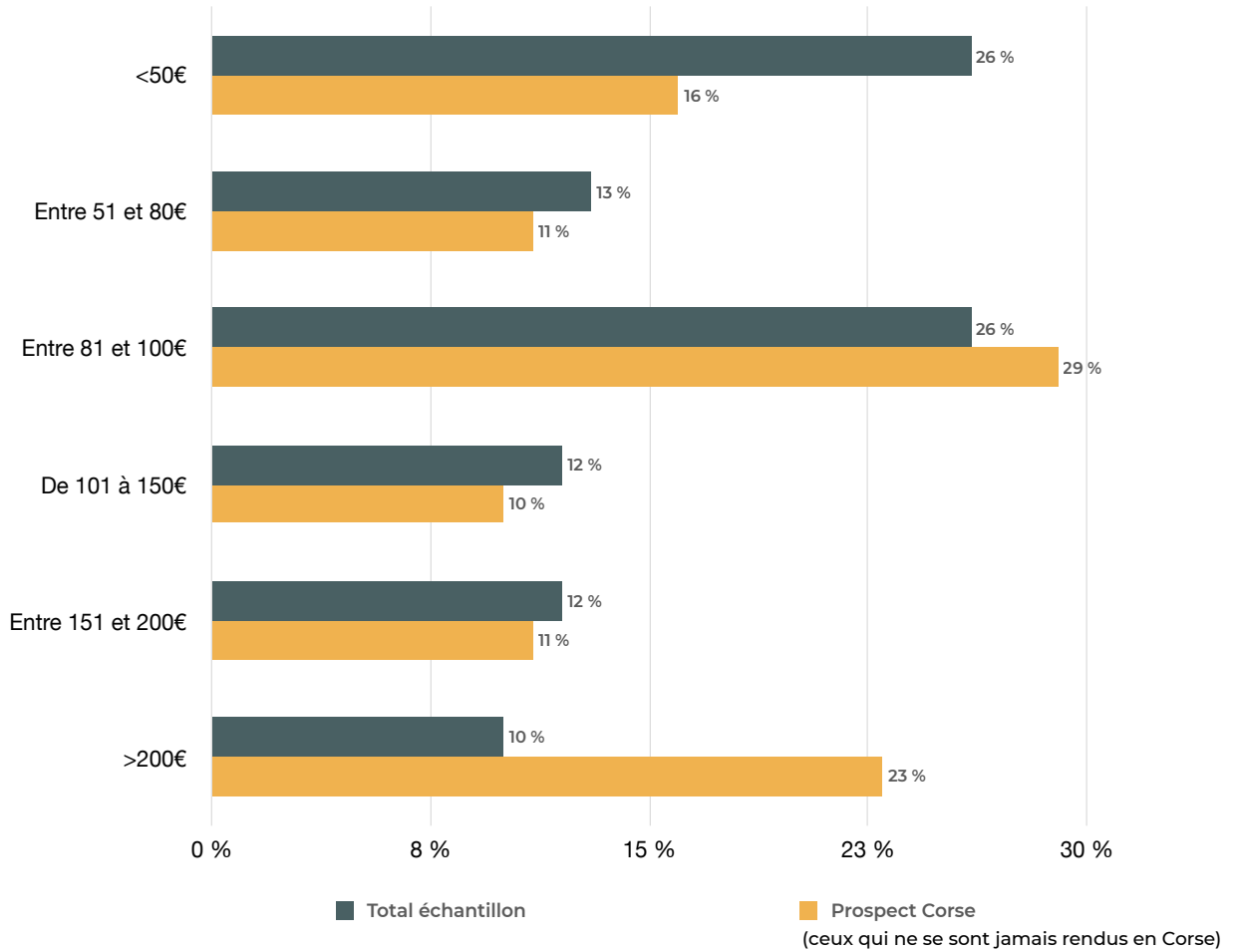
Ces données sont à rapprocher de l'origine géographique de l'échantillon (voir plus haut).



-75% ont cité spontanément au moins une ville d'arrivée (pas de proposition dans la question): 31% citent Aiacciu, 24% Bastia

■ Vols directs - Budget potentiel à consacrer au transport.

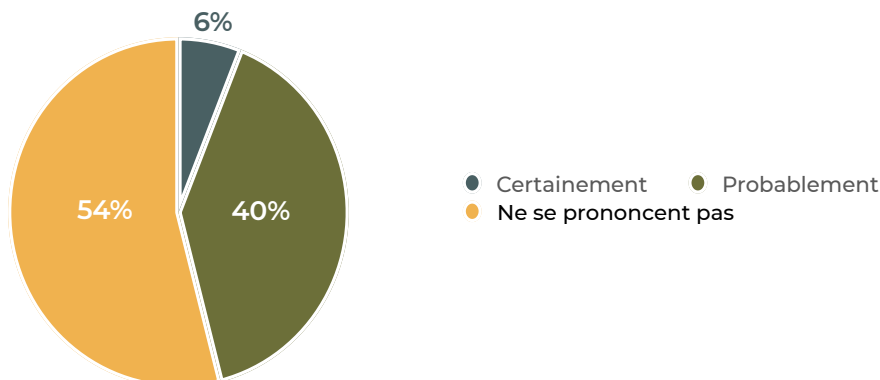
Au global et en moyenne, les répondants seraient prêts à dépenser **130 €** pour un trajet aérien entre l'Italie et la Corse. Si on regarde uniquement les prospects (ceux qui ne se sont jamais rendus en Corse), **ce budget monte à 224 €**.



■ Vols directs - Propension à séjourner en Corse

En l'absence de vols directs, ils ne sont que 6 % à être quand même certains de venir lors d'un prochain voyage et 40% sont indécis mais viendraient probablement (54% ne se prononcent pas).

L'existence de vols directs serait un facteur fortement convaincant pour 70% de ces indécis.

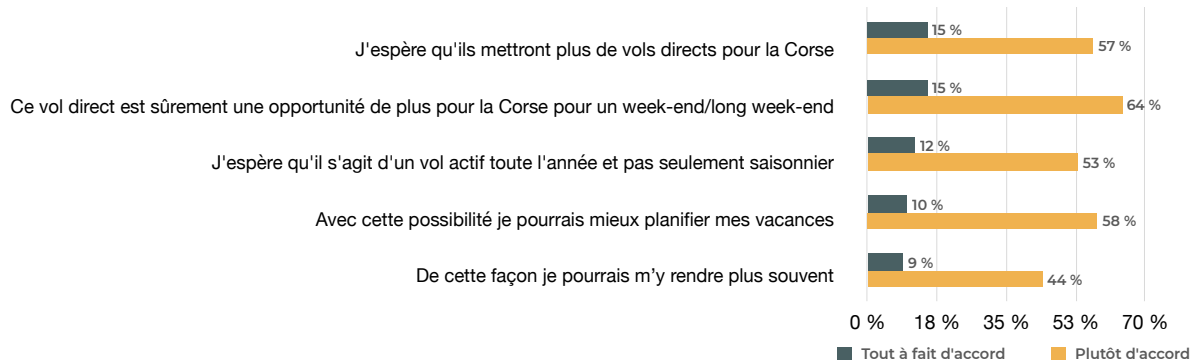


Ainsi, l'existence de vols directs permettraient de cibler l'ensemble de ces voyageurs **soit environ 2,6 millions de prospects au total** (estimation Atout-France).

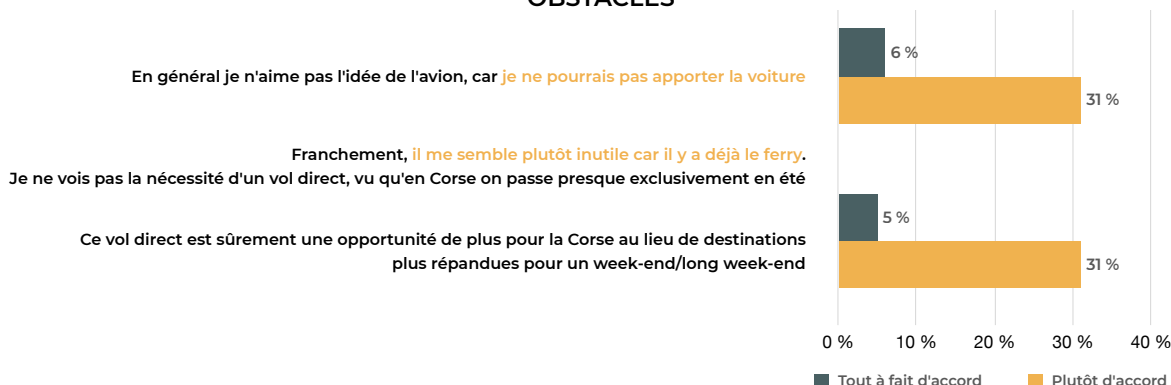
■ Vols directs - Opportunités et obstacles

57% des sondés espèrent que davantage de vols directs seront mis en service et 53 % souhaitent également que ce vol ne soit pas uniquement saisonnier. Toutefois les touristes italiens restent très attachés à leur véhicule personnel et donc au trajet par ferry.

OPPORTUNITÉS



OBSTACLES



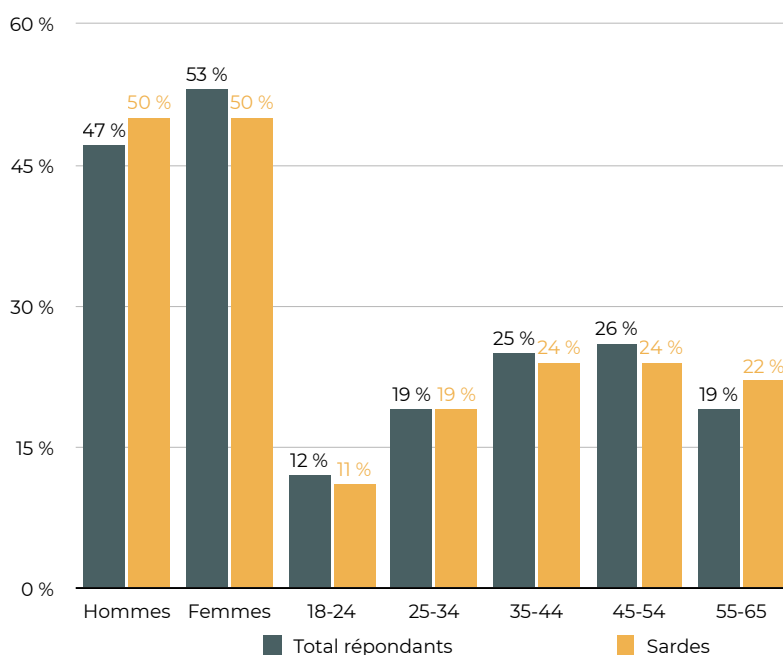
07 LE MARCHÉ SARDE

La Sardaigne compte 1 million d'habitants.

Les répondants sardes représentaient environ 10% de l'échantillon total.

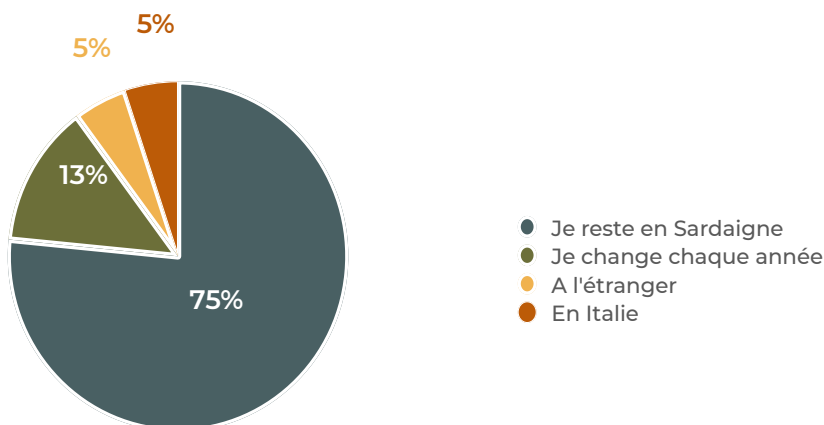
■ Profil des répondants

La moyenne d'âge des répondants sardes (42,5 ans) est légèrement plus élevée qu'au sein de la population mère (41,9 ans pour le total des répondants italiens et sardes).



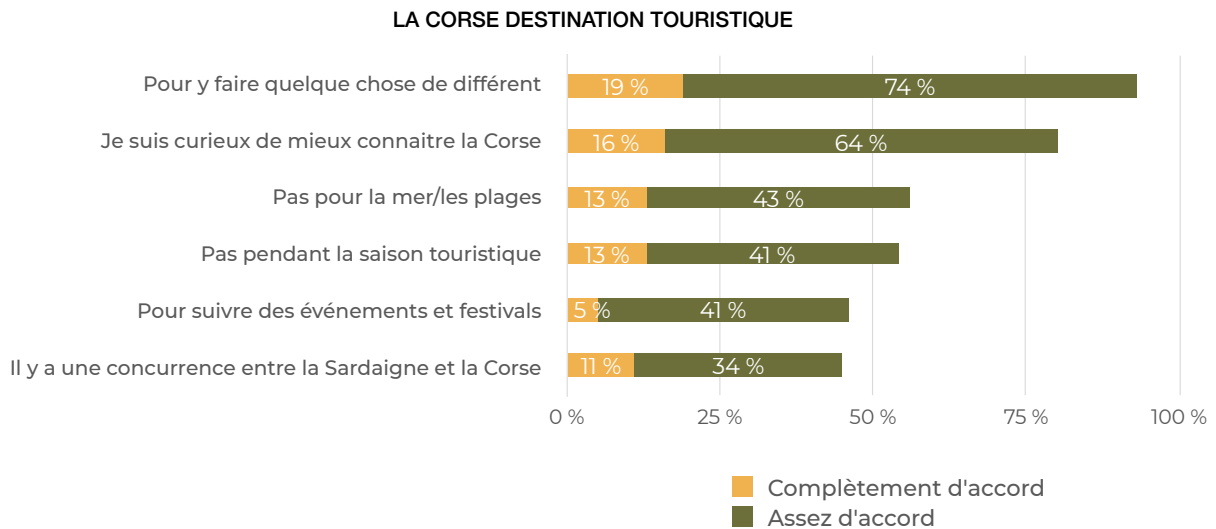
■ Habitudes de voyages pour les vacances

Les sardes se déplacent peu et sont enclins à rester en Sardaigne pour les vacances (75%).



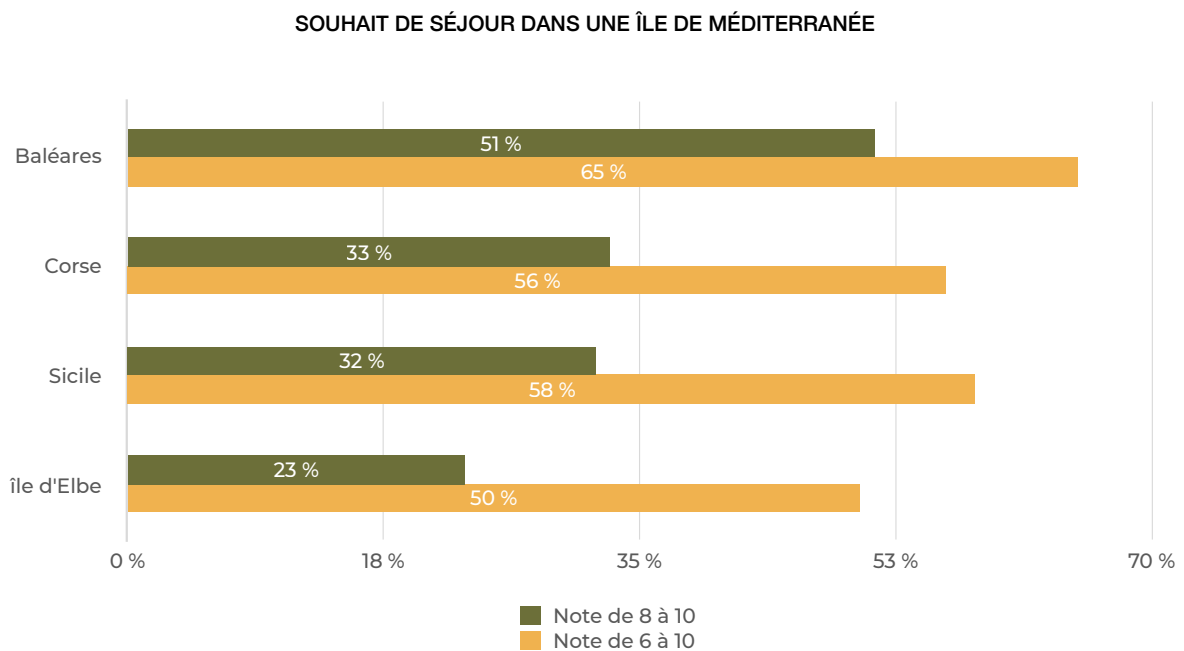
■ Image de la Corse

Pour eux la Corse représente une île de proximité, qu'ils souhaiteraient mieux connaître mais pas forcément pour découvrir ses plages et la mer ni pendant la saison touristique.



■ Désidérabilité de la destination Corse

Lorsqu'on demande aux sondés quelle est l'île en Méditerranée qui aurait leur préférence pour un séjour (notre de 1 « pas du tout » à 10 « complètement »), ce sont les Baléares qui recueillent le plus de réponses positives (51% de votes entre 8 et 10). La Sicile arrive en seconde position (33%) suivie de la Corse (32%).

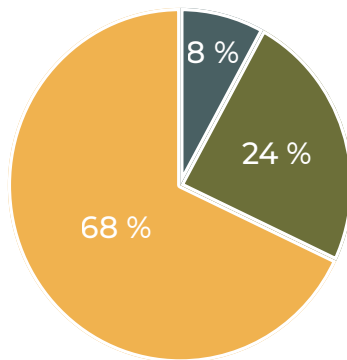


■ Intention de voyage

Un tiers des répondants envisagent un séjour en Corse dans le cadre de leurs prochaines vacances (pour n'importe quel type de séjour), mais ils ne sont que 8% à y songer de façon certaine et 24% de façon « probable ».

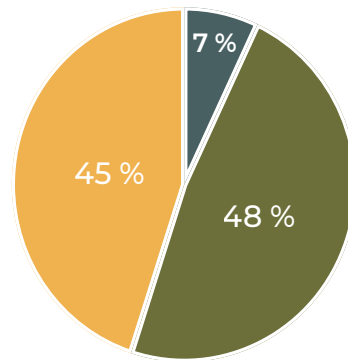
L'intention de voyage s'affirme plus dans le cadre d'un court séjour/WE, avec 55% de réponses positives.

Intention de séjour en Corse en général



- Oui, certainement
- Oui, Probablement
- Indécis

Intention de séjour en Corse pour un court-séjour/WE



- Oui, certainement
- Oui, Probablement
- Indécis



08 CONCLUSION

Analyse SWOT ou FFOM

L'analyse ou matrice SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats, en français FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est un outil de stratégie d'entreprise permettant de déterminer les options offertes dans un domaine d'activité stratégique.

Options stratégiques envisageables

Cette analyse montre que si l'on veut maintenir le marché italien à son niveau de leader en termes de fréquentations il convient de mettre en évidence la forte proximité culturelle, tout en maintenant un service de desserte maritime intense en période estivale.

La communication et des campagnes promotionnelles visant à se démarquer des îles concurrentes en Méditerranée semble également être indispensables, en s'appuyant sur les atouts naturels de la Corse. Toutefois la crise sanitaire pose de fortes interrogations quant au pouvoir d'achat des consommateurs italiens dans un futur proche, la Corse étant jugée par eux comme une destination plutôt chère.

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">o Proximité géographique et culturelle, langueo Lignes maritimes directeso L'offre de la destination Corse répond à la demande du marché italien (Mer, nature, ...)o Courts séjours en toutes saisons et saison estivale	<ul style="list-style-type: none">o Pas de lignes aériennes directeso Destination chèreo Faible pouvoir d'achat de la clientèle
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">o Vols directso Diversification de la clientèle en Corseo Tourisme professionnel	<ul style="list-style-type: none">o Coût de mise en place des vols directso Concurrence des autres îles (Sardaigne, Sicile, Baléares)

Si l'on vise à renforcer et développer ce marché, la mise en place de lignes aériennes directes et continues est une piste à ne pas négliger à condition que cela reste dans des tarifs compétitifs. Le tourisme professionnel peut également constituer une piste de développement pertinente et pourrait venir conforter la position dominante de cette clientèle.

AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE
17, Boulevard du roi Jérôme BP 19
20 181 Ajaccio cedex 01
04 95 51 77 00

Contact : observatoire@atc.corsica

atc.corsica : le portail des professionnels du tourisme



Usservatoriu di l'Agenza di u turisimu di a Corsica - Mercatu Talianu - 2020

Crédit photo : couverture: Lac de Tolla: Istock.com-©Sebastien Bard - Bastia: Istock.com-©RnDmS - plongée : Istock.com ©Frantisek Hojdysz - p.8 :
Aéroport d'Ajaccio: Istock.com: ©Seb Hovaguimian - p.13: village de vacances ©Sylvain Alessandri - p.19 AdobeStock © Thierry Rambaud - p.26 : port
de Bastia: Istock.com ©Panama7 - p.30 : réservation: Istock.com : © anyaberkut