

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #16

PORTRAIT DU TOURISTE 2022

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #16

RITRATTU DI U VACANZIERU 2022

ÉDITION **2023**



Table des matières

1. Introduction	4
1.1. Contexte de l'étude	4
1.2. Méthodologie de l'enquête	4
2. Quelles vacances ?	5
2.1. Dépaysement et convivialité : les principaux critères de choix pour la Corse	5
2.2. Des activités entre nature et culture	6
2.3. Des touristes à la découverte du territoire	7
3. Qui sont-ils ?	7
3.1. Le retour de la clientèle internationale	7
3.2. Un âge moyen de 55 ans	9
3.3. Un revenu moyen en hausse	10
4. Quel type de voyage ?	11
4.1. Les étrangers par bateau, les Français par avion	11
4.2. La voiture de location boudée, le prêt de véhicule en vogue	12
4.3. Les réservations de toute dernière minute n'ont vraiment plus la cote	13
4.4. Des réservations directement auprès de l'hébergeur	15
4.5. Vers un tourisme plus affinitaire ?	15
4.6. Un étalement de la saison qui se dessine ?	18
4.7. Une durée de séjour stable	20
4.8. L'hôtellerie : une offre qui désaisonnalise mais concurrencée par les meublés touristiques	21
4.9. Le sud de la Corse toujours aussi attractif	23
4.10. Des voyages en couple ou en famille	23
4.11. Type de vacanciers	24
4.11.1. Les « Farniente »	24
4.11.2. Les « explorateurs »	24
4.11.3. Les « casaniers »	24
4.11.4. Les « actifs »	24
4.11.5. Les « sportifs »	25
4.12. Des taux de fidélité et de satisfaction élevés	25
4.13. L'hébergement : principal poste de dépense du budget vacances	26



4.14. Le prix : variable d'ajustement du séjour.....	28
5. Une typologie de touristes.....	30
5.1. « Les sportifs de l'automne ».....	30
5.2. « Les explorateurs du printemps ».....	31
5.3. « Les estivants ».....	31
5.4. « Les décalés ».....	32
6. Focus sur les primo-visiteurs.....	33
6.1. Pourquoi la Corse ?.....	33
6.2. La Corse où, quand, comment ?	34
7. Focus sur le tourisme d'affaires	39
8. Conclusion.....	42

1. Introduction

1.1. Contexte de l'étude

En 2021, l'observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse s'était déjà intéressé à ces touristes venant visiter l'île. Cependant, le contexte était encore fortement marqué par les contraintes de la crise sanitaire (frontières fermées avec certains pays, mesures sanitaires encore en vigueur, etc...). Ainsi, la Corse avait surtout bénéficié d'un tourisme de proximité, émanant principalement de France métropolitaine mais non représentatif des touristes habituellement accueillis.

Depuis la crise sanitaire de 2020, de nouvelles tendances touristiques ont émergé. Les voyageurs souhaitent donner du sens à leurs vacances, se reposer, se ressourcer, s'enrichir, découvrir, partager. On note aussi une envie plus marquée des voyageurs pour la nature et le tourisme responsable. Les voyageurs sont de plus en plus sensibles à leur impact sur l'environnement et souhaitent adapter leurs comportements, même, durant leurs vacances : consommer local, se loger plus responsable, utiliser plus de mobilité douce, éviter les destinations sur-fréquentées.

Ces voyageurs ont des exigences et des attentes spécifiques. Pour donner du sens à leurs vacances, ces « nouveaux voyageurs » souhaitent vivre des expériences touristiques particulières, personnalisées, uniques, à la rencontre des populations locales...

C'est dans ce contexte, que l'Observatoire de l'Agence du Tourisme de la Corse a décidé de réitérer cette étude auprès des touristes afin de mieux appréhender leurs comportements et quantifier ces changements.

1.2. Méthodologie de l'enquête

Les objectifs de cette enquête sont donc multiples. Il s'agit :

- De connaître les caractéristiques des voyageurs (origine géographique, motif du voyage, mode d'hébergement, montant des dépenses...);
- D'identifier les différents profils de ces voyageurs ;
- De mesurer leur ressenti et leur satisfaction sur différents points tels que le transport, l'hébergement, les activités, l'accueil, etc. ;
- D'analyser les comportements de consommation des clientèles et leur évolution.

Pour répondre à ces objectifs, l'Observatoire de l'ATC a rédigé un questionnaire dans quatre langues (français, anglais, allemand, italien), s'articulant autour de cinq thématiques : le voyage, les dépenses, les activités, la satisfaction et le profil socio-démographique des vacanciers.

L'enquête en ligne s'est déroulée du 24 novembre 2022 au 24 janvier 2023. 3 605 personnes ont répondu à l'enquête. 2 025 questionnaires valides ont ainsi pu être analysés.

L'agence du Tourisme de la Corse tient particulièrement à remercier l'ensemble des partenaires ayant contribué à la diffusion de cette enquête auprès de leur clientèle : les hébergeurs, les OIËces de Tourisme, Air Corsica, La Moby Lines, La Méridionale et Corsica Linea.

2. Quelles vacances ?

2.1. Dépaysement et convivialité : les principaux critères de choix pour la Corse

En 2022, les touristes ont choisi la Corse principalement pour se « dépayser, se relaxer et se déconnecter » (38%) et pour la « partager des moments de convivialité » (21%).

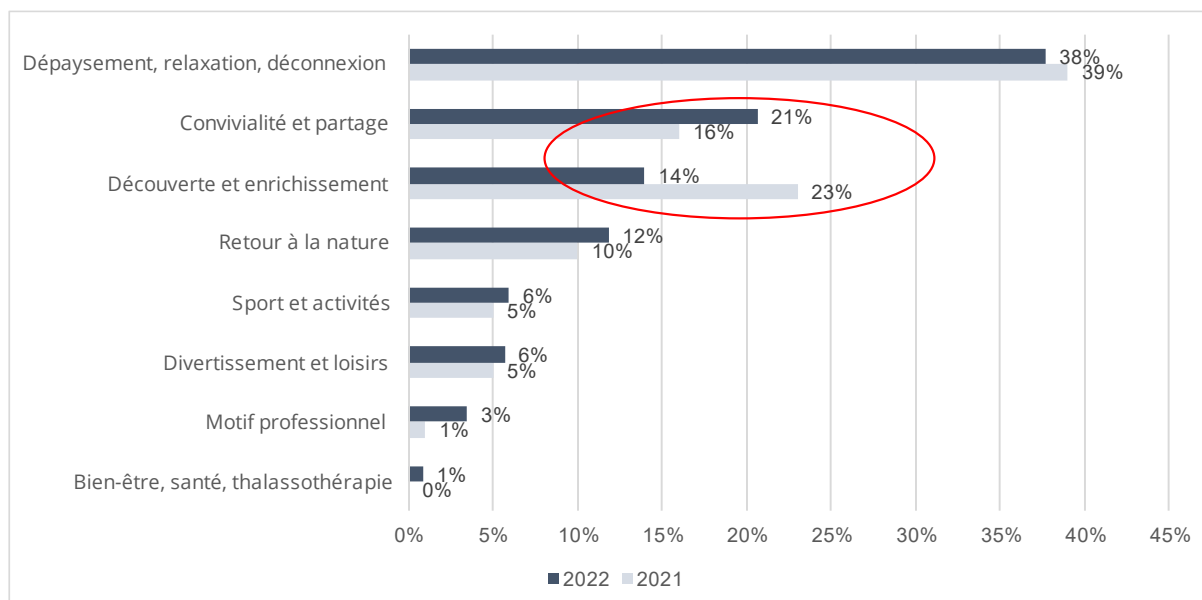


Figure 1: Raisons principales du choix de la Corse pour les vacances

Le Covid est passé et les touristes sont à la recherche de rencontres, de nouveaux contacts, de nouvelles expériences, de partage.

Le dépaysement est la condition *sine qua non* pour des vacances réussies quelle que soit l'origine des touristes.

Les touristes étrangers choisissent aussi la Corse pour se « reconnecter à la nature » alors que les touristes français y viennent pour la « convivialité et le partage », cela étant corrélé à la part importante de touristes affinitaires¹.

Les Français privilégient de plus en plus les vacances en lien avec la nature, le bien-être, la simplicité. Ils sont à la recherche de nouvelles découvertes patrimoniales, environnementales, ainsi que de nouveaux endroits hors des sentiers battus, des expériences uniques. Calme et repos sont au centre des nouvelles aspirations des touristes².

¹ En effet, lorsqu'on enlève la part de touristes affinitaires dans l'analyse, c'est-à-dire les touristes séjournant dans leur résidence secondaire, dans leur famille ou chez des amis, la thématique « découverte et enrichissement » remonte à la deuxième place lorsqu'on interroge sur le choix de la Corse.

² Une étude a été menée par Tourisme Bretagne en collaboration avec ADN Tourisme et d'autres partenaires nationaux et CRT, dont l'Agence du Tourisme de la Corse, sur les « Nouvelles aspirations des Français en matière de vacances ». Cette étude a été réalisée à la fin de l'année 2022 auprès d'un échantillon de 5 000 Français partis en vacances, courts séjours ou en week-ends ces dernières années ou qui ont l'intention de le faire prochainement.

DEFINITIONS :

Touriste d'agrément : séjourne pour des vacances « classiques », il n'est pas affinitaire et le motif du voyage n'est pas professionnel.

Touriste affinitaire : séjourne et est hébergé gratuitement dans sa famille, chez des amis ou dans sa résidence secondaire.

Touriste professionnel : le motif du séjour est lié au travail (tous types).

2.2. Des activités entre nature et culture

La Corse attire les touristes principalement pour ses plages (20%), ses sentiers, balades et randonnées³ (16%), sa gastronomie et son terroir (15%), comme nous l'avons déjà observé en 2021⁴.

Des tendances qui semblent s'inscrire dans le temps comme le montre l'étude sur les nouvelles aspirations des Français citée précédemment. Le besoin de nature, d'activités en lien avec elle et de découverte reste la priorité. Les vacanciers inscrivent leur voyage dans leur histoire de vie : ils sont en quête d'expérience, de convivialité et de partage.

Même si les plages insulaires restent un des principaux attraits de la Corse, elles n'en constituent pas pour autant l'unique intérêt. En effet, les touristes sont aussi friands des richesses du terroir, qu'elles soient gastronomiques, culturelles ou patrimoniales.



Figure 2: Activités payantes pratiquées lors du séjour

³ Selon les données Mabrian, en 2022 les recherches de la clientèle française sur Internet concernant la thématique « GR20 » faisaient partie des recherches les plus importantes. Pour plus de précisions concernant la clientèle française Cf. Cahier du Tourisme #15, « Rapport profil de clientèle : le marché Français », 2023.

⁴ Cf. Cahier du Tourisme #11, « Portraits de vacanciers », mai 2022.

La gastronomie et les visites culturelles et patrimoniales sont les deux principales « activités payantes » pratiquées à la fois par les Français et les étrangers.

12% des visiteurs n'ont pratiqué aucune activité payante. Cette part est un peu plus importante chez les étrangers (15%) que chez les Français (10%).

2.3. Des touristes à la découverte du territoire

64% des touristes ont sillonné la Corse soit partiellement, soit dans sa totalité.

Les touristes français apparaissent plus sédentaires que les touristes étrangers. Cela s'explique notamment par le fait qu'une large part des touristes français connaît bien la Corse. Ils y reviennent chaque année dans leur résidence secondaire, dans la maison familiale ou chez des amis.

Ainsi, 36% de touristes français sont sédentaires contre 25% chez les touristes étrangers.

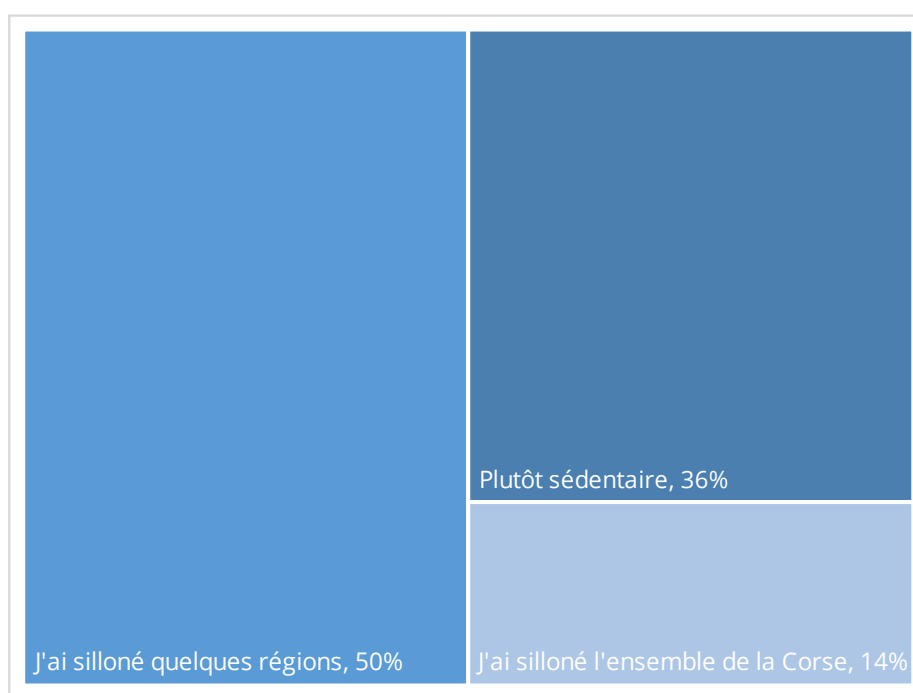


Figure 3: Mobilité pendant le séjour

3. Qui sont-ils ?

3.1. Le retour de la clientèle internationale

Avec 69% de visiteurs en 2022, les touristes domestiques restent la principale clientèle de la Corse. Mais, 2022 marque aussi le grand retour de la clientèle internationale (31%) après deux années

d'absence liées à la crise sanitaire. Une tendance que nous avons déjà mis en exergue tout au long de la saison 2022 dans les notes de conjoncture mensuelles⁵ de l'Observatoire.



Figure 4: Origine des touristes

Les trois principaux bassins émetteurs français sont la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (26%), l'Île de France (24%) et la région Auvergne-Rhône-Alpes (12%). Des chiffres identiques à ceux de l'enquête EAF 2017⁶ mais dans des proportions plus importantes⁷.

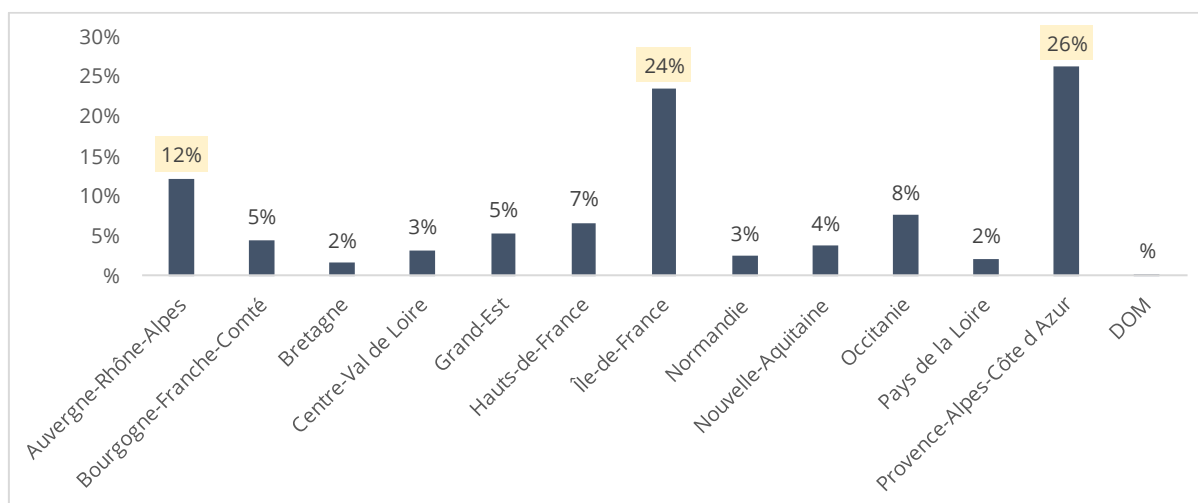


Figure 5: Bassins français émetteurs

Parmi les étrangers les plus présents, on retrouve les Italiens (30%), les Belges (25%) et les Allemands (24%).

⁵ L'Observatoire de l'ATC réalise de manière mensuelle un suivi des tendances auprès de l'ensemble des hébergements de l'île. Ces notes de conjoncture sont à retrouver sur notre site : [atc.corsica](https://www.corsica-pro.com/telechargement/!/telechargement/cahier-du-tourisme-numero-1)

⁶ EAF : Enquête aux frontières réalisée en 2017 à travers un partenariat ATC-Insee, dont les résultats sont résumés dans le Cahiers du Tourisme#1 (2018) : <https://www.corsica-pro.com/telechargement/!/telechargement/cahier-du-tourisme-numero-1>

⁷ Ces résultats sont corroborés par les analyses effectuées à partir des données Mabrian. Sur la base des mentions effectuées sur les réseaux sociaux (Twitter, TripAdvisor et Instagram) nous avons identifié les régions Ile de France, PACA et Auvergne-Rhône-Alpes comme les trois principaux bassins émetteurs domestiques.

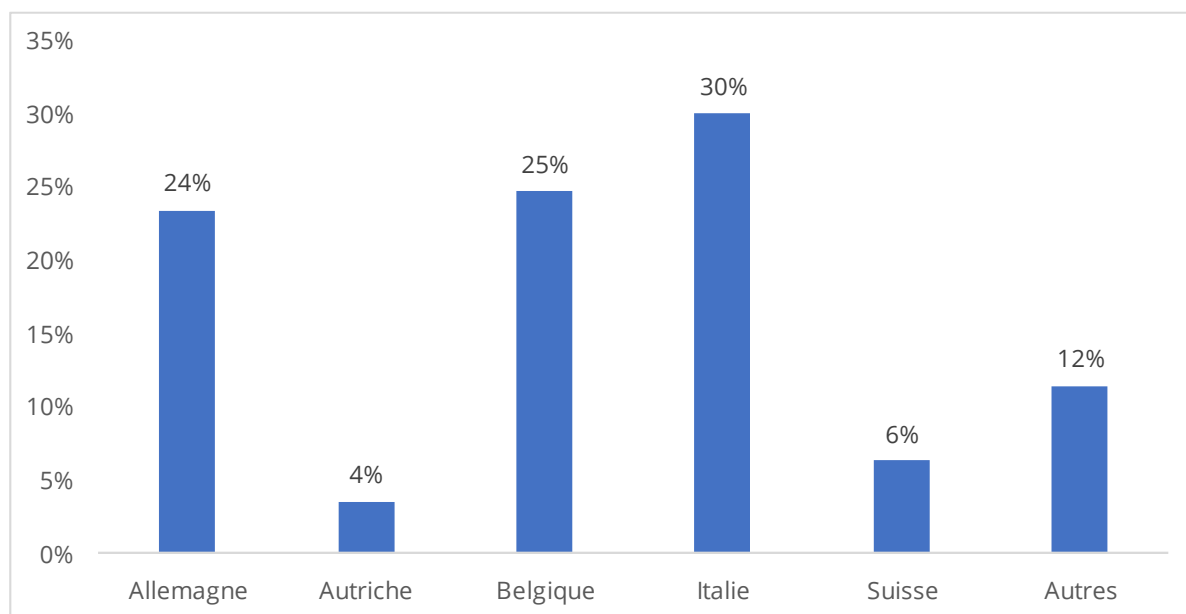


Figure 6: Principaux pays émetteurs étrangers

3.2. Un âge moyen de 55 ans

L'âge moyen est de 55 ans pour les touristes français et de 54 ans pour les étrangers. On compte les touristes les plus jeunes parmi la clientèle allemande (51 ans), autrichienne⁸ (52) et italienne (53) et la plus âgée chez les Belges (56), les Suisses (56) et les Français (55).

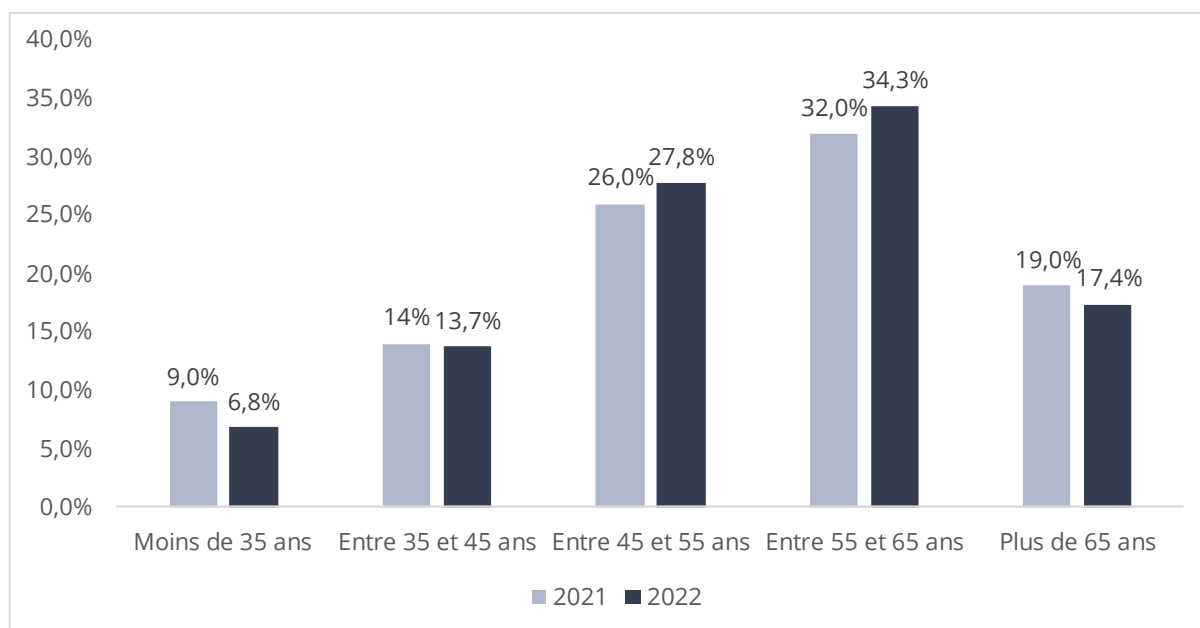


Figure 7: Répartition des touristes selon l'âge 2022 vs 2021

⁸ Les données sur les clientèles autrichienne et suisse sont à analyser avec précaution du fait de leur faible représentativité au sein de notre échantillon.

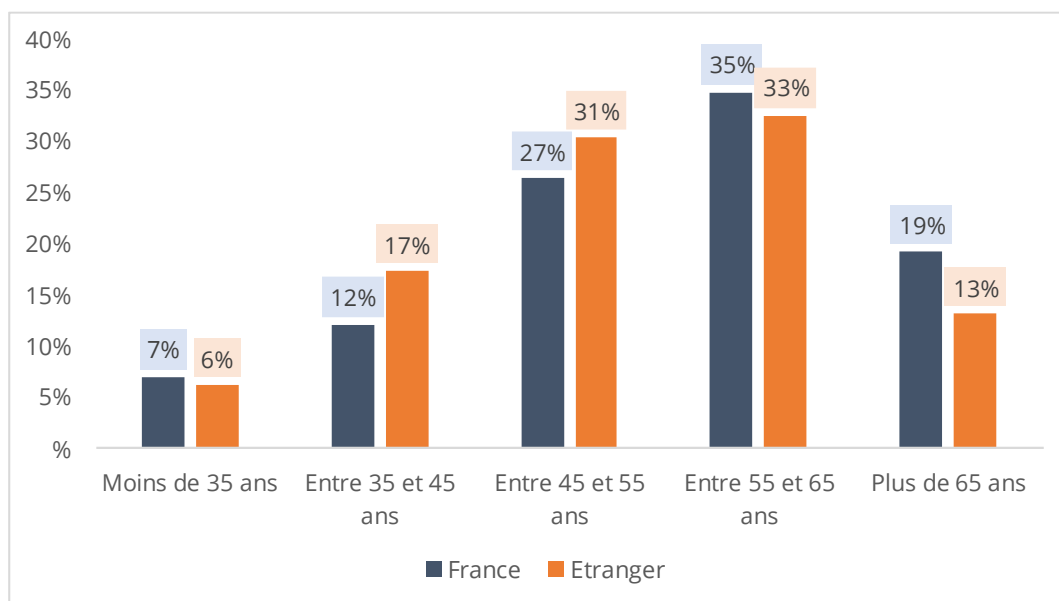


Figure 8: Répartition des touristes selon l'âge et l'origine

3.3. Un revenu moyen en hausse

En 2022, le revenu moyen du foyer⁹ se situe autour de 3 866 €. Il est globalement identique entre les touristes français (3 864 €) et les étrangers (3 877 €). Ce revenu moyen est nettement plus élevé que celui de l'an passé (2 900 €) et plus élevé aussi que celui de 2020 (3 400 €)¹⁰.

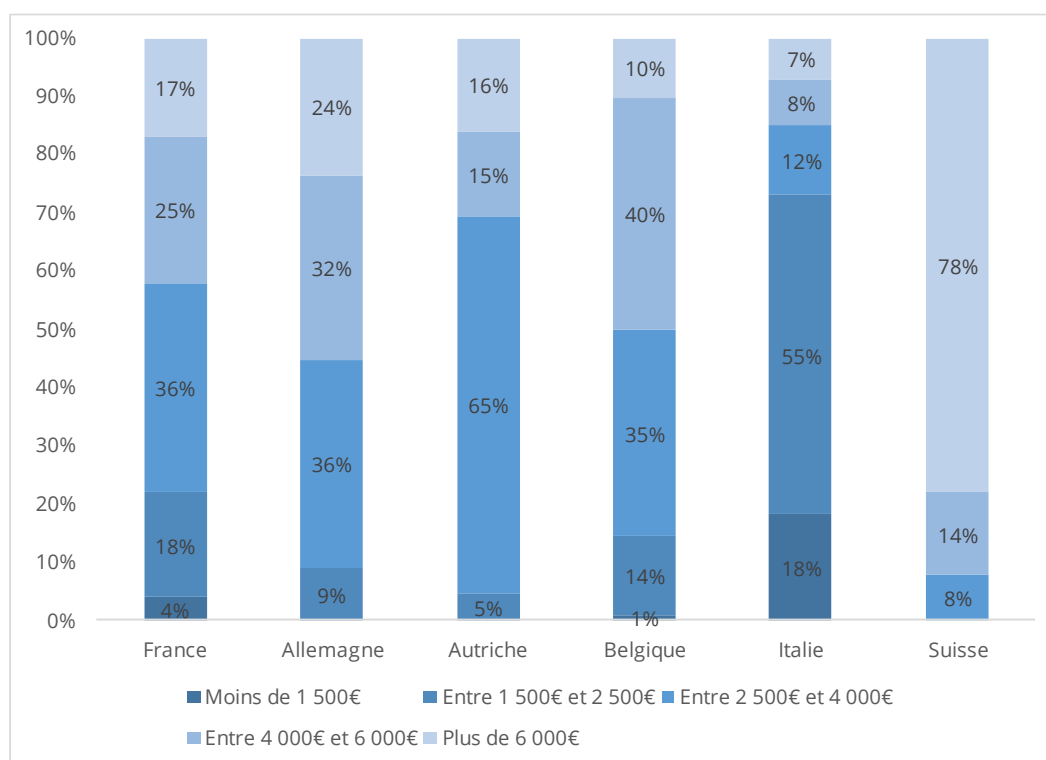


Figure 9: Répartition des revenus nets mensuels moyens par nationalité

⁹ Il s'agit du revenu net mensuel moyen du foyer.

¹⁰ Cf. Cahier du Tourisme #8, « Impacts de la crise Covid-19 sur les comportements des touristes en 2020 et tendances 2021 », mai 2021.

On note toutefois des différences de revenus au sein de la clientèle étrangère : les Suisses, les Belges et les Allemands ont le pouvoir d'achat le plus élevé.

4. Quel type de voyage ?

4.1. Les étrangers par bateau, les Français par avion

Les touristes français sont beaucoup plus nombreux à voyager par avion (67%)¹¹ que les étrangers (32%) qui arrivent majoritairement en bateau.

Près de 60% des voyageurs réservent leur billet de voyage avant leur hébergement. Près d'un tiers, entre 1 et 3 mois à l'avance et près d'un tiers, entre 3 et 6 mois.

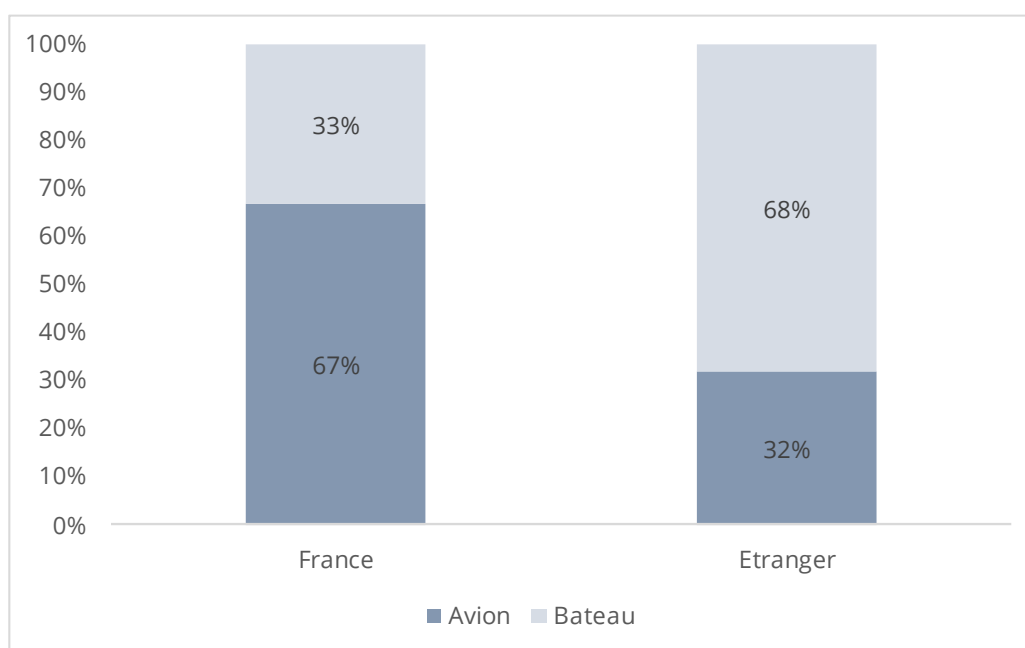


Figure 10: Moyen de transport pour se rendre en Corse

Les étrangers arrivant le plus fréquemment en Corse en bateau sont les Allemands, les Autrichiens, les Italiens et les Suisses.

¹¹ Pour 97.3% des voyageurs il s'agissait d'un vol direct.

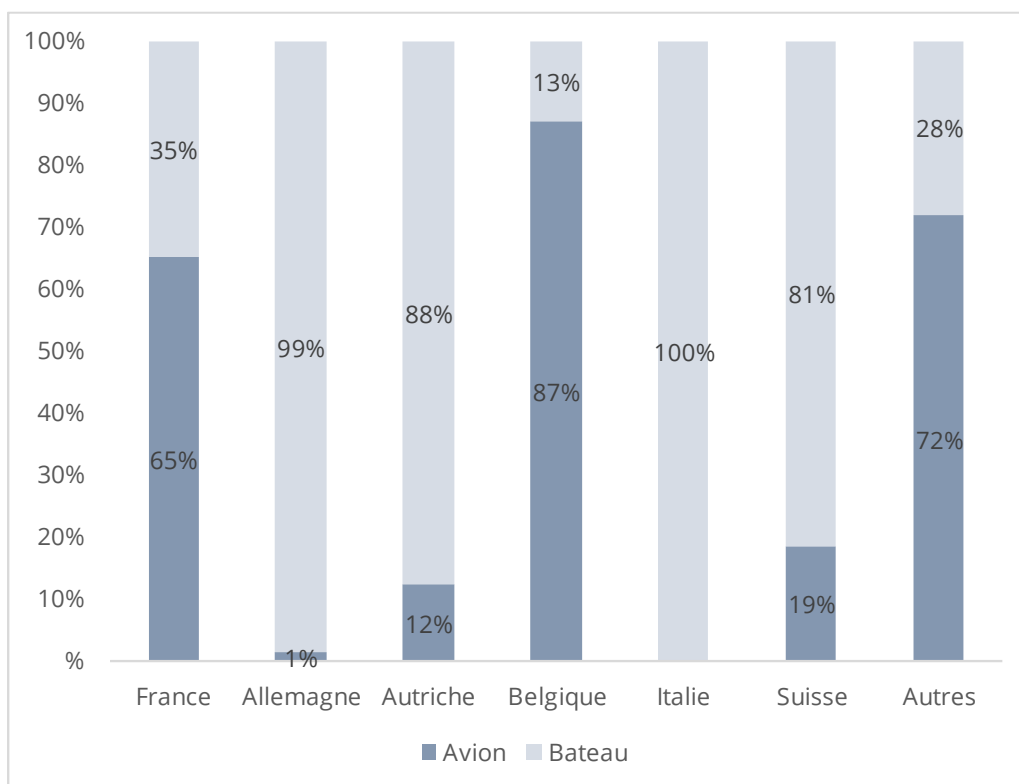


Figure 11: Moyen de transport utilisé pour se rendre en Corse par nationalité

4.2. La voiture de location boudée, le prêt de véhicule en vogue

Qu'il soit personnel ou de location, le principal moyen de déplacement utilisé est la voiture.

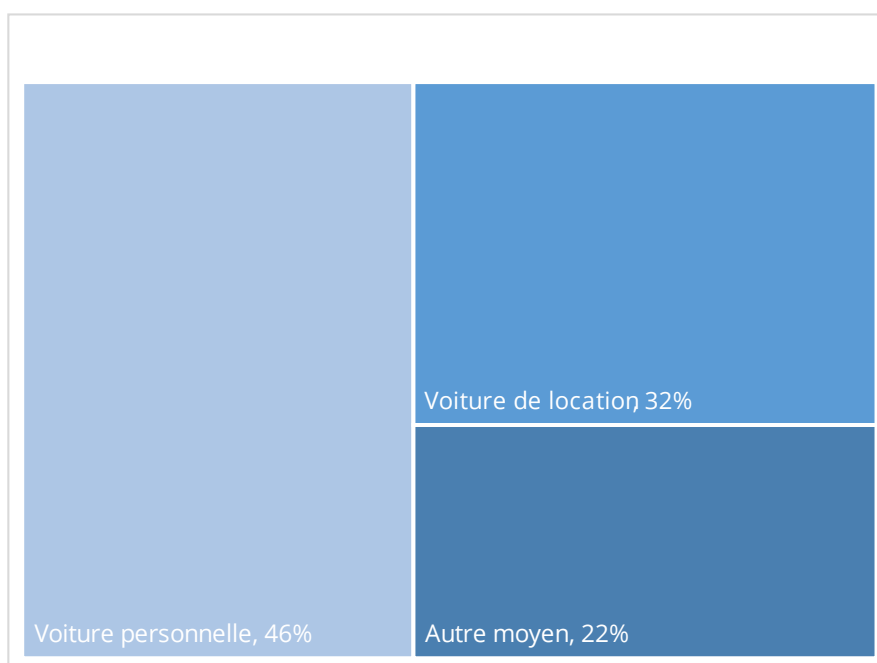


Figure 12: Moyen de déplacement utilisé

46% de l'ensemble des touristes se déplacent avec son propre véhicule. Cette part est plus importante chez les étrangers : 55% contre 41% pour les Français.

Par ailleurs, on note dans les comportements des touristes français, un recul important (-15 points) de la location de voiture par rapport à 2021 ; une baisse qui se fait au profit du prêt de voiture.

En 2022, les difficultés liées à la baisse de l'offre régionale de véhicules de location et à l'augmentation des tarifs pratiqués semblent avoir détourné les touristes, notamment français, de ce type de moyen de déplacement. Dans le même temps, on remarque une augmentation d'un « autre mode de déplacement » de 12 points par rapport à l'an passé, parmi lesquels figure très majoritairement le prêt de véhicule¹².

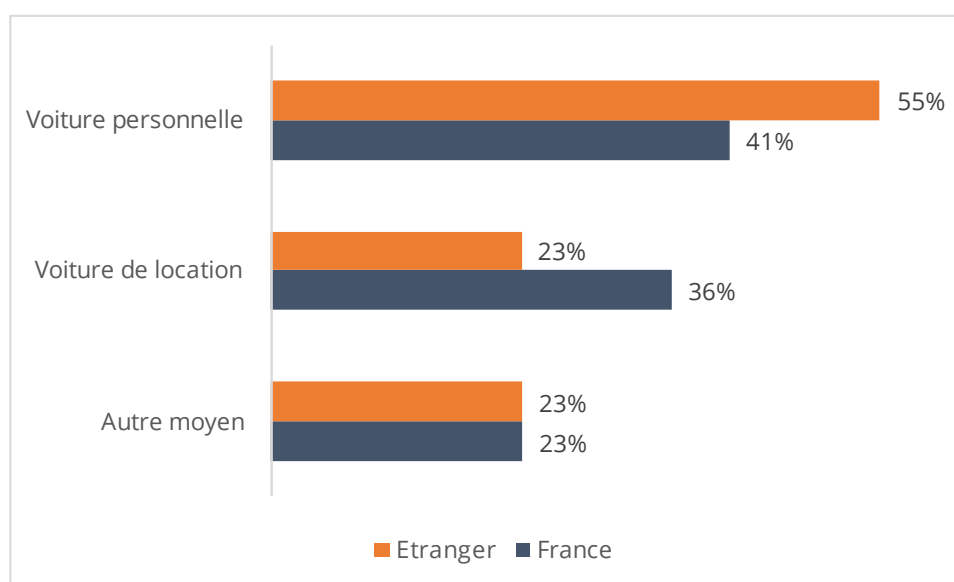


Figure 13: Moyen de déplacement selon la nationalité

4.3. Les réservations de toute dernière minute n'ont vraiment plus la cote

La forte fréquentation que connaît la Corse pendant la saison estivale incite les voyageurs à anticiper et prévoir leur voyage. Par conséquent, la majorité des séjours se réserve de 3 à 6 mois à l'avance (29%) et de 1 à 3 mois à l'avance (26%). Les réservations de dernière minute, très en vogue au moment de la crise Covid, ne sont plus d'actualité. Cette tendance que l'on observait déjà l'an passé se confirme cette année. En revanche, 12% des réservations sont réalisés moins d'un mois avant le séjour.

¹² Alors que chez les touristes français le prêt de voiture reste le principal « autre moyen » de se déplacer en Corse, chez les étrangers c'est le camping-car/van (9%) ou la moto (5%).

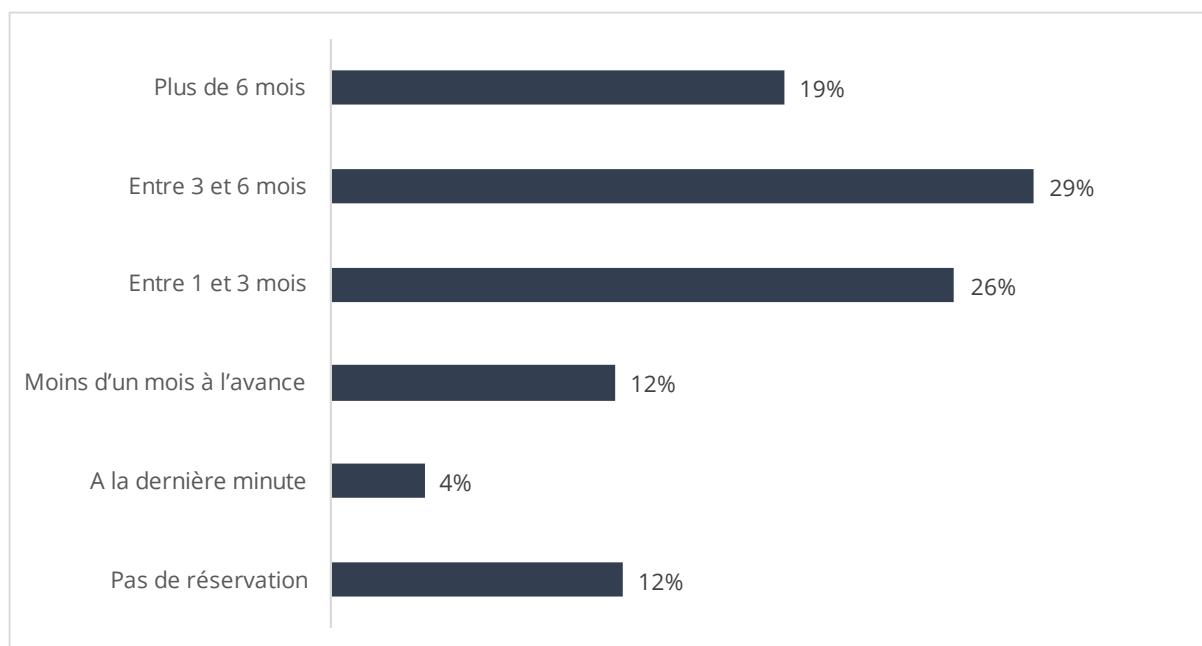


Figure 14: Délais de réservation de l'hébergement (hors touristes a€nitaires)

Ces délais de réservation diffèrent selon la période de séjour¹³. Ainsi, la majorité des réservations s'effectue longtemps à l'avance (de 3 à plus de 6 mois) pour des séjours se déroulant au printemps et à l'été ; de 1 à 3 mois à l'avance pour des séjours automnaux.

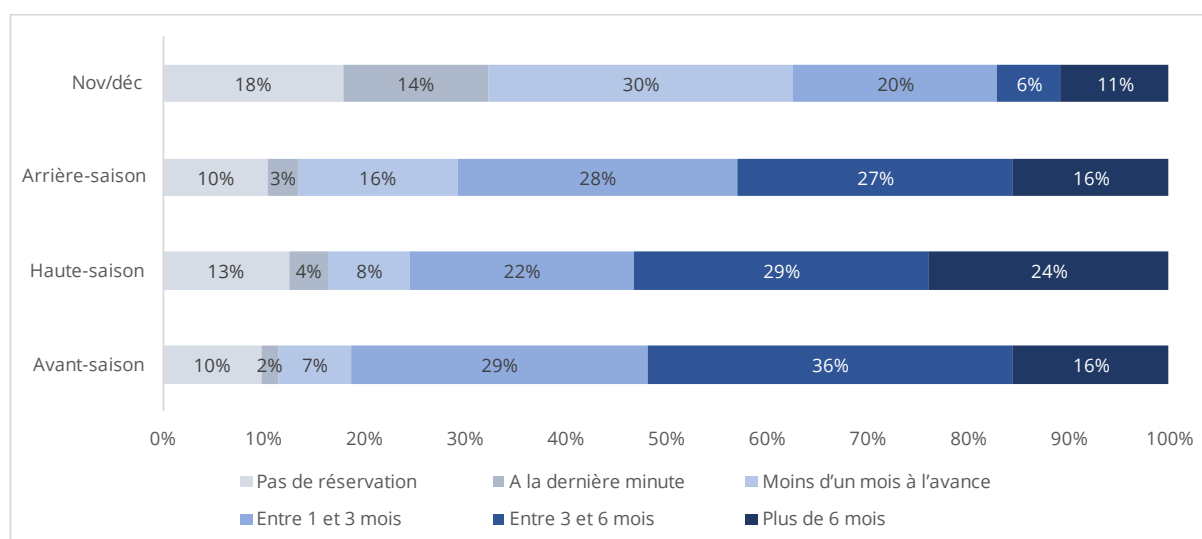


Figure 15: Délais de réservation selon les périodes de séjour (hors touristes a€nitaires)

L'affluence moindre des mois de novembre et décembre permet d'envisager de voyager au dernier moment. Ainsi, sur cette période, 14% réservent à la dernière minute et 30% moins d'un mois à l'avance.

¹³ Les différentes périodes de la saison sont :

- L'avant-saison : du 1^{er} avril au 30 juin ;
- La haute-saison : du 1^{er} juillet au 31 août ;
- L'arrière-saison : du 1^{er} septembre au 31 octobre.

4.4. Des réservations directement auprès de l'hébergeur

Les vacanciers¹⁴ réservent majoritairement leur hébergement directement auprès de l'hébergeur, et ce quelle que soit leur nationalité.

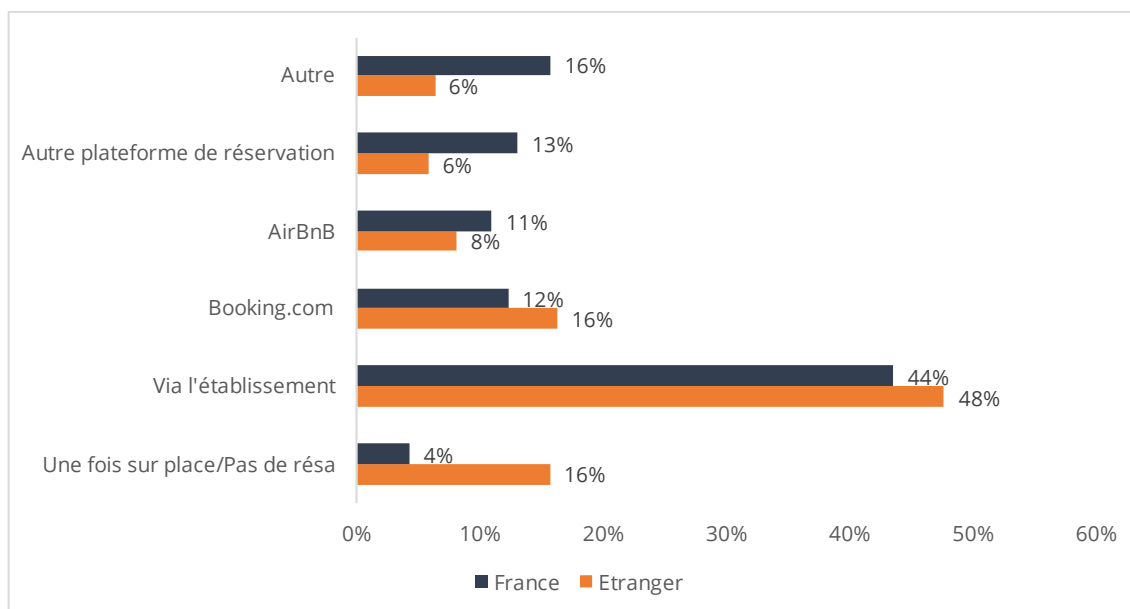


Figure 16: Canal de réservation selon la nationalité

4.5. Vers un tourisme plus affinitaire ?

En 2022, 35% des touristes ont séjourné dans des hébergements non marchands contre 65% dans des hébergements marchands. C'est 21 points de plus que l'an dernier. Cette tendance n'est pas spécifique à la région corse¹⁵.

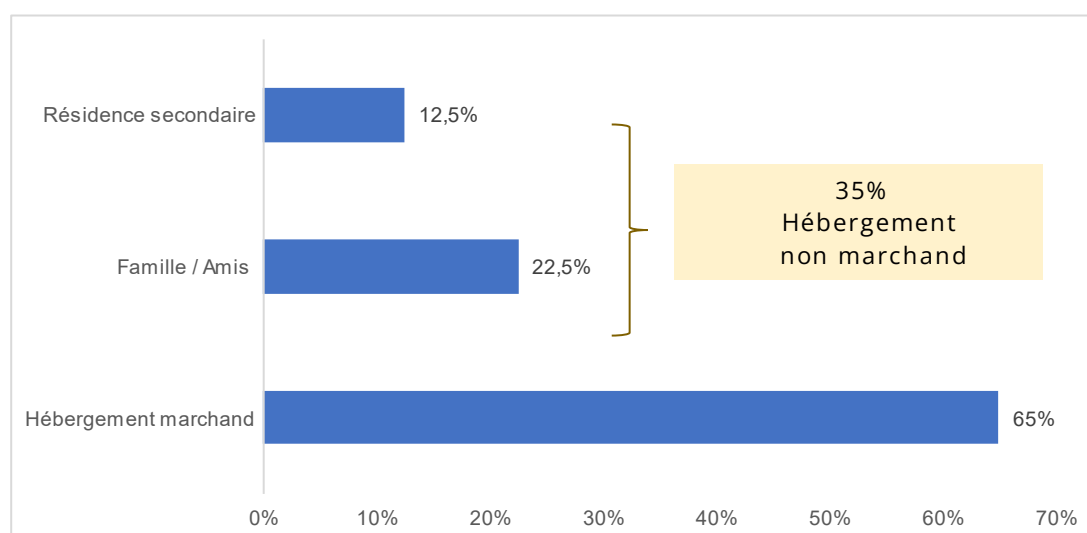


Figure 17: Répartition des séjours par type d'hébergement

¹⁴ Touristes d'agrément uniquement, les touristes affinitaires n'étant pas concernés par ce point puisque logés dans leur résidence secondaire, dans leur famille ou chez des amis.

¹⁵ Cf. Baromètre 2023 Raffour Interactif, « Courts séjours, Vacances et E-tourisme. Bilan 2022, intentions de départ 2023 et Nouvelles Tendances », 21^{ème} édition.

En détaillant le type d'hébergement choisi par les vacanciers en 2022, l'hébergement non marchand arrive en tête des hébergements, devançant largement les meublés de tourisme (premier mode d'hébergement marchand en 2021) et les hébergements collectifs (hôtels, campings, résidences de vacances et villages de tourisme).

Parmi les hébergements marchands, les meublés de tourisme loués par des particuliers restent le logement préféré des touristes. Ces logements proposent des prestations (bonne situation géographique, pièces à vivre, équipé...) en phase avec les attentes des touristes. Le choix pour ce type de logement a été amplifié par la crise sanitaire.

Avec la pandémie, les résidences secondaires ont aussi connu un regain, favorisés notamment par une réorganisation du travail autour du télétravail. Ainsi, 12,5% des séjours ont été réalisés dans les résidences secondaires.

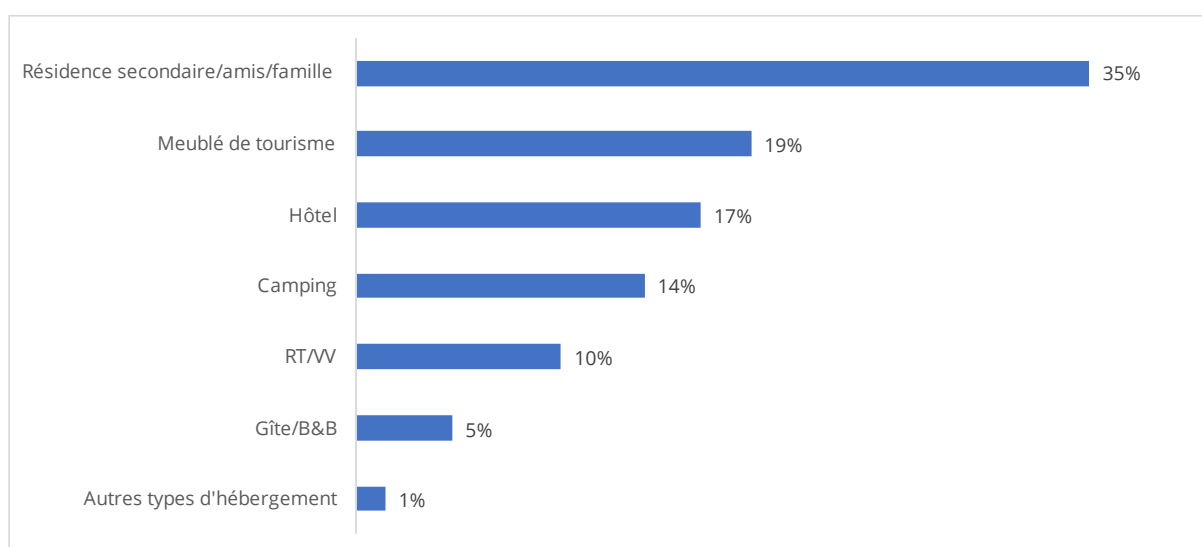


Figure 18: Mode d'hébergement principal¹⁶

Les séjours réalisés dans des hébergements non marchands sont différents de ceux que l'on peut faire dans les hébergements marchands. Ils répondent à une attente spécifique des touristes, davantage orienter vers l'envie de se ressourcer, de profiter de ses proches, de partager des moments de convivialité.

Les séjours dans l'hébergement marchand sont plutôt plébiscités pour répondre à un besoin de découverte, d'enrichissement, de dépaysement.

¹⁶ En considérant l'année civile. Par ailleurs, si l'on considère uniquement la saison estivale (du début du mois d'avril à la fin octobre) la répartition est quasiment la même : RS/amis/famille (31%), meublé de tourisme (20%), hôtel (17%), camping (16%), RT/VV (11%), Gîte/B&B (5%), autres types d'hébergement (1%).

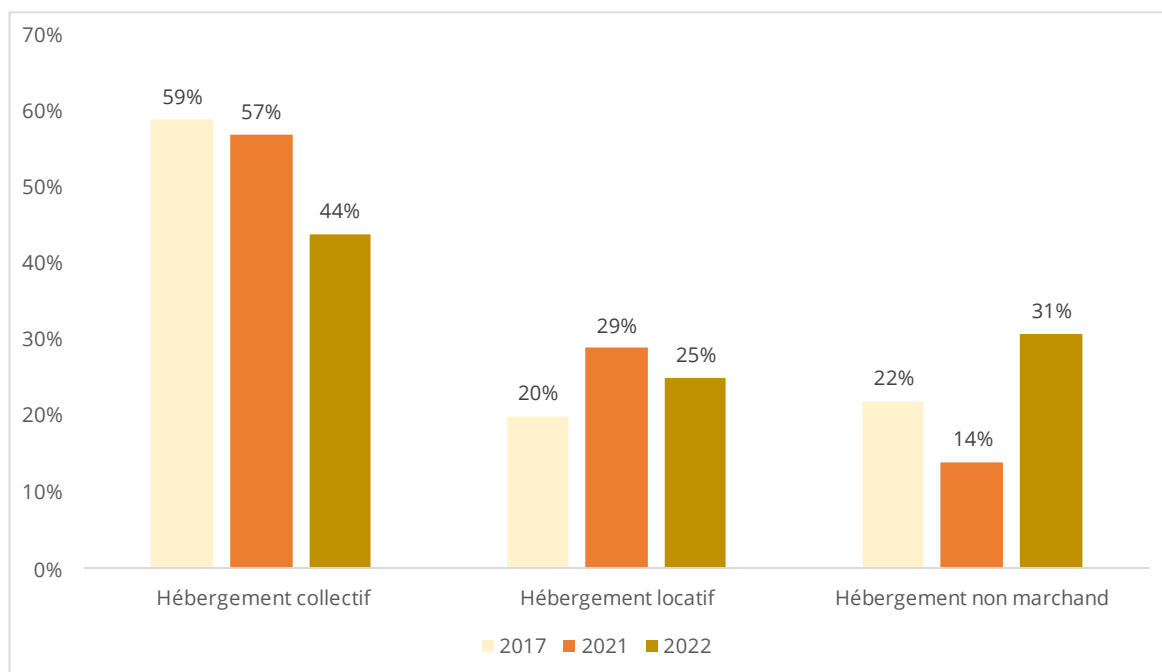


Figure 19: Répartition des séjours en fonction du mode d'hébergement principal 2022 vs 2021 et 2017¹⁷

Ces modes d'hébergement diffèrent selon l'origine de la clientèle. On remarque, par exemple, que les étrangers (notamment les Autrichiens et les Allemands) séjournent plus fréquemment dans les campings que les Français que l'on retrouve, quant à eux, surtout dans l'hébergement non marchand¹⁸.

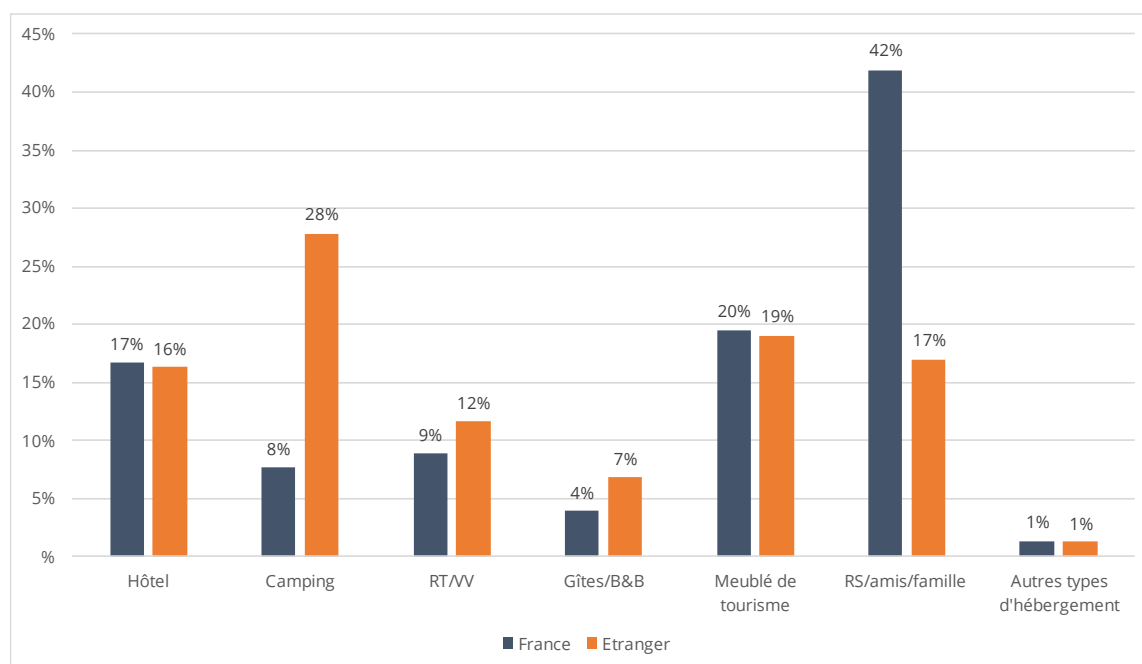


Figure 20: Répartition des touristes par type d'hébergement et par origine

¹⁷ Afin de pouvoir comparer les trois années, les données portent ici sur la période estivale (avril-octobre).

¹⁸ La population insulaire augmente depuis une dizaine d'année de 1.1% par an, exclusivement grâce à un solde migratoire positif, le solde naturel étant négatif depuis 2013. Ainsi, l'augmentation de cette population, venue principalement de France continentale, pourrait-être un des facteurs explicatifs à l'augmentation de la part de l'hébergement non marchand dans l'hébergement touristique. En s'installant en Corse, cette population permettrait à des amis ou de la famille de séjourner dans l'île tout en bénéficiant d'un logement gratuitement. C'est ce qu'on appelle le tourisme affinitaire.

DEFINITIONS :

Hébergement collectif : hébergement payant – hôtels, campings, résidences de tourisme, villages de vacances.

Hébergement locatif : hébergement payant – Gîtes de France, meublés de tourisme (locations de particuliers à particuliers), chambres d'hôtes.

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

4.6. Un étalement de la saison qui se dessine ?

En 2022, 45% des touristes sont venus en Corse pendant les grandes vacances contre 52% en 2017¹⁹.

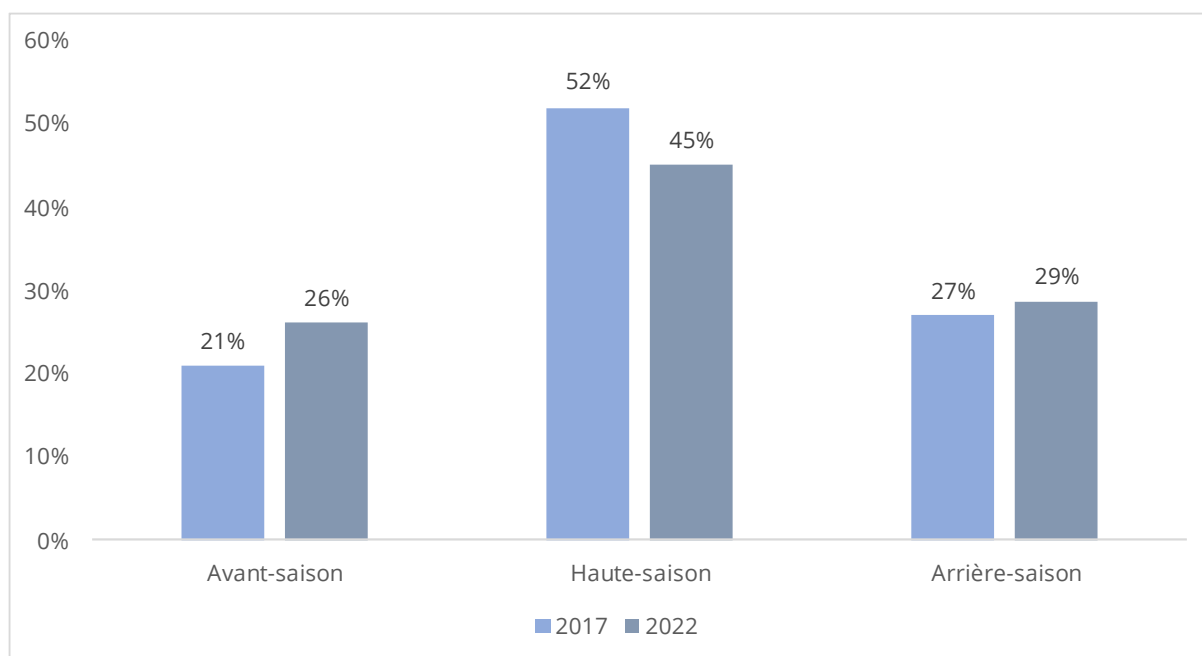


Figure 21: Période d'arrivée des touristes 2022 vs 2017

La répartition des séjours, selon la période diffère des données enregistrées jusqu'à ce jour (enquête aux frontières réalisée en 2017 ; enquête auprès des touristes réalisée en 2021).

Les touristes semblent avoir un peu plus privilégié les séjours sur les ailes de saison, en particulier au printemps, qui enregistre une augmentation de 5 points par rapport à 2017 (EAF).

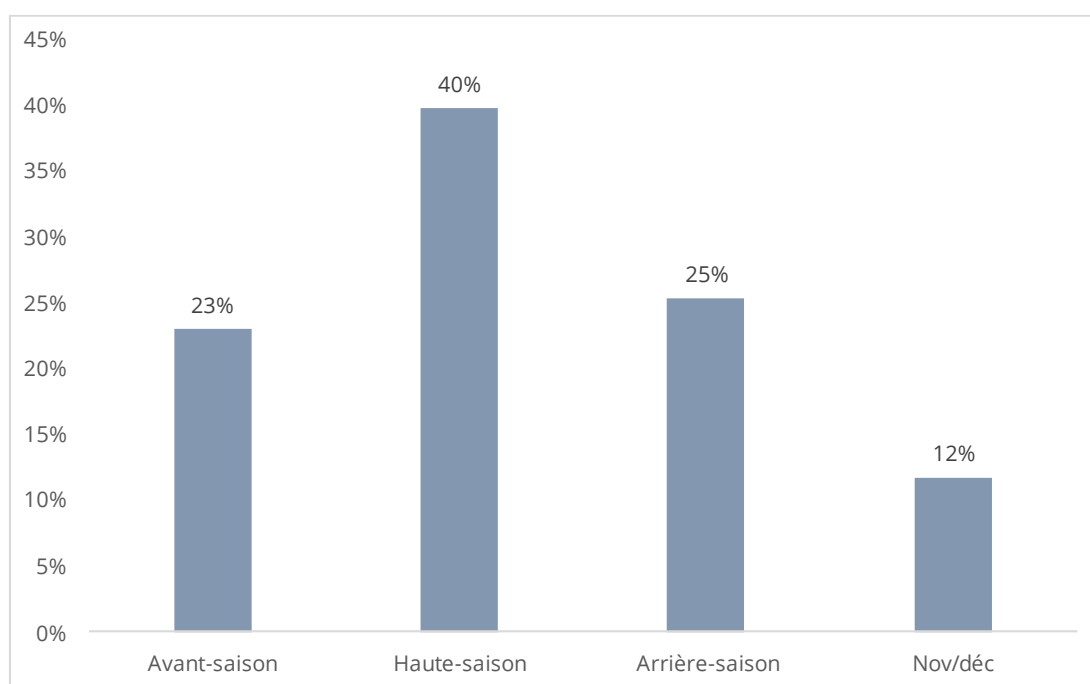
Des tendances qui vont dans le sens des données observées pour le transport des passagers. Ainsi, le nombre d'entrées de passagers est en légère augmentation au printemps 2022 par rapport au printemps 2017 et en légère diminution sur la période estivale.

Les conditions climatiques liées aux fortes chaleurs en France lors de l'été 2022 ainsi que les changements de comportements dans la façon de voyager des touristes sont-ils à l'origine de cette

¹⁹ Et 51% en 2021.

« nouvelle » répartition des flux, qui correspond à la stratégie prévue par l'Agence du Tourisme de la Corse (déconcentration temporelle) ? S'agit-il d'une tendance structurelle ou de fluctuations conjoncturelles ? L'analyse des données dans le temps nous permettra de le confirmer ou de l'infirmier.

Par ailleurs, si l'on considère, non plus la seule saison touristique, mais la quasi-totalité de l'année, on remarque qu'une part non négligeable de touristes (pour la plupart affinitaires) a séjourné en Corse sur les deux mois de novembre et décembre. D'ailleurs, le nombre d'entrées sur ces deux derniers mois est le plus important jamais enregistré depuis 2009, signe d'une saison qui se prolonge au-delà des ailes de saison.



Figure

22: Répartition des touristes en fonction de la période d'arrivée (avril à décembre)

Les étrangers semblent plus nombreux que les touristes français à séjourner en été.

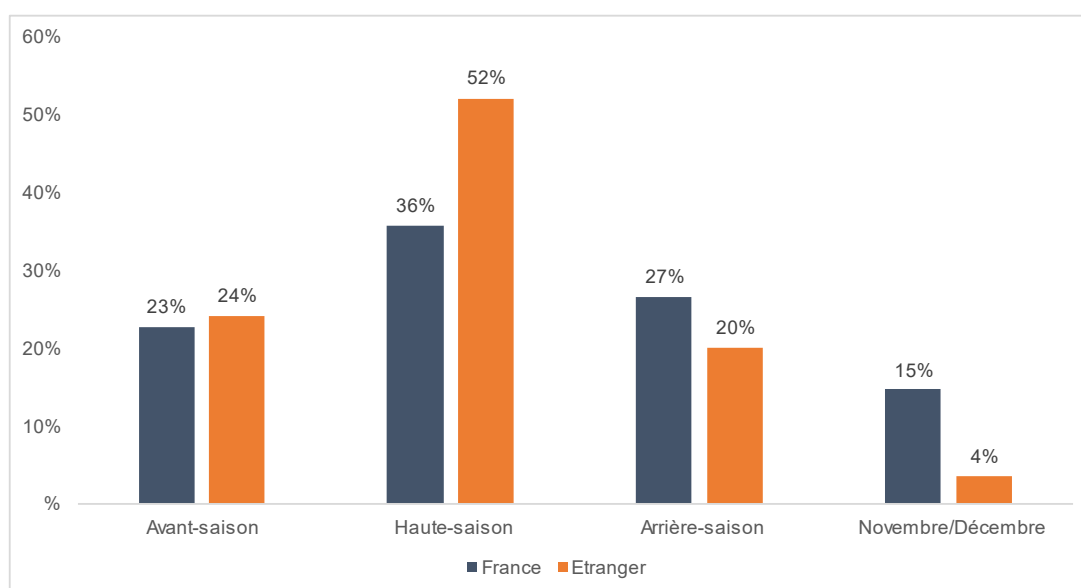


Figure 23: Période de séjour selon l'origine des touristes

4.7. Une durée de séjour stable

La durée moyenne de séjour, sur l'ensemble des touristes, est de 14 jours, mais les touristes séjournant 7 jours sont les plus nombreux.

Les Français et les étrangers ont une durée moyenne de séjour identique de 14 jours. En revanche, les touristes étrangers sont plus nombreux à rester 14 jours alors que les Français séjournent en majorité 7 jours.

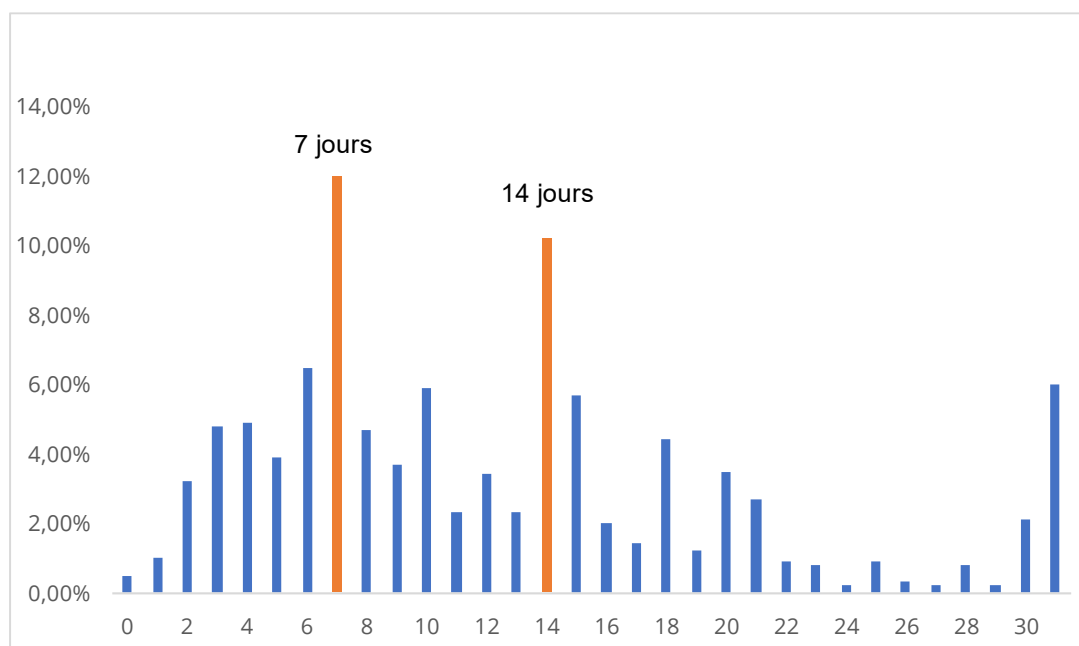


Figure 24: Durée moyenne de séjour

DEFINITIONS :

Business travellers (*les voyageurs professionnels*) : séjour dont la durée est de 0 à 1 jour.

Weekenders (*les voyageurs du weekend*) : durée de séjour entre 2 et 3 jours.

Short Stays (*les courts séjours*) : entre 4 et 7 jours.

Long vacationers (*longues vacances*) : entre 8 et 15 jours.

Extended stayers (*les vacances prolongées*) : plus de 15 jours.

Compte tenu notamment de leur éloignement, 72% des touristes étrangers optent plutôt pour des vacances plus longues (de 8 à plus de 15 jours) contre 60% des Français.

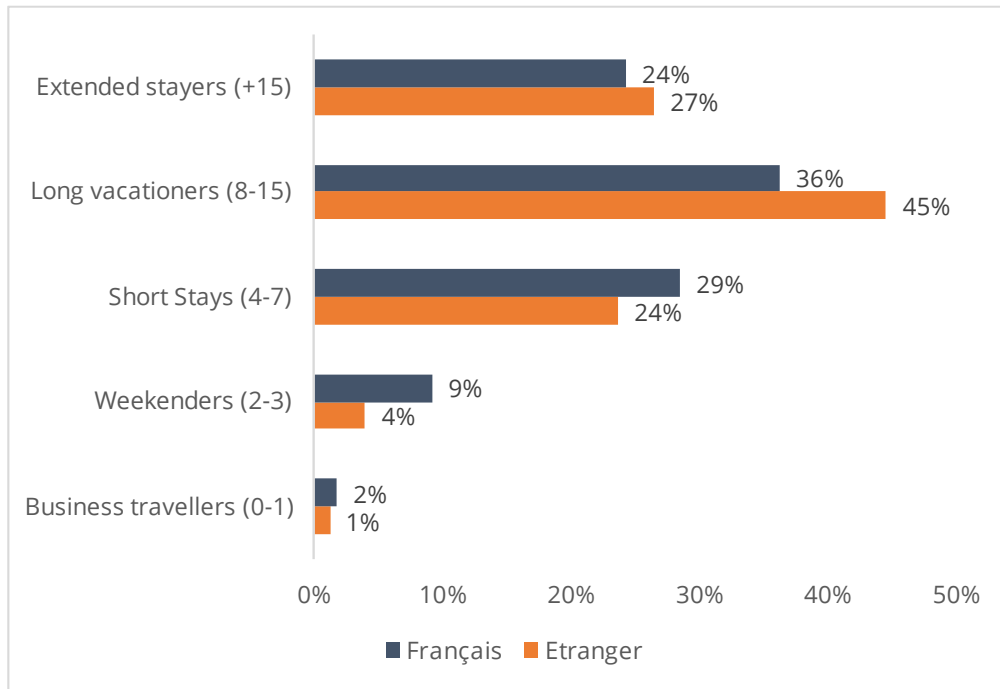


Figure 25: Durée de séjour selon l'origine des touristes

En été, les séjours longs représentent 80% des séjours.

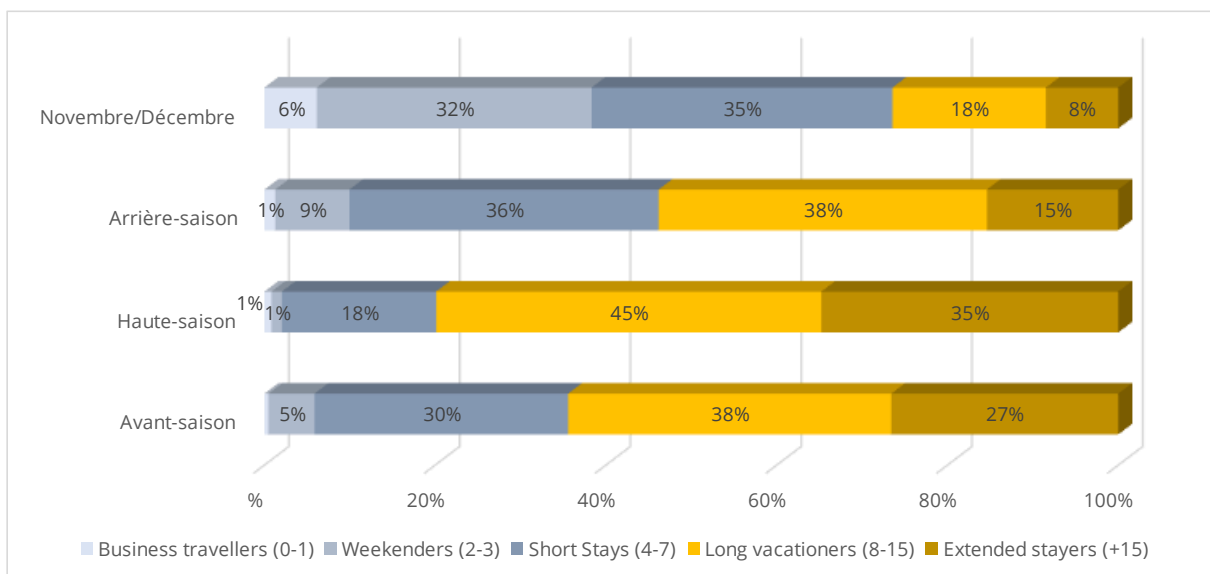


Figure 26: Durée de séjour selon la période

4.8. L'hôtellerie : une offre qui désaisonnalise mais concurrencée par les meublés touristiques

Les hôtels sont davantage privilégiés pour les courts séjours en hors-saison et sur les ailes de saison. En revanche, ils sont fortement concurrencés par les meublés de tourisme.

En haute-saison, les campings, résidences et meublés de tourisme, sont quant à eux, plus sollicités.

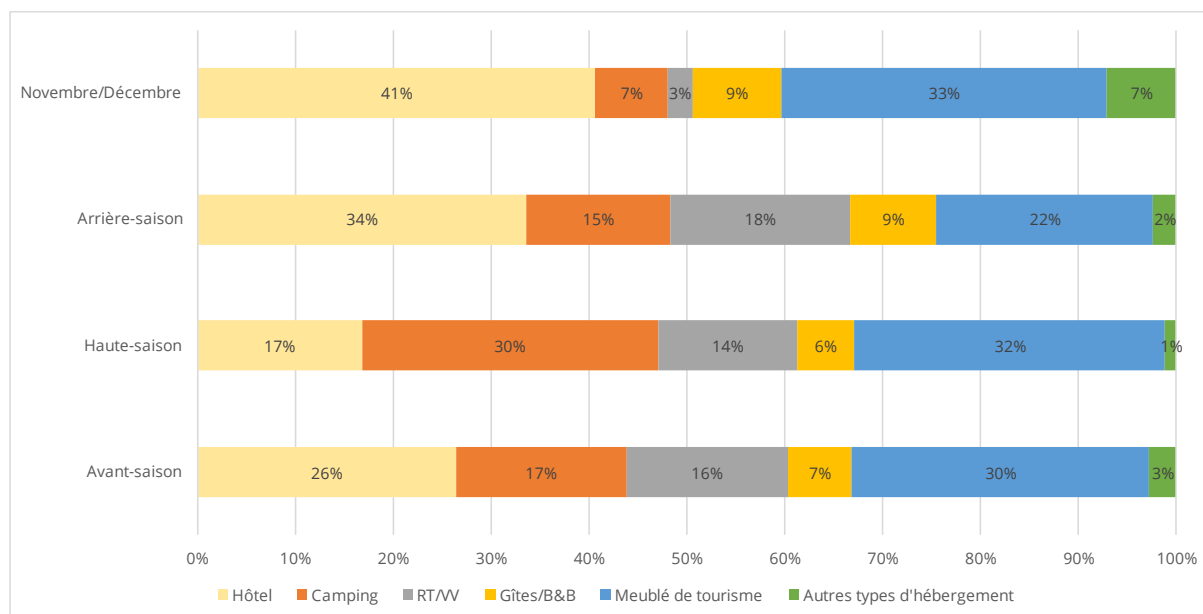


Figure 27: Mode d'hébergement par période (hébergements marchands uniquement)

Ces comportements semblent aller dans le sens des tendances nationales comme celles décrites par le baromètre Raffour Interactif 2022²⁰ : les Français recherchent des hébergements au calme avec plus d'espace, proposant des pièces (salon spacieux, cuisine) propices au partage et à l'échange, où l'on se repose et on s'occupe (activités dans le logement). Cette demande favorise la réservation, pour les longs séjours, dans les campings et chez les particuliers (dans les meublés de tourisme), dans des logements proches de la nature, à dimension humaine, atypiques.

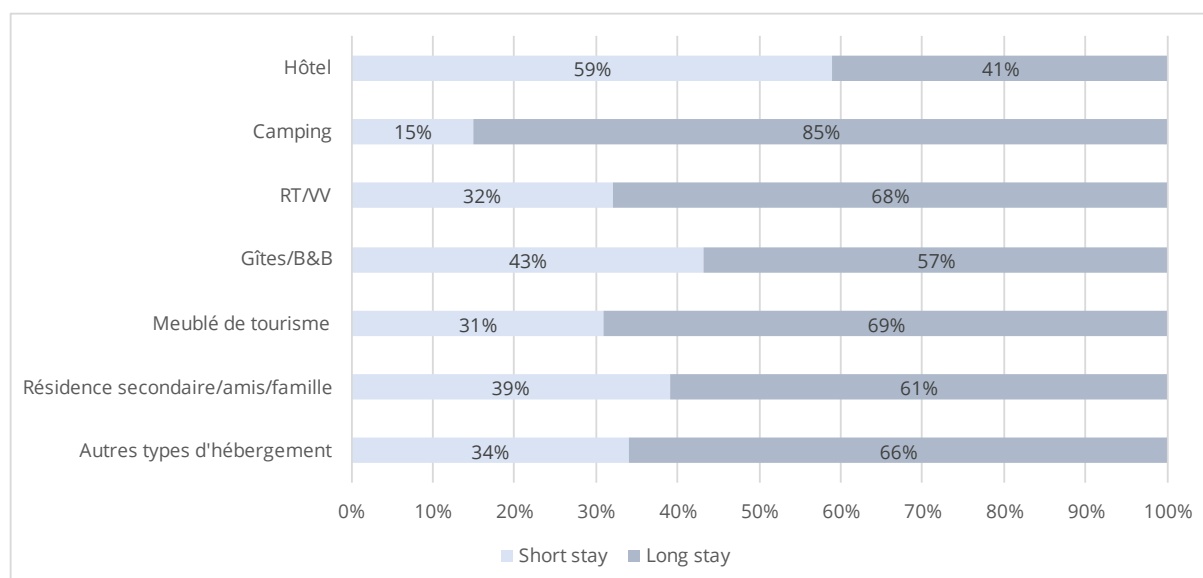


Figure 28: Type d'hébergement en fonction de la durée de séjour

²⁰ Baromètre 2022 Raffour Interactif – Courts séjours, Vacances & E-tourisme.

4.9. Le sud de la Corse toujours aussi attractif

Parmi les touristes interrogés, 69% ont choisi de séjourner sur le littoral, 18% à la campagne ou à la montagne et 13% en ville.

L'extrême-sud de la Corse attire toujours autant, concentrant 22% des séjours. Elle est suivie par la région ajaccienne, la Balagne et la région de Bastia-Capicorsu²¹.

La côte orientale est, quant à elle, prisée par les touristes étrangers.

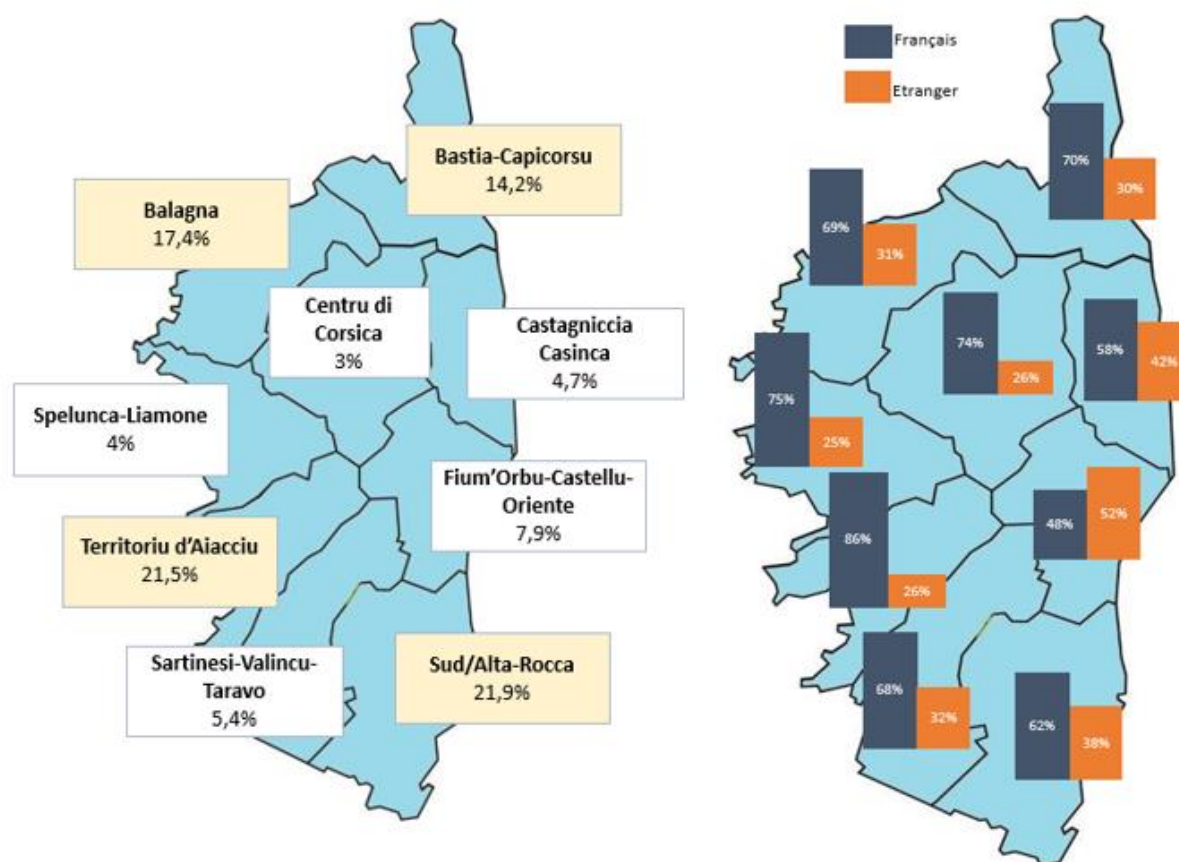


Figure 29: Répartition des nuitées touristiques par région et selon l'origine des touristes

4.10. Des voyages en couple ou en famille

Les voyages en couple ou en famille restent la norme (72%). 19% des touristes ont voyagé seuls et 9% avec des amis.

Les voyages organisés représentent une part très négligeable (moins de 1%) dans l'ensemble des voyages.

²¹ En 2017, l'EAF montrait le même classement : Sud/Alta-Rocca (24%), Territoriu d'Aiacciu (18%) Balagna (17%) et Bastia-Capicorsu (11%).

La taille moyenne du groupe est de 3 personnes pour les touristes français comme pour les étrangers.

Les étrangers sont plus nombreux à voyager en couple ou en famille que les Français (85% contre 67%). Les Français, quant à eux, viennent plus souvent seuls, 23% contre 6% pour les étrangers (6%).

4.11. Type de vacanciers

4.11.1. Les « Farniente »

40% des touristes interrogés ont opté pour des vacances tout repos : la moitié d'entre eux est d'ailleurs restée proche de leur logement (48% de sédentaires). Ils ont choisi de voyager en couple (44%) pendant l'été (44%) pour le dépaysement et la convivialité lors de séjours longs (66%) dans leur résidence secondaire, chez des amis ou la famille (41%). Ils sont cadres (30%), employés (24%) et retraités (24%). Leur moyenne d'âge est de 55 ans. Leur pouvoir d'achat est assez faible pour la majorité d'entre eux, mais on trouve aussi dans cette classe des CSP+ avec un pouvoir d'achat plutôt élevé.

4.11.2. Les « explorateurs »

15% des touristes sont des explorateurs. Ils sont d'ailleurs 84% à avoir sillonné la région soit partiellement soit dans sa totalité à la découverte des richesses de l'île, de paysages nouveaux favorisant le dépaysement. Ils séjournent dans les campings (24%), les meublés touristiques (21%), dans leurs résidences, dans leur famille ou des amis (21%). Ils sont aussi bien Français qu'étrangers, notamment Allemands. 54% à moins de 55 ans. Ils viennent en couple. Tout au long de la saison avec une préférence pour les deux mois d'été.

4.11.3. Les « casaniers »

Les casaniers représentent 9% de notre échantillon. Ce sont majoritairement des Français (72%), affinitaires. En effet, ils séjournent principalement dans l'hébergement non marchand (57%), générant les dépenses agroalimentaires les plus importantes. Ils viennent en Corse soit en couple (49%) soit seuls (24%). Ils ont des revenus plutôt élevés : la majorité a plus de 4 000€. 40% sont retraités, 30% cadres. Ils connaissent déjà la Corse, c'est d'ailleurs pour cela qu'ils sont sédentaires (61%) ; ils y viennent surtout pour partager des moments de convivialité avec leur famille et amis, pour se relaxer, se reposer, prendre son temps, se déconnecter.

4.11.4. Les « actifs »

Les vacanciers actifs représentent 25% de l'échantillon. En quête de découverte et de divertissement, ils sont 88% à sillonner quelques régions (59%) voire l'ensemble de l'île (29%). Surtout l'été mais aussi en avant et après-saison. Ils voyagent en couple ou en famille, et résident dans les hôtels (23%), l'hébergement non marchand (26%) et les meublés de tourisme (23%). Ils appartiennent majoritairement à une CSP+ et ont des revenus plutôt élevés. CSP+ 30% de cadres et 30% de retraités.

4.11.5. Les « sportifs »

11% des touristes sont sportifs. Ils ont choisi la Corse pour le dépaysement, se déconnecter et se reposer, mais aussi pour pratiquer des activités sportives en extérieur, dans de grands espaces naturels. Ils sont nomades (48%), viennent à la fois de France continentale (58%) mais aussi de l'étranger (42%). Ils voyagent à deux (40%) ou seuls (22%) et séjournent dans l'hébergement non marchand (40%), les campings (18%) et les meublés de tourisme (16%) pour de longues vacances. Ils profitent de la Corse pendant l'été (42%) et sur l'arrière-saison (25%).

Avec les actifs, ils sont ceux dont les dépenses concernant les activités et les loisirs sont les plus élevées. Ce sont majoritairement des cadres (35%) et des retraités (26%) avec un pouvoir d'achat élevé.

4.12. Des taux de fidélité et de satisfaction élevés

31% des touristes d'agrément ont séjourné en Corse entre 4 et 5 fois depuis ces cinq dernières années : signe d'une fidélisation forte de la clientèle touristique.

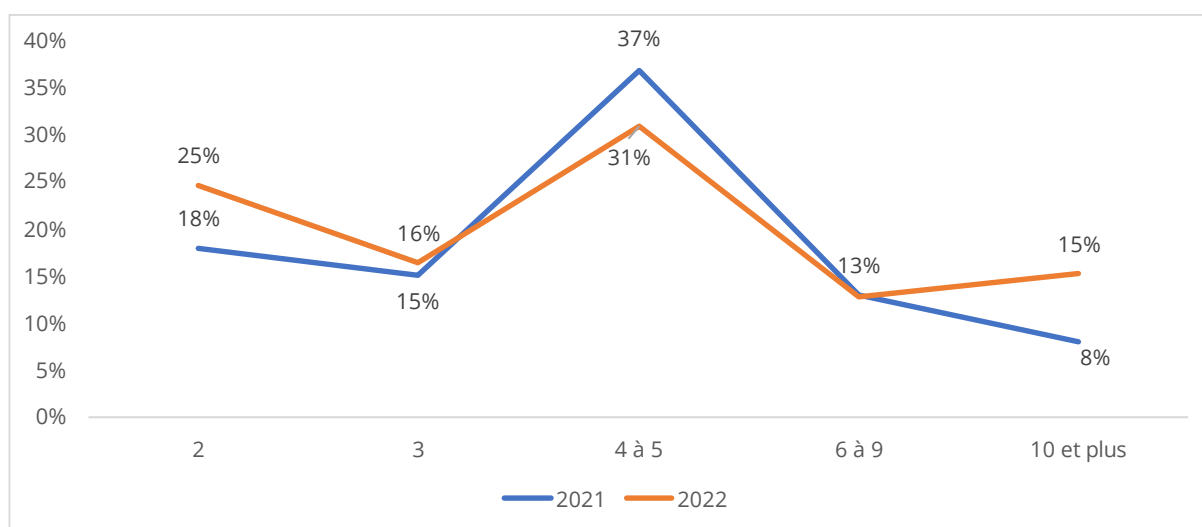


Figure 30: Fréquence de retour en Corse (hors touristes aEnitaires)

Cette fidélisation importante est corrélée à la satisfaction globale élevée de la destination. Les items qui enregistrent les taux de satisfaction les plus faibles sont le coût du transport, le coût de la restauration ainsi que le coût des activités culturelles et de loisirs.

	Satisfait	Pas satisfait	NC
Rapport qualité/prix Hors affinitaires	84,8%	14,5%	,7%
Coût transport	62,0%	36,9%	1,5%
Coût hébergement Hors affinitaires	82,1%	16,5%	1,4%
Coût restauration	71,0%	23,1%	6,3%
Qualité hébergement Hors affinitaires	92,9%	5,0%	2,2%
Qualité restauration	86,0%	6,6%	7,8%
Qualité accueil des professionnels Hors affinitaires	88,4%	7,4%	4,1%
Offre culturelle et de loisirs	82,7%	7,2%	10,1%
Coût des activités culturelles et de loisirs	72,2%	14,2%	13,5%
Accueil de la population Hors affinitaires	86,9%	8,0%	5,1%

Tableau 1: Taux de satisfaction

Des notes plus élevées que celles obtenues dans l'EAF (2017).

4.13. L'hébergement : principal poste de dépense du budget vacances

Le montant moyen dépensé en 2022 est de 2 177€²² par groupe, toutes nationalités confondues. Ce montant correspond au montant total des dépenses d'hébergement, de restauration, d'agroalimentaire, d'activités et de loisirs du groupe, hors transport aérien ou maritime. En 2021 ce montant était de 2 541€. Notons qu'à cette période, la part du budget des ménages consacrée aux vacances était plus élevée. Sous l'effet cumulé des économies réalisées pendant le confinement et de la restriction des conditions de voyages, incitant à voyager plus proche et moins cher, de nombreux ménages avaient ainsi pu s'offrir des vacances de « meilleur standing ».

²² Calcul réalisé sur la totalité de l'échantillon. Si on enlève les touristes affinitaires, bénéficiant d'un hébergement gratuit (amis, famille, résidence secondaire) ce montant grimpe à 2 697€.

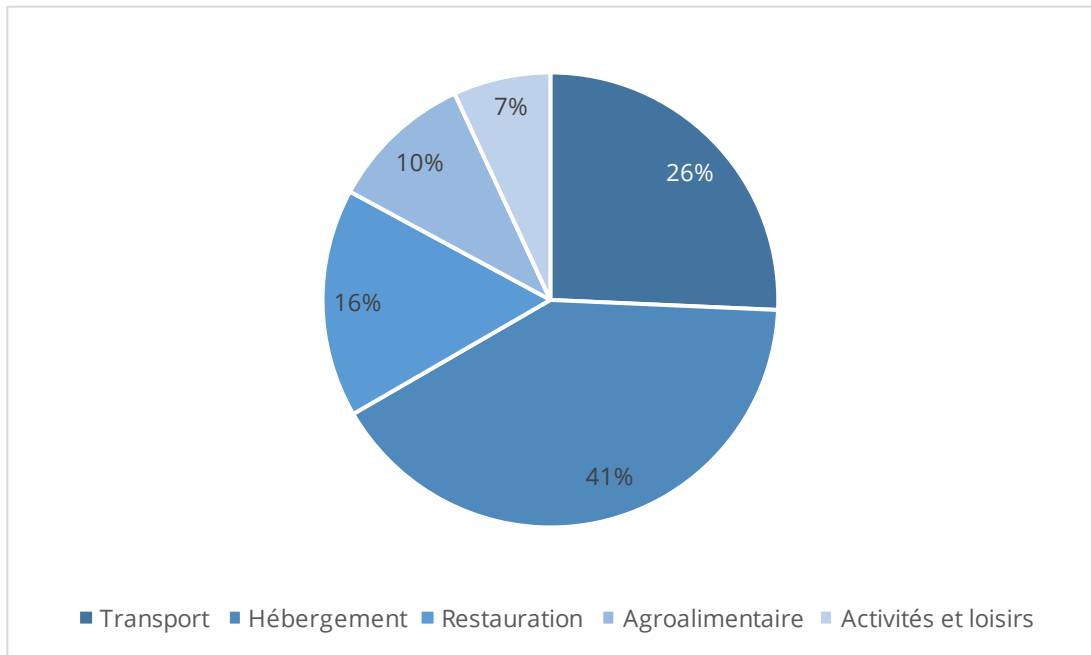


Figure 31: Répartition du "budget vacances" par poste de dépense (hors touristes a€nitaires)

L'hébergement représente le poste le plus important. Par ailleurs, si l'on compare le montant dépensé par poste on remarque que les Français accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement par rapport aux étrangers (43% contre 38%), ainsi qu'une part légèrement plus importante pour la restauration. En revanche, les dépenses de transport des étrangers sont plus élevées. Ils dépensent également un peu plus que les Français dans les activités et loisirs.

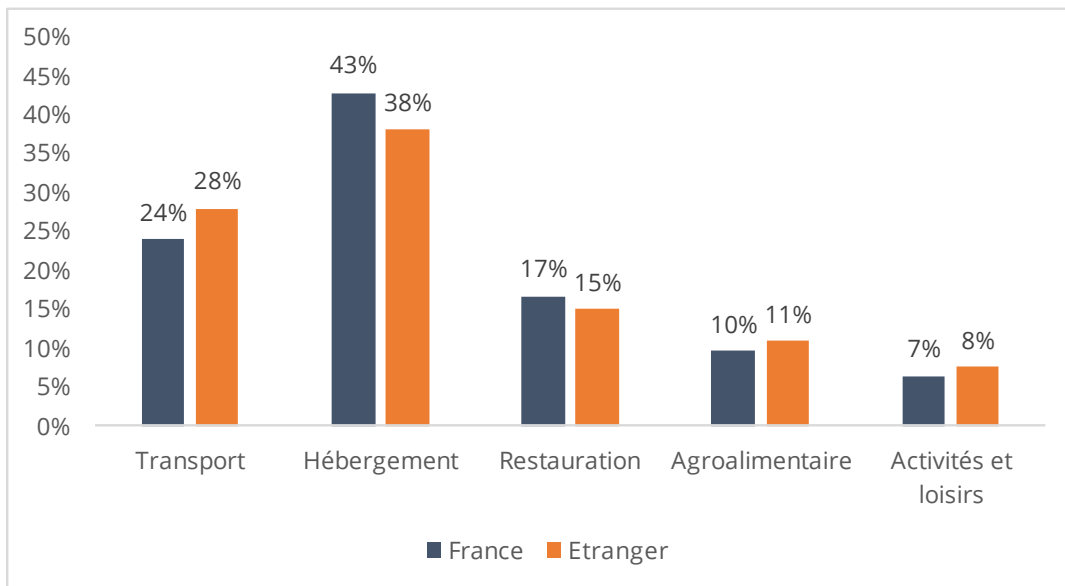


Figure 32: Dépense moyenne quotidienne par personne selon la saisonnalité (avec et sans touristes a€nitaires)

Les clientèles belge, allemande et suisse sont celles dont la dépense journalière est la plus élevée.



4.14. Le prix : variable d'ajustement du séjour

Lorsqu'ils voyagent, les touristes sont particulièrement sensibles au prix du séjour, aux conditions de réservation/annulation, à la consommation de produits locaux, à la convivialité et au partage, à la sécurité, à la diversité de l'offre culturelle et de loisirs ; ils veulent vivre des expériences uniques et donner du sens à leurs vacances : des sensibilités plus ou moins importantes en fonction de l'origine des touristes.

En effet, les touristes français accordent une importance particulière au prix de leur séjour (89%), à la consommation de produits locaux (86%), à la rencontre avec la population (83%) et à la flexibilité des conditions de réservations/annulation (82%).

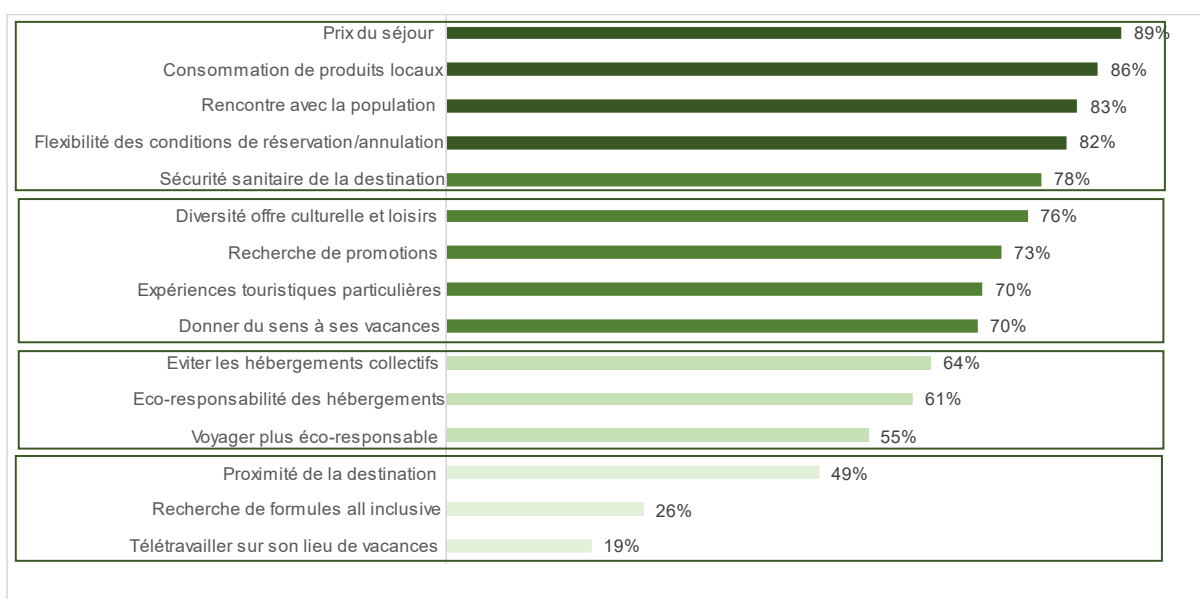


Figure 33: Place accordée aux différents critères lors des prochaines vacances par les touristes français

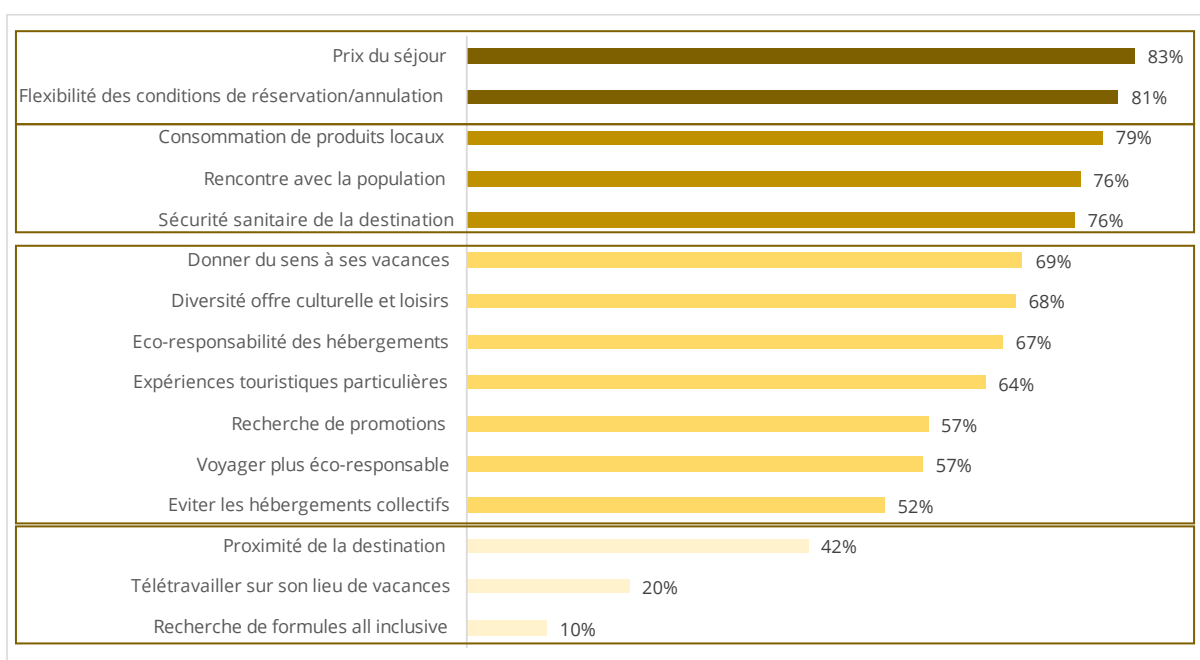


Figure 34: Place accordée aux différents critères lors des prochaines vacances par les touristes étrangers

Parmi les comportements qu'ils sont prêts à adopter ou qu'ils ont déjà adoptés le soutien à l'artisanat et aux produits locaux arrive en tête des nouvelles tendances.

La forte fréquentation de certaines destinations peut avoir un impact dans l'organisation du séjour. En effet, 86% envisagent lors de leurs prochaines vacances de privilégier les destinations les moins fréquentées et 83% sont prêts à renoncer à visiter certains sites touristiques.

En dépit de cela, les touristes ne sont toujours pas prêts à devoir payer pour visiter certains sites naturels très fréquentés.

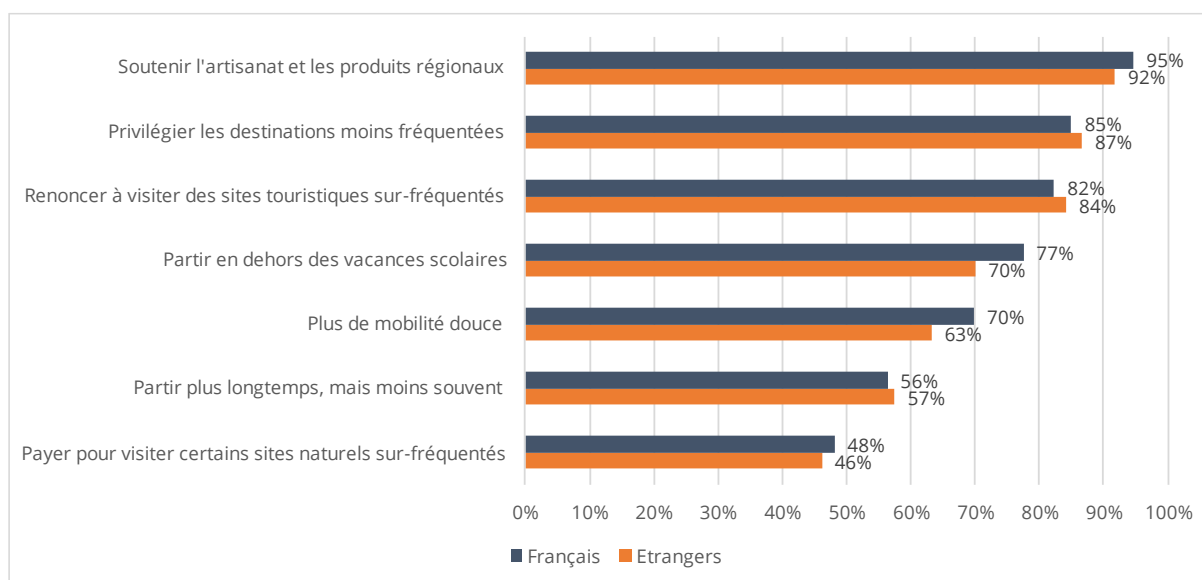


Figure 35: Adoption de nouvelles tendances selon l'origine des touristes

Qu'ils soient Français ou étrangers on note un classement identique, mais une appétence plus forte pour les Français pour les voyages hors-saison et la mobilité douce.

5. Une typologie de touristes

Notre objectif, ici, est d'identifier des groupes de touristes partageant des caractéristiques communes. Une analyse des données permet de mettre en avant quatre profils de clientèle de touristes ayant séjourné en Corse en 2022²³.

5.1. « Les sportifs de l'automne²⁴ »



Ce sont des sportifs en quête de nature qui profitent de la Corse en arrière-saison (surtout en septembre). Ils sont actifs et pratiquent aussi bien des activités physiques (randonnées, balades) que des visites culturelles et patrimoniales.

Partir en hors-saison est un comportement qu'ils ont déjà adopté.

Ils souhaitent vivre des expériences touristiques particulières voire

uniques ; ils attachent de l'importance à la diversité de l'offre culturelle et de loisirs et sont à la recherche de promotions et de tarifs flexibles.

Ils viennent en avion et louent une voiture pour sillonner l'ensemble de la Corse. Ils séjournent plutôt dans les résidences de tourisme et villages de vacances.

Ils veulent donner du sens à leurs vacances.

Ils réservent leur séjour peu de temps avant leur voyage (moins d'un mois) et séjournent entre 4 et 7 jours.

Leurs dépenses principales portent sur l'hébergement (moins de 1 000€) mais leurs visites culturelles engendrent également des dépenses.

²³ Notre échantillon a fait l'objet d'une analyse statistique multidimensionnelle (ACM). Cette technique consiste 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 4 classes décrites ci-dessus.

²⁴ Cette classe représente 38.4% de l'échantillon total, soit 755 individus.

5.2. « Les explorateurs du printemps²⁵ »

Ils séjournent en avant-saison principalement au mois de juin, dans des hébergements locatifs (location, appartements, meublés). Leurs dépenses pour l'hébergement s'élèvent à moins de 1 000€. Ils dépensent à la fois pour des produits alimentaires (entre 200€ et 400€), dépense liée au type d'hébergement choisi, et pour des activités (moins de 200€).

Ils sont actifs et explorateurs. Ils viennent en Corse pour la découverte et l'enrichissement, et font, par conséquent, de nombreuses visites culturelles et patrimoniales. Ils sont également à la recherche d'expériences touristiques particulières voire uniques.

Ils voyagent en avion et louent une voiture pour sillonner l'ensemble de la Corse. La durée moyenne de leur séjour s'est établie entre 4 et 7 jours. Leurs revenus sont confortables voire élevés.

C'est leur premier séjour en Corse qu'ils visitent en couple ou entre amis.



5.3. « Les estivants²⁶ »



Ils séjournent en Corse pendant les deux mois d'été pour une longue durée (+ de 15 jours) et n'ont pas l'intention de changer leurs habitudes en partant en dehors des vacances scolaires. Ce séjour a d'ailleurs été réservé très longtemps à l'avance (entre 3 et 6 mois).

Pour eux, les vacances riment avec famille, plage et shopping. Ils ont choisi la Corse pour le dépaysement, la relaxation et la déconnexion, et souhaitent vivre des expériences touristiques particulières voire uniques.

Ils viennent en bateau avec leur véhicule personnel. Ils connaissent la Corse, ce n'est pas leur premier séjour.

Ils sont majoritairement étrangers, notamment Allemands et Italiens et séjournent dans les campings du littoral insulaire, notamment dans l'extrême sud de l'île. Ils dépensent plus de 2 000€

²⁵ Cette classe représente 11% de l'échantillon total, soit 212 individus.

²⁶ Cette classe représente 32.3% de l'échantillon total, soit 639 individus.

pour leur hébergement, 400€ pour leurs activités, 600€ pour la restauration et 800€ pour le transport.

Deux groupes se distinguent à l'intérieur des estivants : les « explorateurs » qui souhaitent partir à la découverte de l'île et les « farniente » plutôt sédentaires qui souhaitent, avant tout, profiter des vacances pour se reposer.

Ces vacanciers sont aussi prêts à renoncer à la visite de certains sites touristiques très fréquentés.

5.4. « Les décalés²⁷ »

La Corse attire de nouveaux visiteurs en dehors de la saison touristique, notamment sur les mois de novembre et décembre.



Il s'agit d'une clientèle française et affinitaire au pouvoir d'achat élevé. Ce sont des habitués, il ne s'agit pas de leur premier séjour en Corse.

Ils viennent en avion et séjournent dans des hébergements non marchands (résidence secondaire, amis ou famille) pour de courts séjours.

Ils viennent en Corse pour se reposer et partager des moments de convivialité. Ils sont plutôt sédentaires et ne font aucune activité hormis quelques restaurants pour lesquels ils dépensent moins de 300€.

On trouve aussi chez ces voyageurs hors-saison quelques voyageurs d'affaires.

²⁷ Cette classe représente 18.3% de l'échantillon total, soit 362 individus.

6. Focus sur les primo-visiteurs

6.1. Pourquoi la Corse ?

Parmi les touristes ayant séjourné en Corse en 2022, 16% sont des primo-visiteurs²⁸ : 58% proviennent de France et 42% de l'étranger, principalement de Belgique (11%), d'Allemagne (10%) et d'Italie (9%).

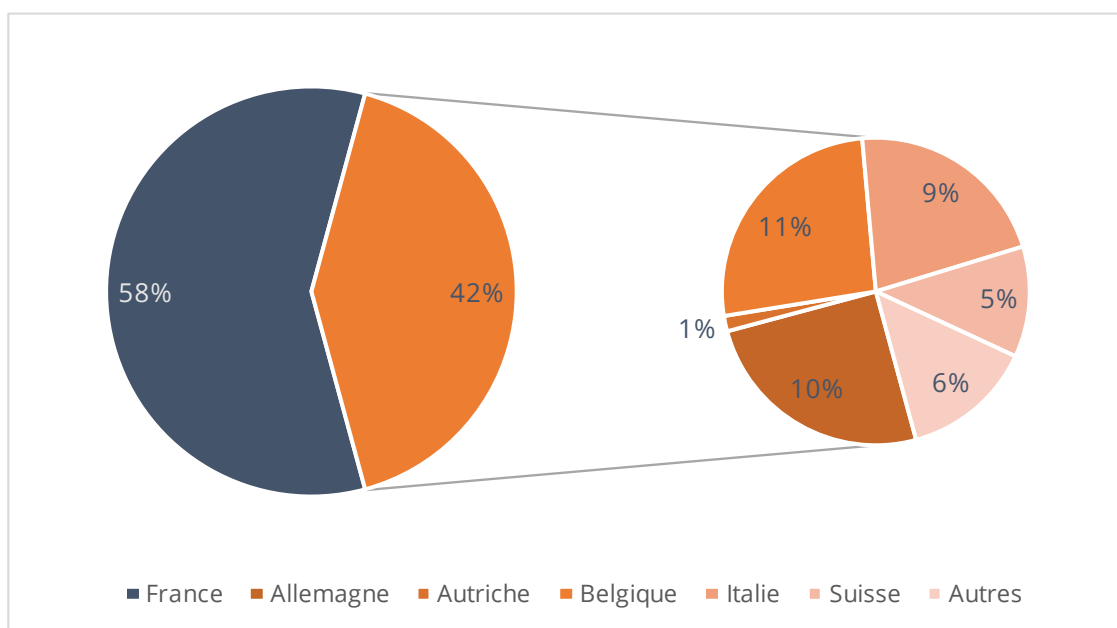


Figure 36: Nationalité des primo-visiteurs

Le « bouche à oreille » (33%) et la « notoriété de la destination » (26%) ont été déterminants dans le choix de la Corse pour leurs vacances. Pour 19%, c'était l'occasion de « rendre visite à des amis ou de la famille » ou de « concrétiser leur projet de venir en Corse ». Pour 10%, c'est une émission ou un documentaire diffusé à la télévision qui a été l'élément déclencheur.

²⁸ Ce chiffre grimpe à 22% si l'on extrait de l'analyse les primo-visiteurs affinitaires (49% de France et 51% d'étranger).

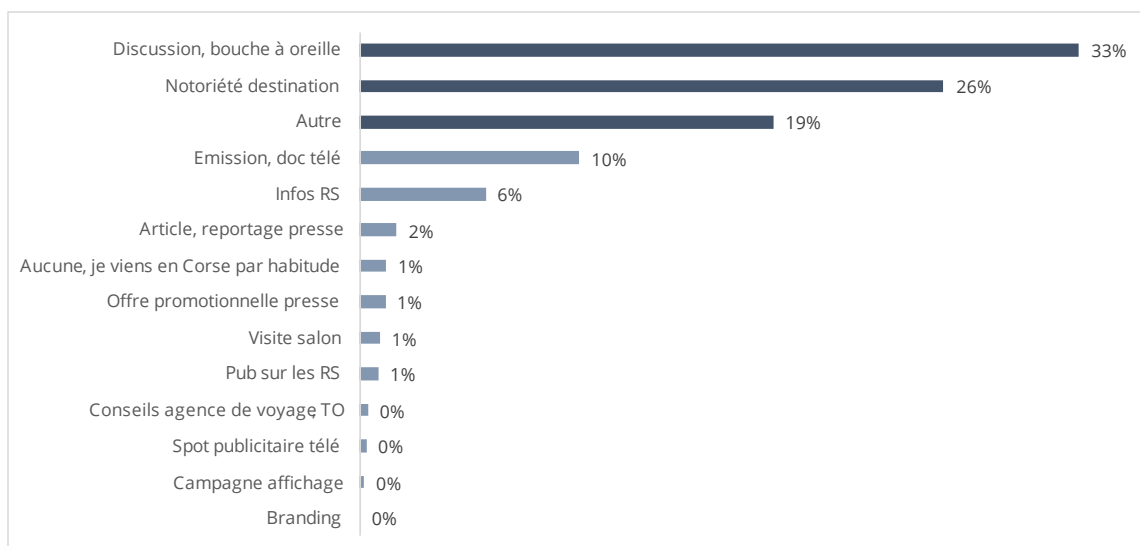


Figure 37: Éléments déterminants dans le choix de la Corse chez les primo-visiteurs

Ces nouveaux visiteurs ont choisi la Corse pour se « dépayser, se relaxer et se déconnecter » (37%) et pour la « découverte et l'enrichissement » (35%). Pour cela, 82% ont sillonné la Corse soit partiellement soit dans sa totalité.

6.2. La Corse où, quand, comment ?

Un séjour qui se prépare sur Internet

Pour préparer leur séjour, ils ont principalement recours à Internet (38%). Si on y rajoute la consultation du site de l'Agence du Tourisme de la Corse et des réseaux sociaux, cette part grimpe à 54%. Il est toutefois intéressant de noter la part encore importante occupée (21%) par les guides touristiques (Guide du Routard, Lonely Planet...).

La réservation de leur hébergement s'effectue pour un 30% d'entre eux entre 1 et 3 mois à l'avance et pour 26% entre 3 et 6 mois à l'avance.

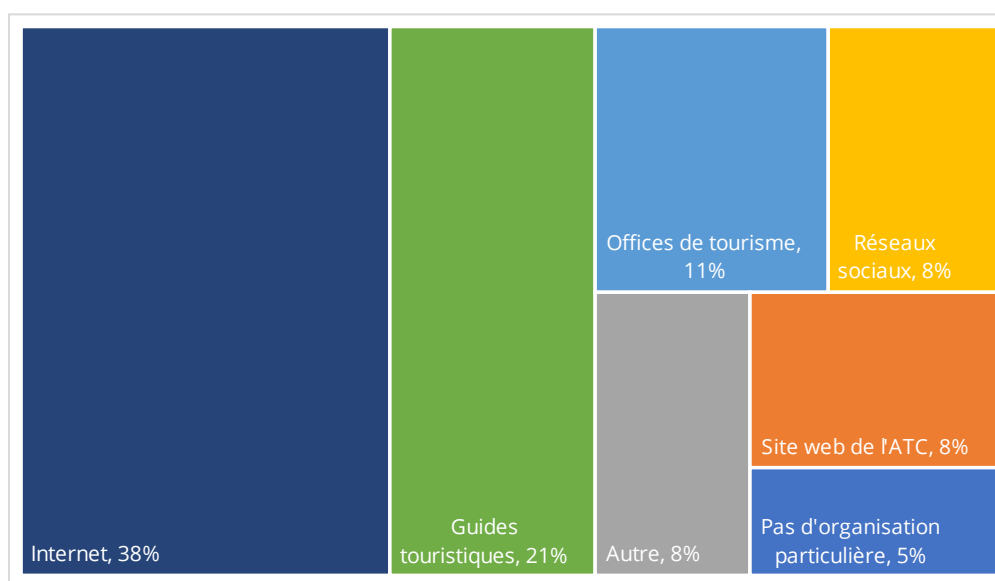


Figure 38: Moyens d'organisation du séjour chez les Primo-visiteurs

Des séjours sur le littoral, en hôtels et meublés touristiques

56% des primo-visiteurs sont venus en avion (dont 95% avec un vol direct) contre 44% en bateau. 40% ont loué un véhicule pour sillonner la Corse et 35% ont utilisé leur véhicule personnel.

Ils ont majoritairement séjourné dans des hébergements situés sur le littoral (69%)²⁹, dans des hôtels (28%) et dans des meublés touristiques (28%) qu'ils ont réservés directement auprès de l'établissement (29%), sur Booking (20%) ou AirBnB (14%).

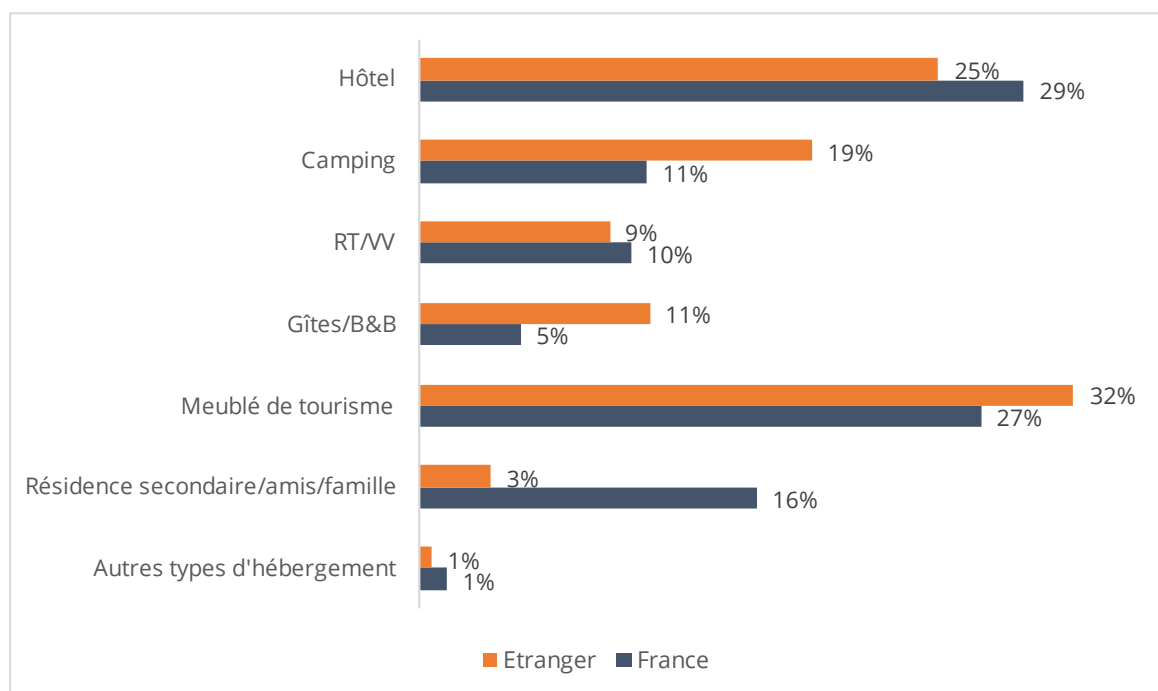


Figure 39: Répartition des primo-visiteurs selon l'hébergement et l'origine des touristes

On note une plus grande proportion de touristes français dans les hôtels et l'hébergement non marchand et une plus grande proportion d'étrangers dans les campings.

Ces hébergements sont principalement situés dans les quatre microrégions les plus touristiques de l'île : le Sud-Alta-Rocca (28%), le Territoriu d'Aiacciu (24%), la région de Bastia-Capicorsu (17%) et la Balagne (13%).

Des primo-visiteurs entre avril et octobre

Même si la part la plus importante de ces visiteurs vient en été, ils se répartissent de manière à peu près équivalente sur l'ensemble de la saison, ils y séjournent en moyenne 10 jours, en couple ou en famille (79%).

²⁹ Les 32% restant se partageant de manière égale entre la campagne et la ville.

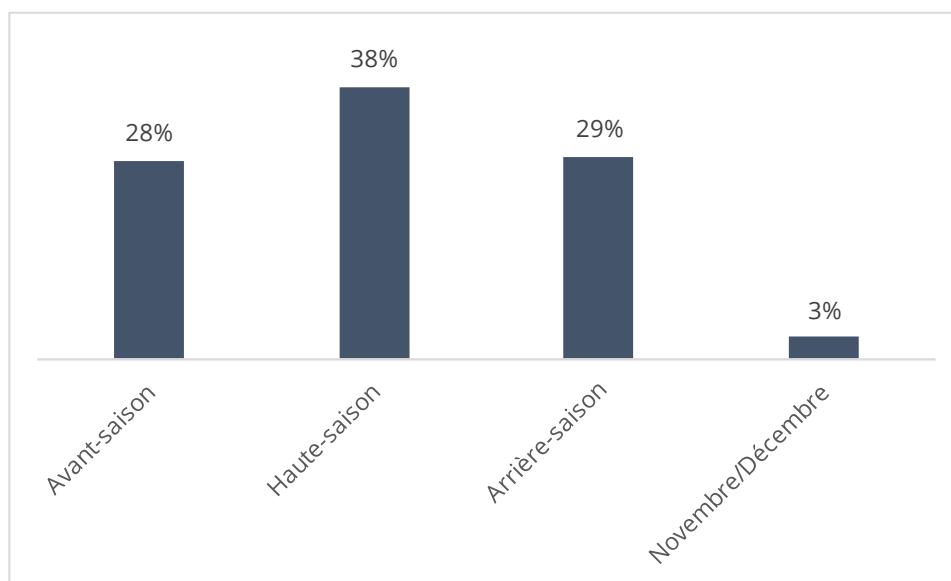


Figure 40: Période de séjour des primo-visiteurs

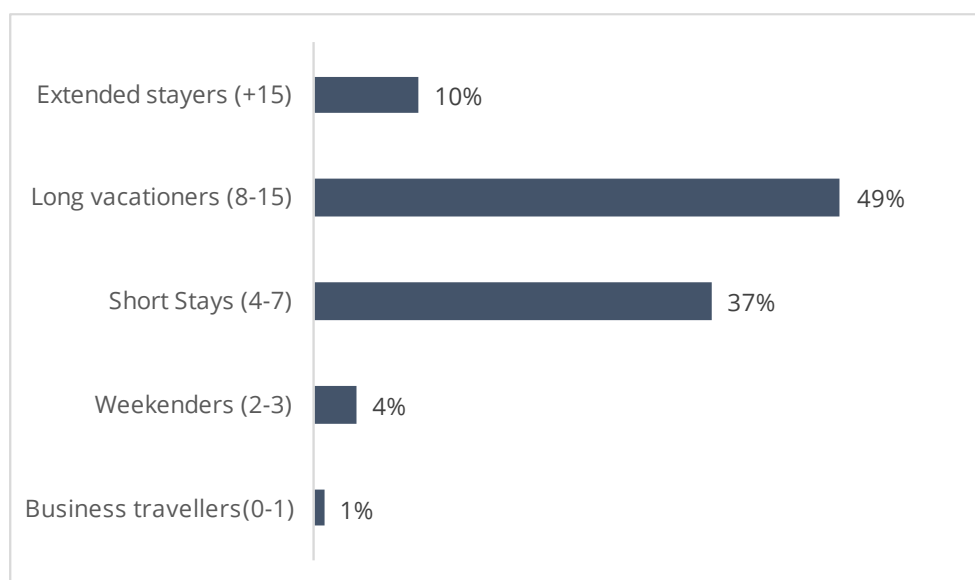


Figure 41: Durée de séjour des primo-visiteurs

59% des néo-vacanciers ont privilégié les séjours longs et ce, quel que soit le moment de la saison.

Des touristes attirés par les plages, mais pas seulement%

Ces primo-visiteurs actifs et explorateurs, ont profité des plages insulaires, mais leur envie de découverte et d'enrichissement les ont conduits aussi à pratiquer de nombreuses autres activités : randonnée, découverte du terroir et de la gastronomie, du patrimoine culturel et naturel. Leurs activités payantes ont d'ailleurs porté sur la gastronomie et la découverte du terroir (26%), les visites culturelles et patrimoniales (23%) et la découverte du patrimoine naturel (13%).

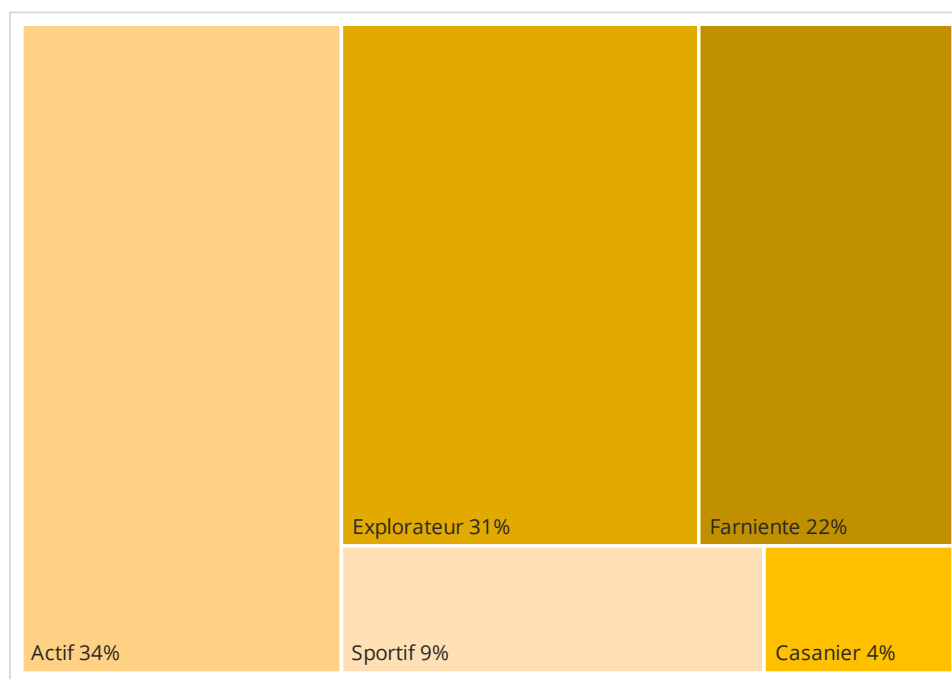


Figure 42: Type de vacanciers - Primo-visiteurs

Une dépense journalière au-dessus de la moyenne

Le montant moyen dépensé en 2022 par ces primo visiteurs est de 2 191€ par groupe toutes nationalités confondues. Ce montant correspond au montant total des dépenses d'hébergement, de restauration, d'agroalimentaire, d'activités et de loisirs, du groupe hors transport aérien ou maritime. Soit un montant journalier de 73€³⁰ par personne. Cette dépense varie de 112,27€ pour la clientèle allemande à 53,48€ pour les Italiens.

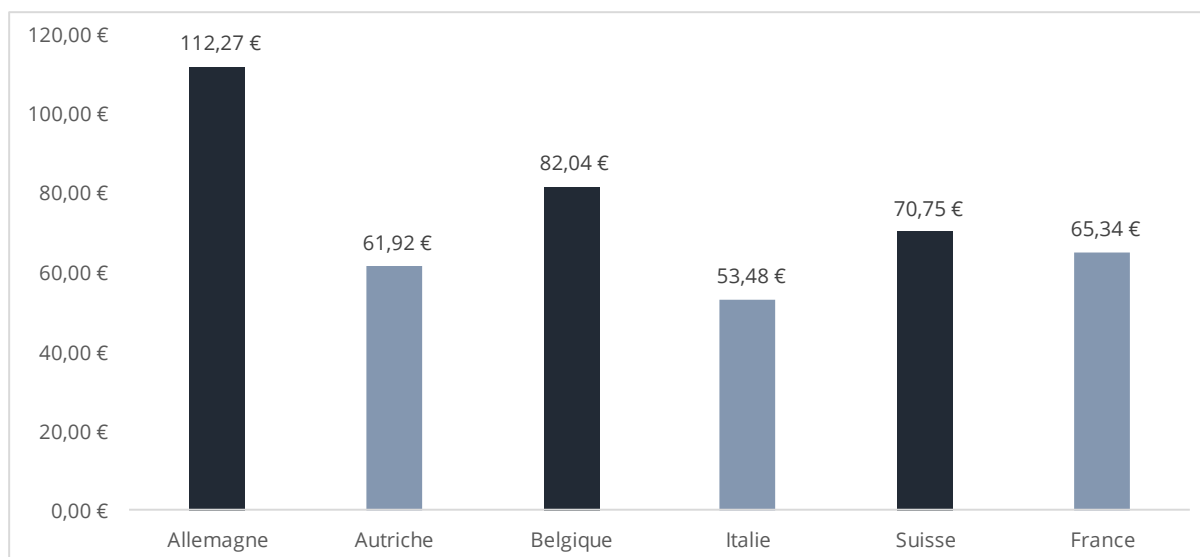


Figure 43: Dépense journalière moyenne par nationalité - Primo-visiteurs

³⁰ Montant calculé sur la base d'une durée moyenne de séjour (DMS) de 10 jours et d'un nombre de 3 personnes constituant le groupe.

Les primo-visiteurs représentent une clientèle plutôt jeune dont l'âge moyen est de 52 ans. Ils sont employés (29%), cadres (24%) et retraités (24%). Le prix reste pour eux, comme pour l'ensemble des touristes d'ailleurs, l'élément déterminant dans le choix de leur séjour.

Parmi les comportements, qu'ils sont prêts à adopter ou en vue d'être adoptés, figure le soutien à l'artisanat et aux produits locaux. Par ailleurs, 83% envisagent lors de leurs prochaines vacances à privilégier les destinations les moins fréquentées et 75% sont prêts à renoncer à visiter certains sites touristiques. En revanche, ils ne sont pas prêts à concéder un paiement pour la visite de certains sites naturels très fréquentés.

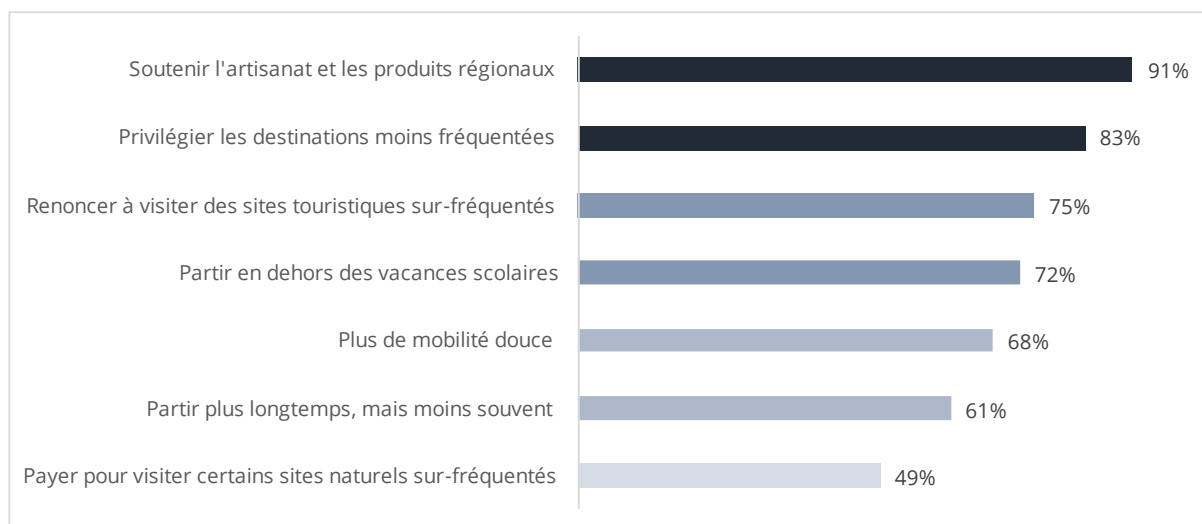


Figure 44: Adoption de nouvelles tendances par les primo-visiteurs

Des néo-visiteurs très satisfaits de leur premier séjour en Corse

Le rapport qualité/prix de la destination est très satisfaisant aussi bien pour les touristes français (87,8%) que pour les touristes étrangers (85,9%).

Malgré cela, les touristes français sont un peu moins satisfaits quant au coût du transport et de l'hébergement.

Les touristes étrangers sont près d'un tiers à ne pas être satisfaits du coût de la restauration.

	Français			Etrangers		
	Satisfait	Pas satisfait	NC	Satisfait	Pas satisfait	NC
Rapport qualité/prix	87,8%	11,7%	1,6%	85,9%	12,5%	1,6%
Coût transport	74,9%	23,6%	1,5%	85,2%	12,2%	2,5%
Coût hébergement	70,1%	19,4%	10,5%	81,5%	15,6%	2,8%
Coût restauration	79,7%	18,4%	1,9%	65,0%	32,4%	2,6%
Qualité hébergement	85,0%	5,0%	10,0%	88,6%	7,5%	3,8%
Qualité restauration	91,8%	3,7%	4,5%	85,3%	9,6%	5,1%
Qualité accueil des professionnels	88,7%	6,1%	5,2%	90,7%	7,5%	1,9%
Offre culturelle et de loisirs	85,6%	8,5%	5,9%	87,2%	4,8%	8,1%
Coût des activités culturelles et de loisirs	75,7%	18,4%	5,9%	74,1%	11,7%	14,2%
Accueil de la population	86,8%	9,7%	3,5%	84,9%	12,2%	2,9%

Tableau 2: Satisfaction des primo-visiteurs en fonction de l'origine des touristes

7. Focus sur le tourisme d'affaires

Un tourisme de hors saison localisé sur les régions d'Ajaccio et Bastia

Les touristes d'affaires représentent 5% de notre échantillon. Il s'agit principalement de cadres/professions intellectuelles supérieures (55%) et d'artisans/commerçants/chefs d'entreprise (23%) qui séjournent en Corse pour des rencontres professionnelles (47%) et des représentations commerciales (20%).

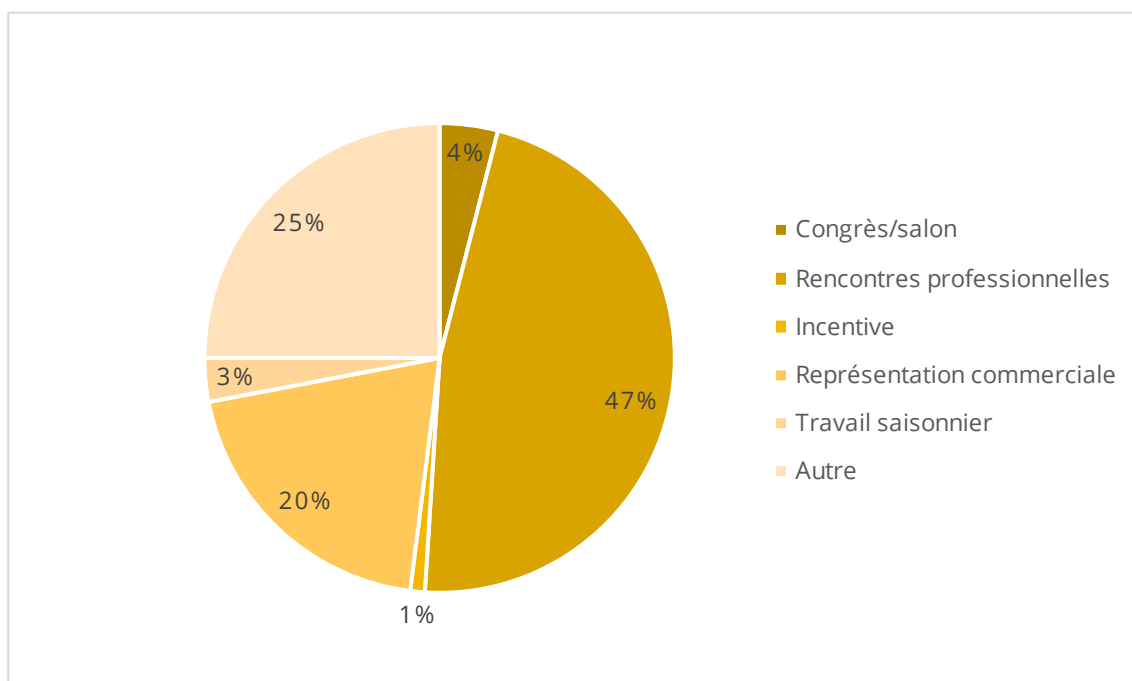


Figure 45: Type de séjour professionnel

Le tourisme d'affaires est un tourisme hors-saison qui se déroule essentiellement entre les mois de septembre et décembre.

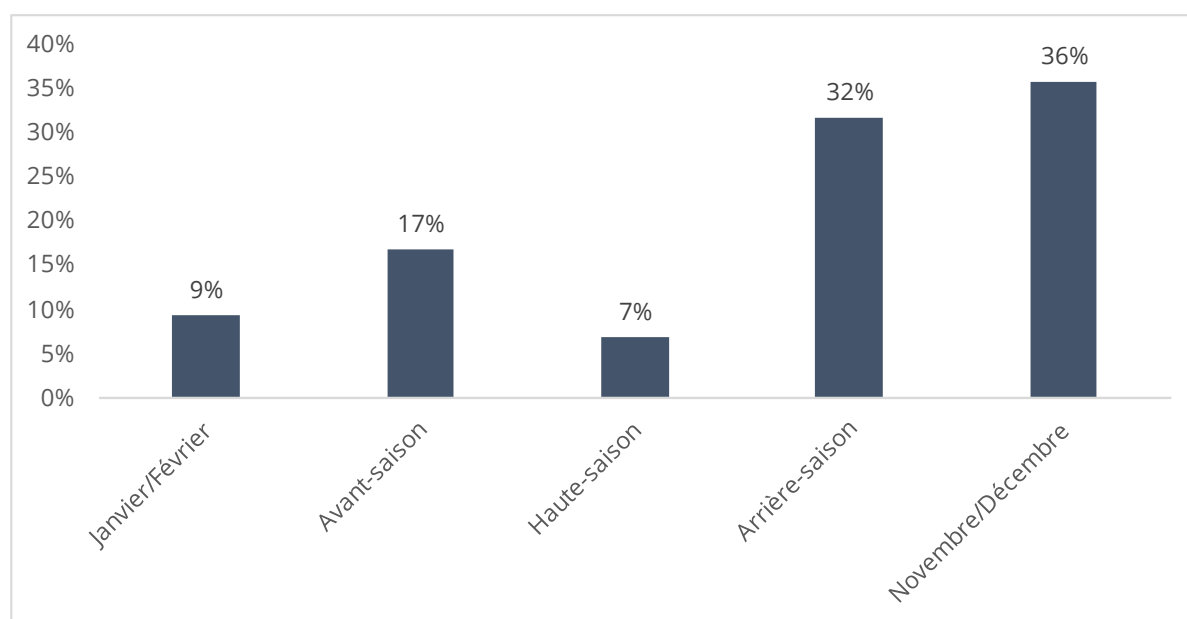


Figure 46: Période de séjour - Voyages professionnels

69% voyage par avion et 49% louent une voiture pour les déplacements. La majorité des séjours est de courte durée (47% séjournent entre 1 et 3 jours) et se déroulent dans les deux principales agglomérations de l'île : Territoriu d'Aiacciu (39%) et Bastia-Capicorsu (30%).

Cette clientèle d'affaires séjourne majoritairement dans les hôtels (55%).

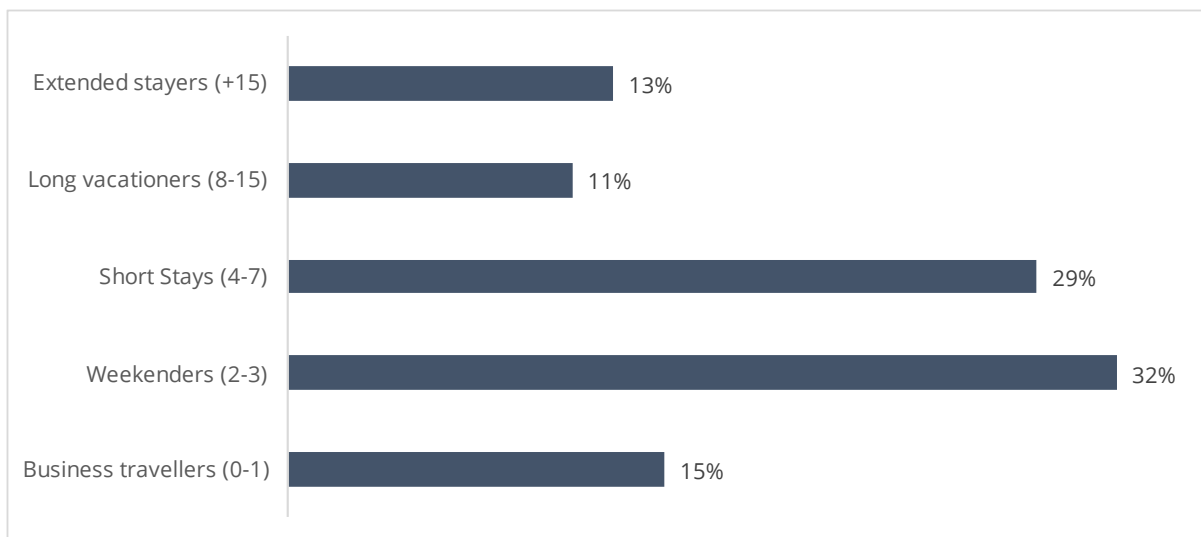


Figure 47: Durée de séjour - Voyages professionnels

Une clientèle quasi exclusivement française

92% de cette clientèle d'affaires provient de France continentale, principalement de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (42%), de l'Île de France (18%) et de la Région Auvergne-Rhône-Alpes (18%).

Une clientèle aux revenus élevés et dépensière

Le montant moyen dépensé en 2022 par ces touristes d'affaires est de 1 210€. Ce montant correspond au montant total des dépenses d'hébergement, de restauration, d'agroalimentaire, d'activités et de loisirs du groupe hors transport aérien ou maritime. Soit un montant journalier de 101€³¹ par personne.

Les trois postes les plus importants dans leur budget sont le transport, l'hébergement et la restauration.

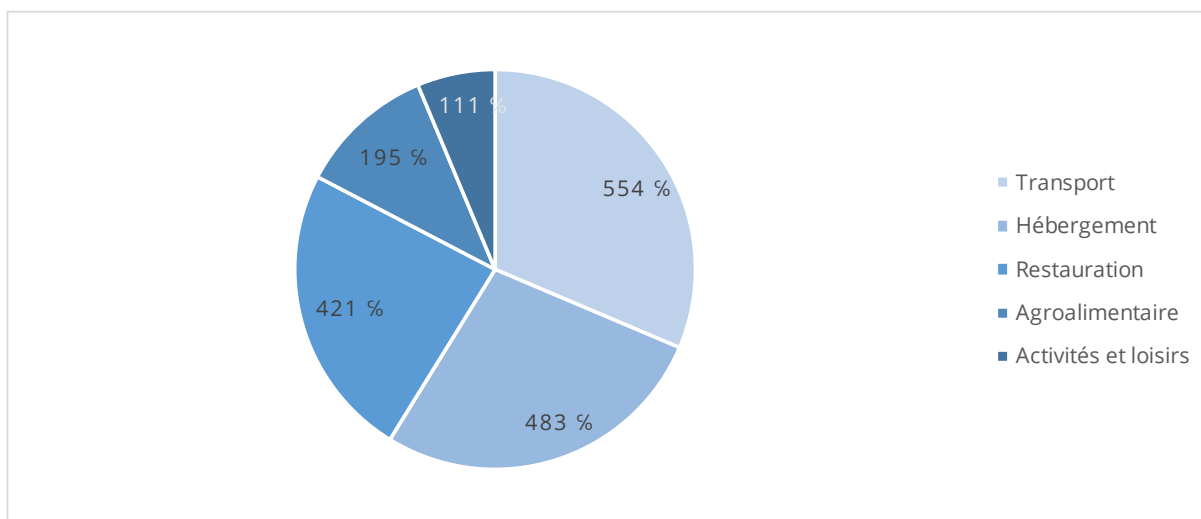


Figure 48: Dépense moyenne des touristes d'affaires par poste de dépense

³¹ Montant calculé sur la base d'une durée moyenne de séjour (DMS) de 8 jours et d'un nombre de 1,5 personne constituant le groupe.



8. Conclusion

L'année 2022 a été le synonyme d'un retour vers la normale pour l'industrie touristique en général et pour le tourisme insulaire, en particulier. Les touristes sont venus visiter l'île en nombre et les étrangers ont fait leur grand retour après deux années compliquées liées à la crise sanitaire. La saison semble également s'étaler sur le début de l'hiver : depuis 2009, le nombre d'entrées de passagers aériens et maritimes n'avait jamais été aussi haut que cette année.

Mais cette crise a été, aussi, le marqueur d'une nouvelle façon de voyager. Les attentes sont différentes : à la recherche d'expériences particulières, hors des sentiers battus, les voyageurs sont plus sensibles à l'impact de leur comportement sur l'environnement. Ils souhaitent renouer avec la nature et partager des moments de convivialité avec leurs proches.

Face à ces enjeux, l'offre touristique doit s'adapter, en termes d'hébergements, de services, d'activités. La Corse dispose encore de nombreux atouts à exploiter pouvant répondre à ces nouvelles aspirations. Mais elle devra s'adapter dans un contexte où la main d'œuvre est de plus en plus difficile à trouver, où l'augmentation du coût du voyage et les finances personnelles sont les principales préoccupations des européens. Mais surtout elle devra s'adapter dans un contexte très concurrentiel, notamment dans le bassin méditerranéen, où la connexion aérienne avec les Iles Baléares, la Sicile, la Sardaigne, la Grèce... est plus importante que celle de la Corse, à des prix plus faibles.

2023

Cahier du Tourisme n°16

Portrait du touriste 2022

Agence du Tourisme de la
Corse - Mai 2023

Photos et édition :
© ATC

Contact Pôle Centre de Ressources

[Robert Menasse](#)

+33 (0)4 95 51 77 76

rmenasse@atc.corsica

Contacts de l'Observatoire

[Anne Casabianca](#)

+33 (0)4 95 51 77 55

acasabianca@atc.corsica

[Marc Simoni](#)

+33 (0)4 95 51 77 45

msimoni@atc.corsica

Agence du Tourisme de la Corse

17, boulevard du roi Jérôme

20181 Ajaccio Cedex 01

contact@atc.corsica

+33 (0)4 95 51 77 77