



MABRIAN

BIG DATA FOR TRAVEL INTELLIGENCE

CULLETTIVITÀ DI **CORSICA**
COLLECTIVITÉ DE **CORSE**

Agenza di u Turisimu
di a Corsica

Agence du Tourisme
de la Corse



PROFIL DE CLIENTÈLE

LE MARCHÉ ESPAGNOL



Cahier du tourisme N° 18

**Observatoire du Tourisme de l'Agence du Tourisme de la Corse
Juin 2023**

Table des matières

1.	Introduction	5
2.	Données de cadrage.....	5
2.1.	Economie de l'Espagne	6
2.2.	Les Espagnols et le tourisme.....	7
2.2.1.	Infrastructures aéroportuaires.....	7
2.2.2.	Le tourisme espagnol en France	8
2.2.3.	Un touriste difficile à séduire	8
2.2.4.	Comportements des touristes espagnols.	8
2.2.5.	Congés et vacances scolaires	9
3.	Intérêt de la destination	9
3.1.	Evolution de l'intérêt pour la Corse	9
3.2.	Recherches de vols en 2022	10
3.2.1.	Recherches de vols par période.....	10
3.2.2.	Recherches de vols par ville	11
3.2.3.	Durée de séjour souhaitée	12
3.2.4.	Jours de recherche de vols	12
3.2.5.	Préparation du séjour.....	12
4.	Focus sur la basse saison.....	13
5.	La connectivité aérienne entre l'Espagne et la Corse	14
5.1.	Connectivité en 2022	14
5.2.	Prix des vols.....	16
6.	Concurrence en Méditerranée.....	17
6.1.	La connectivité aérienne entre Espagne et Sardaigne.....	18
6.1.1.	Offre aérienne en vols et en sièges	18
6.1.1.	Aéroports de départ et compagnies aériennes.....	19
6.1.2.	Prix des vols Espagne-Sardaigne	20
7.	Dépenses et données socio-démographiques	21
7.1.	Dépense moyenne et type de dépense	21
7.2.	Depuis les réseaux sociaux.....	22
8.	Perception de la destination Corse	23
9.	Conclusion	24
10.	Annexe : sources de données.....	25
10.1.	Sources et indicateurs.....	25
10.2.	Différences clés entre Instagram et Tripadvisor	26
10.2.1.	Instagram	26

10.2.2.	Tripadvisor	26
10.3.	Définitions détaillées des indicateurs de dépense touristique.....	26

Table des illustrations

Figure 1 : Carte de l'Espagne et de ses 17 provinces	6
Figure 2 : Évolution des recherches concernant la destination Corse depuis le marché Espagnol de 2012 à 2022	9
Figure 3 : Localisations des recherches sur la destination Corser effectuées depuis l'Espagne de 2012 à 2022	9
Figure 4 : Recherches de vols vers la Corse par pays en 2022	10
Figure 5 : Recherches de vols et index de répartition mensuels	10
Figure 6 : Évolution des recherches depuis le marché Espagnol à destination de la Corse.....	11
Figure 7 : Répartition des recherches de vols en fonction de la durée des séjours	12
Figure 8 : Répartition des recherches de vols en fonction des jours.....	12
Figure 9 : Délais de préparation du séjour (en nombre de jours)	13
Figure 10 : Répartition des vols à destination de la Corse par marché émetteur en 2022	15
Figure 11 : Offre mensuelle en sièges depuis l'Espagne vers la Corse en 2022	16
Figure 12 : Jours d'arrivées des touristes Espagnols en Corse en 2022.....	16
Figure 13 : Prix des vols depuis Barcelone vers la Corse en 2022	16
Figure 14 : Distances entre les principales villes espagnoles et aéroports Corses	17
Figure 15 : Répartition des vols depuis l'Espagne vers la Sardaigne, par pays émetteur, en 2022 ..	18
Figure 16 : Évolution en vols et sièges proposés depuis l'Espagne vers la Sardaigne, par aéroport, en 2022	19
Figure 17 : Évolution mensuelles du nombre de sièges proposés depuis l'Espagne vers la Sardaigne en 2022	19
Figure 18 : Répartition des arrivées depuis la ville de départ à destination des 3 principaux aéroports Sardes en 2022	19
Figure 19 : Répartition des vols par compagnie depuis l'Espagne vers la Sardaigne en 2022	20
Figure 20 : Évolution du prix par type de compagnie aérienne et prix moyens des vols Espagne-Sardaigne en 2022	20
Figure 21 : Classement des pays selon les dépenses par Carte Bancaire – Oct. 2021 Sept. 2022.....	21
Figure 22 : Classement des pays selon la dépense moyenne en \$ par CB d'oct. 2021 à sept. 2022.	21
Figure 23 : Répartition des dépenses des Espagnols en fonction des catégories.....	22
Figure 24 : Principales origines géographiques des mentions réalisées sur les réseaux sociaux	22
Figure 25 : Âge des Espagnols commentant ou mentionnant la corse sur les réseaux sociaux.....	23
Tableau 1 : Population des 5 pays les plus peuplés de l'UE.....	5
Tableau 2 : Population des principales agglomérations espagnoles	6
Tableau 3 : PIB national, par habitant et salaire moyen en Espagne – Données 2021	7
Tableau 4 : Les 10 premiers aéroports d'Espagne en trafic de passagers - 2022.....	7
Tableau 5 : Recherches des vols Espagne-Corse par villes.....	11
Tableau 6 : Les nationalités les plus présentes en Corse en 2017	14
Tableau 7 : Nombre de sièges proposés en 2021 et 2022 depuis l'Espagne vers la Corse	15
Tableau 8 : Aéroports reliant l'Espagne à la Corse en 2022.....	15

1. Introduction

Historiquement, le marché espagnol a toujours été marginal en Corse.

L'enquête aux frontières de 2017 avait permis de remarquer l'absence de cette nationalité dans les 10 premiers marchés émetteurs. Il y a, par exemple, davantage de touristes venus de Scandinavie, ou d'Europe de l'Est, que d'Espagne.

Ce constat peut légitimement interpeller si l'on considère la proximité géographique de la péninsule ibérique avec la Corse.

Dans ce document, après avoir présenté les nécessaires données de cadrage (économie, tourisme, socio-démographie) du marché espagnol, on s'intéressera aux habitudes de comportements des touristes espagnols, à la connectivité aérienne entre l'Espagne et la Corse et à la réalité de la demande issue du marché espagnol pour la destination Corse.

In fine, l'ensemble des éléments que nous allons exposer devront permettre d'apporter des éléments de réponse à une question simple : **la Corse peut-elle devenir une destination touristique pour les touristes espagnols ?**

Les sources qui ont permis de rédiger ce rapport sont précisées dans chaque chapitre.

2. Données de cadrage¹

D'une superficie de 506 000 km², l'Espagne compte 47,3 millions d'habitants en 2022, soit le 5^{ème} pays le plus peuplé d'Europe, et le 30^{ème} au Monde.

Pays	Population 2022 – En millions d'habitants
Allemagne	83,1
France	68
Royaume-Uni	68
Italie	58
Espagne	47
Pologne	37

Tableau 1 : Population des 5 pays les plus peuplés de l'UE

Le Royaume d'Espagne est une monarchie parlementaire organisée en 17 communautés autonomes divisées en 50 provinces.

1 Sources : Countryeconomy.com, Statista.com, Population Data, Institut national espagnol de statistiques (INE).



Figure 1 : Carte de l'Espagne et de ses 17 provinces

Les provinces les plus peuplées sont celles d'Andalousie et de Catalogne, puis les communautés madrilène et valencienne, ces 4 provinces regroupant 60 % de la population totale du Royaume. A elles deux, les agglomérations de **Madrid et de Barcelone concentrent 25 % de la population** espagnole.

Ville principales	Population de l'agglomération
Madrid (Capitale)	6,5 millions
Barcelone	4,9 millions
Valence	1,8 million
Séville	1,6 million
Bilbao	1 million
Malaga	1 million
Palma de Majorque	875 000
Las Palmas	850 000
Saragosse	750 000
Murcia	700 000

Tableau 2 : Population des principales agglomérations espagnoles

2.1. Economie de l'Espagne²

L'économie espagnole, fortement orientée vers le secteur des services (tourisme et loisirs) et composée, pour une large part, de PME, **a été l'économie européenne la plus affectée par les deux années de pandémie.**

2 Sources : touteurope.eu, statista, eurostat, OCDE

En 2022, la relance du secteur touristique a permis au pays de redresser son économie et l'inflation (7,3% sur l'année) reste inférieure à celle de la zone Euro (10,1%).

En 2023, l'OCDE prévoit que le PIB de l'Espagne augmentera de 1,5 % sur l'année, soit la plus forte hausse parmi les quatre grandes économies qui composent la zone euro.

Malgré les récentes difficultés, l'Espagne reste la 4^{ème} économie européenne après l'Allemagne la France et l'Italie, son classement mondial variant de la 12^{ème} à la 16^{ème} place selon les sources.

Données conjoncturelles :

Pays	PIB en Milliards d'€	PIB / Habitant en SPA ³	Salaire moyen
Espagne	1 205,63 Mds d'€	27 200	36 000 €/an
France	2 500,870 Mds d'€	33 600	45 200 €/an

Tableau 3 : PIB national, par habitant et salaire moyen en Espagne – Données 2021

D'une manière générale, les salaires espagnols sont inférieurs de 20% aux salaires français. Les écarts de richesse, de revenus et de niveaux de vies sont très importants d'une province à l'autre. Ainsi, les régions de Madrid, de Catalogne et d'Andalousie représentent 60% du PIB national.

2.2. Les Espagnols et le tourisme⁴

Dans ce chapitre, on s'intéresse aux éléments relatifs **au tourisme des Espagnols**, et non au secteur touristique en Espagne.

2.2.1. Infrastructures aéroportuaires

L'Espagne compte 44 aéroports sur son territoire dont 30 aéroports internationaux.

Les 5 aéroports principaux sont ceux de Madrid, Barcelone, Palma de Majorque, Malaga et Alicante. Les trois premiers cités sont dans le top 25 européen en termes de trafics passagers. En 2022, plus de 97% du trafic passagers d'avant la pandémie a été récupéré, avec des disparités selon les aéroports.

Rang	Province	Aéroport	IATA	Pax. 2022 (en millions)
1	Madrid	Madrid Barajas Airport	MAD	50,6
2	Catalogne	Barcelone Airport	BCN	41,7
3	Majorque	Palma de Majorque	PMI	28,5
4	Malaga	Malaga	AGP	18,5
5	Alicante	Alicante	ALC	13,2
6	Îles Canaries	Gran Canaria	LPA	12,4
7	Îles Canaries	Tenerife Sur	TFS	10,8
8	Baléares	Ibiza	IBZ	8,1
9	Valence	Valence	VLC	8,1
10	Îles Canaries	Lanzarote	ACE	7,3

Tableau 4 : Les 10 premiers aéroports d'Espagne en trafic de passagers - 2022

3 Standard de pouvoir d'achat - Unité monétaire artificielle qui permet de gommer les différences de prix entre les Etats membres

4 Sources : businessfrance ; actutransport ; airmundo : aena.es

Il existe quelques lignes aériennes qui relient l'Espagne aux îles de Méditerranée.

À proximité de la Corse, on peut citer Barcelone-Cagliari, Barcelone-Olbia, ou Madrid-Cagliari (Cf. § 5 ci-après).

2.2.2. Le tourisme espagnol en France

En 2021, les espagnols ont effectué environ 7,2 millions de voyages effectués hors d'Espagne, dont **1,6 millions en France (INSEE 2022), faisant de cette dernière leur destination favorite.**

L'Espagne est le 6^{ème} marché pour la France derrière le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la Belgique, les Pays Bas et l'Italie.

2.2.3. Un touriste difficile à séduire

De façon générale, le touriste espagnol s'aventure rarement loin de son pays.

Le niveau de vie et les revenus moyens ont naturellement un poids prépondérant dans la manière de concevoir le tourisme mais il s'agit avant tout d'un comportement quasi culturel : les espagnols restent très attachés à leurs mode de vies ainsi qu'aux valeurs familiales.

En effet, d'après une enquête de 2017 et réalisée en partenariat avec l'Institut National de Statistiques espagnol, ils ne sont que 8% à partir à l'étranger pour leurs vacances. A titre de comparaison, ce taux est de 44% pour les touristes français, on peut donc parler d'un particularisme espagnol.

En France les destinations les plus prisées des touristes espagnols sont Paris, la région PACA, la Nouvelle- Aquitaine et l'Occitanie. En dehors des attraits touristiques de la capitale, la tendance à séjourner à proximité de l'Espagne se confirme.

Il en est de même lorsqu'ils voyagent à l'étranger, **les touristes espagnols recherchent une destination « à l'image de l'Espagne mais en dehors des frontières »**. C'est donc logiquement que le Maroc est la première destination des touristes espagnols en dehors de l'Union européenne.

2.2.4. Comportements des touristes espagnols.

Le touriste espagnol aime le tourisme culturel et urbain (les grandes villes), la gastronomie et l'œnotourisme. Il apprécie les courts séjours, notamment pendant les ponts d'avril (la semaine sainte est fériée).

Ce qui peut paraître comme un cliché mais est cependant bien réel et important pour l'espagnol : il aime pouvoir déjeuner tard, après 14h et dîner après 21h.

Comme la majorité des voyageurs dans le monde, depuis la crise sanitaire, les Espagnols s'interrogent sur l'impact environnemental de leurs vacances.

Ainsi, de l'usage du transport jusqu'à la visite de site protégé, les espagnols deviennent vigilants quant à leur pratique tout en gardant une recherche touristique vers des villes avec une offre complète Culture/Gastronomie/Musique/Architecture & Arts.

2.2.5. Congés et vacances scolaires

En Espagne, les dates des vacances scolaires peuvent différer selon les provinces et il existe des journées propres à chaque province, **mais elles restent, globalement, quasi-identiques dans tout le pays.**

Comme en France, les élèves espagnols bénéficient de deux semaines de congé à Noël, ainsi que pour les vacances de printemps. L'Espagne est un pays très attaché aux traditions religieuses et la *semana santa* (équivalent des vacances de Pâques) constitue un moment important de la vie sociale.

Concernant les vacances scolaires estivales, elles débutent plus tôt qu'en France (20-25 juin) et la rentrée est plus tardive (autour du 10-15 septembre).

3. Intérêt de la destination

3.1. Evolution de l'intérêt pour la Corse

Mabrian permet d'obtenir le nombre de recherches de vols, avec Travelport comme source de données.

Depuis 2012 jusqu'à 2022, les recherches réalisées sur la Corse, depuis l'Espagne, sont principalement réalisées en juillet et août.

La figure ci-dessous montre l'évolution des recherches sur la période 2012-2022.

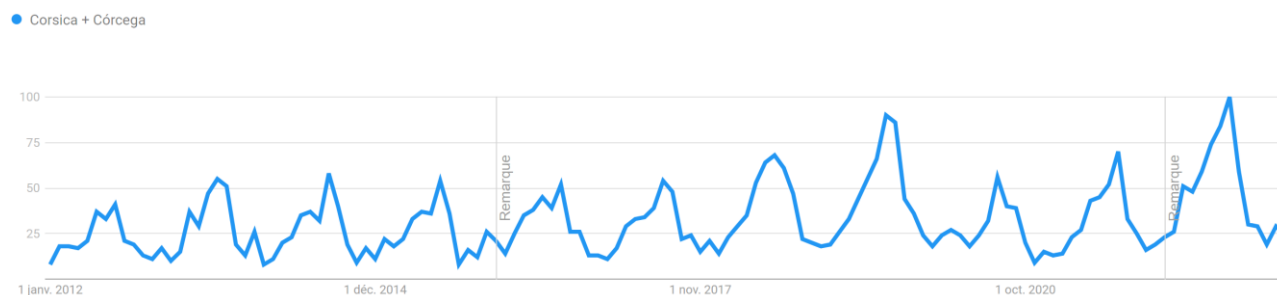


Figure 2 : Évolution des recherches concernant la destination Corse depuis le marché Espagnol de 2012 à 2022

Ces recherches sont principalement effectuées depuis îles Baléares et les provinces de Catalogne, de Madrid, d'Andalousie et de Valence.

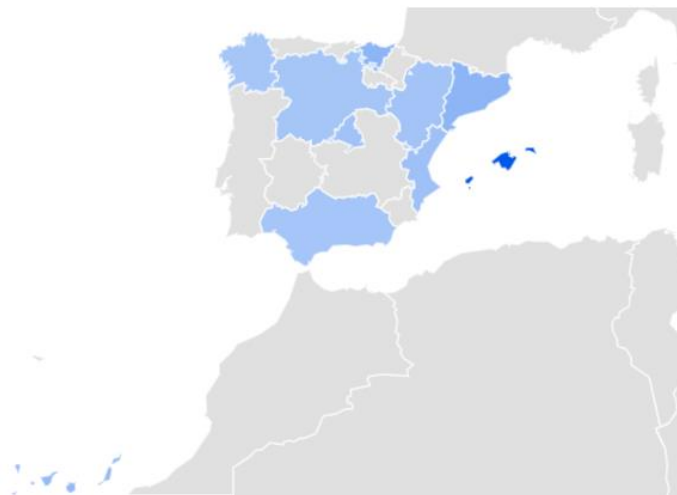


Figure 3 : Localisations des recherches sur la destination Corser effectuées depuis l'Espagne de 2012 à 2022

3.2. Recherches de vols en 2022

L’outil Mabrian permet de faire remonter le nombre de recherches effectuées depuis le marché émetteur toutefois une recherche n’équivaut pas à une personne. En effet, il n’y a pas de distinction d’adresse IP de l’outil de recherches, **une même personne peut donc être comptabilisée autant de fois qu’elle effectue de recherches.**

En 2022, 1 220 000 recherches de vols à destination de la Corse ont été effectuées depuis l’Espagne représentant environ 3% des recherches globales issues des principaux marchés émetteurs de la Corse.

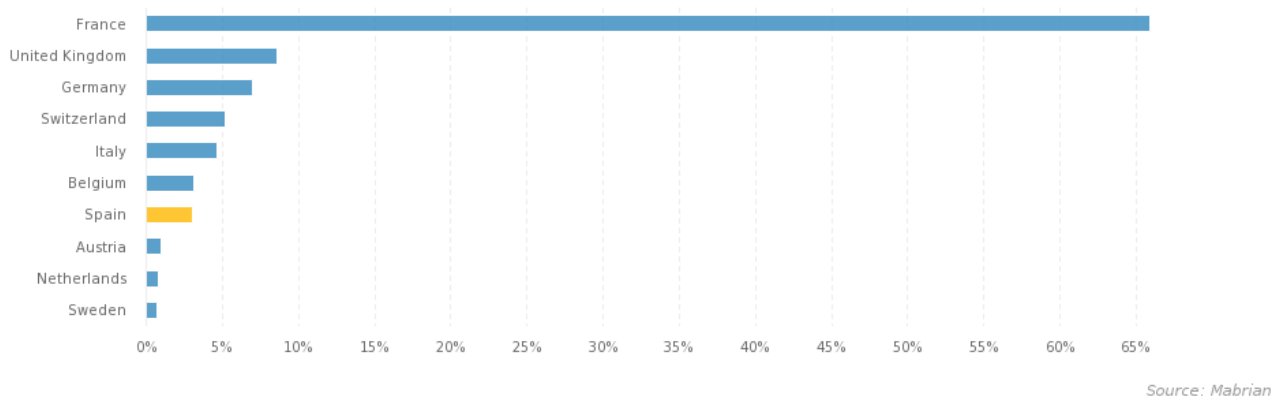


Figure 4 : Recherches de vols vers la Corse par pays en 2022

3.2.1. Recherches de vols par période

En dehors de l’attrait classique de la Corse pour la haute saison, on peut observer un intérêt plus marqué en avant-saison qu’en arrière-saison.

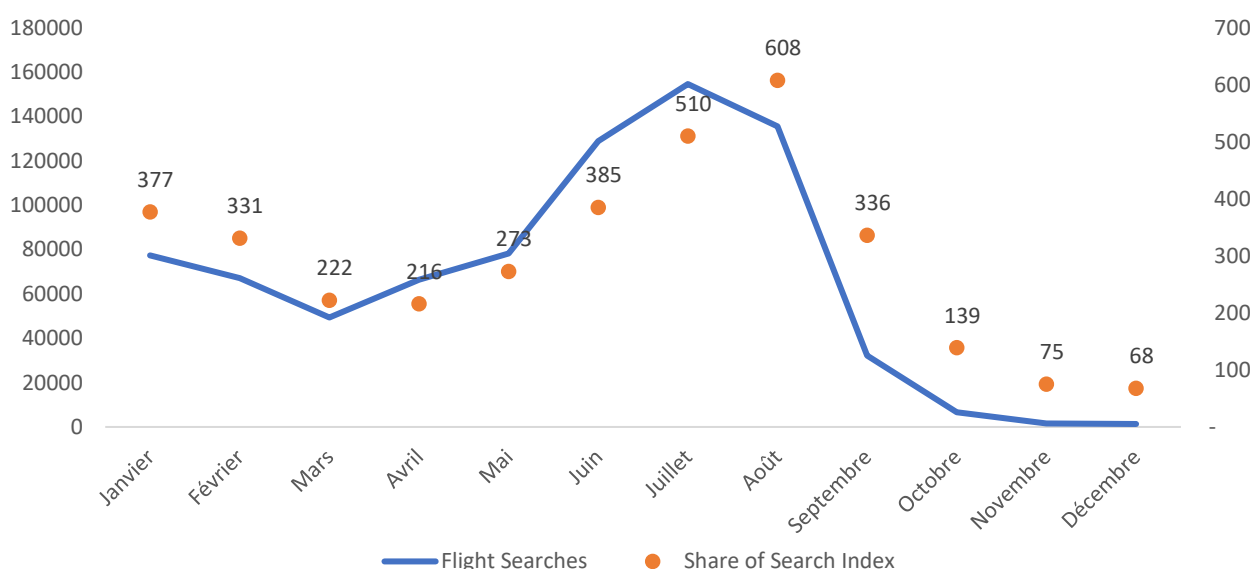


Figure 5 : Recherches de vols et index de répartition mensuels

Les recherches de vols effectuées depuis l’Espagne pour la Corse atteignent leur plus haut niveau en juillet avec 154 000 recherches.

L’index de répartition des recherches sur la Corse (qui représente le nombre de recherches relatives à la Corse sur un million de recherches) est au plus haut au mois d’août avec une valeur de 608.

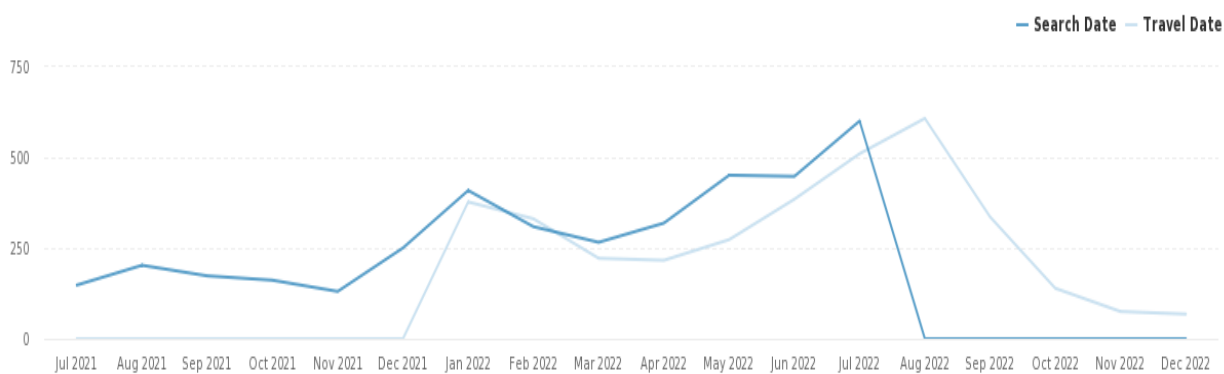
3.2.2. Recherches de vols par ville

En 2022, les deux-tiers de ces recherches (62%) sont réalisées depuis Madrid et Barcelone. Les résultats sont identiques si on raisonne par aéroport de départ.

Ville	Recherches	% du total
Madrid	267 902	34%
Barcelona	225 727	28%
Palma De Mallorca	53 548	7%
Malaga	48 697	6%
Bilbao	40 043	5%
Valencia	30 136	4%
Ibiza	27 845	4%
Sevilla	19 780	3%
Alicante	16 838	2%
Santiago De Compostela	7 988	1%
Others	60 611	8%
TOTAL	799 115	100%

Tableau 5 : Recherches des vols Espagne-Corse par villes

On observe une hausse du nombre de recherches entre 2021 et 2022, avec des dates de séjours majoritairement planifiées en haute saison.

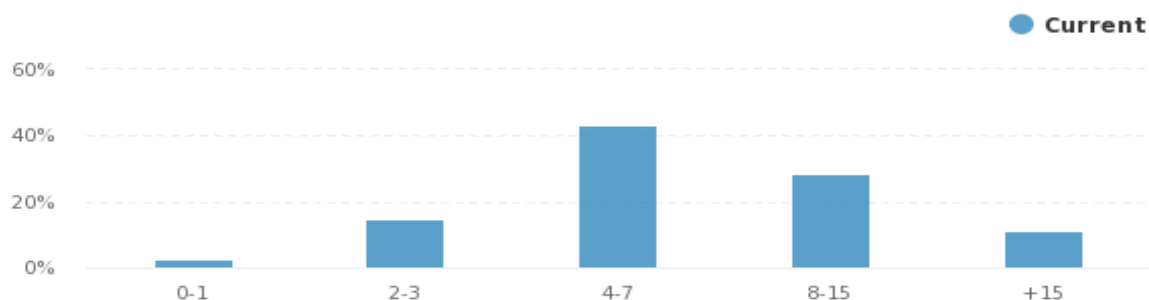


Source: Mabrian

Figure 6 : Évolution des recherches depuis le marché espagnol à destination de la Corse

3.2.3. Durée de séjour souhaitée

La durée moyenne de séjour souhaitée est de 8,4 nuitées, mais 43% des recherches portent sur des durées entre 4 et 7 nuitées.

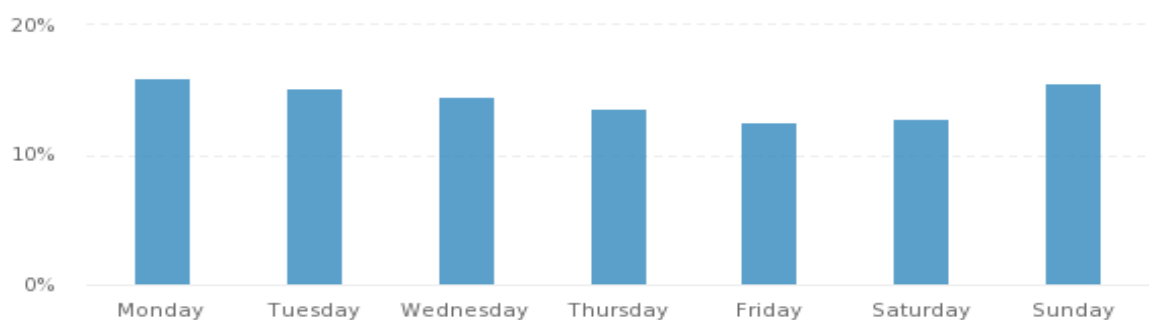


Source: Mabrian

Figure 7 : Répartition des recherches de vols en fonction de la durée des séjours

3.2.4. Jours de recherche de vols

Les recherches s'effectuent pour tous les jours de la semaine dans des proportions très similaires.



Source: Mabrian

Figure 8 : Répartition des recherches de vols en fonction des jours

3.2.5. Préparation du séjour

Les Espagnols préparent leur séjour en moyenne **54 jours à l'avance** (contre 68 pour la France et 78 pour la Belgique, par exemple).

Cette moyenne correspond à un moment de réservation du séjour proche de la date de départ, comme en témoigne la part prépondérante (52 % du total) qui effectuent sa recherche un mois maximum avant le départ.

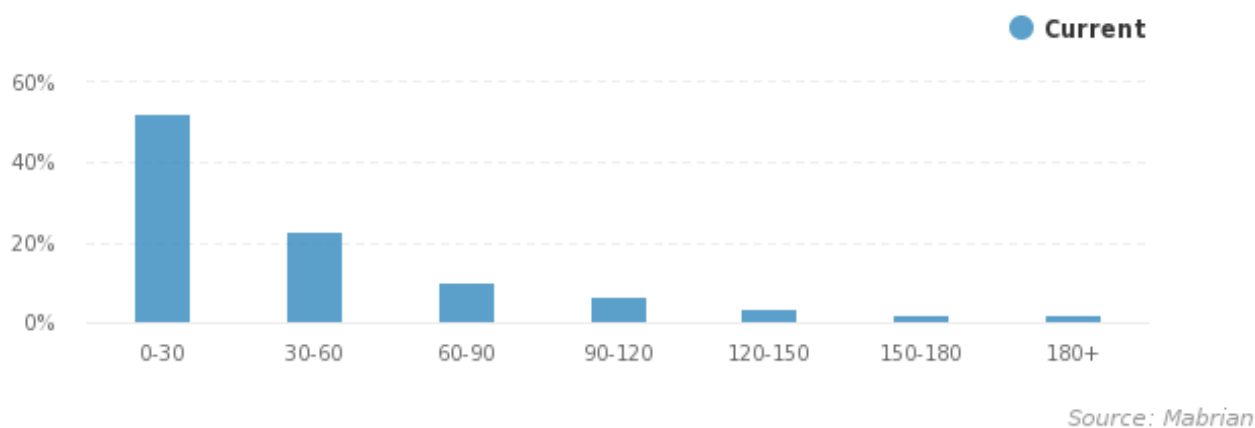


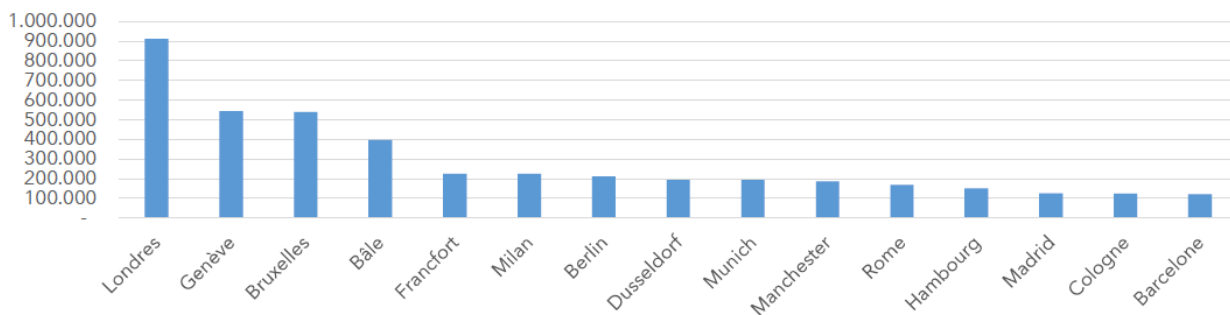
Figure 9 : Délais de préparation du séjour (en nombre de jours)

4. Focus sur la basse saison

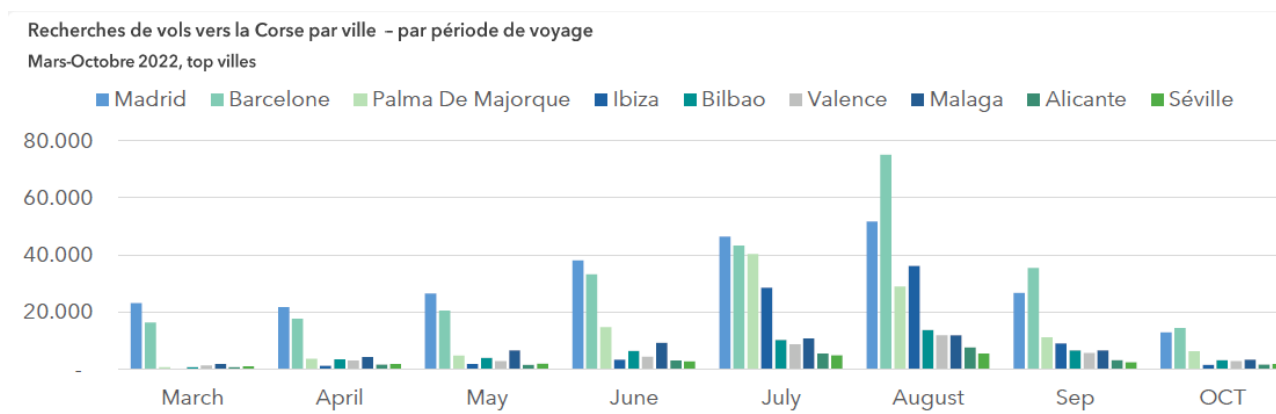
Lorsque l'on se penche sur les recherches de vols effectués en basse saison (mois d'avril, mai, juin, septembre, octobre), on constate que Madrid et Barcelone figurent en fin de classement du top 15 des villes des pays étudiés (RU, Belgique, Allemagne, Italie, Suisse, Espagne).

Ces volumes de recherches en basse saison sont proches de ceux constatés pour des villes comme Rome, Hambourg ou Cologne.

Recherches de vols par ville (UK, DE, CH, BE, IT, ES) - Top 15
Somme de la demande en avril, mai, juin, septembre, octobre



Les recherches depuis les principales villes espagnoles montrent que Madrid et Barcelone sont bien les deux principales sources, on note toutefois qu'un nombre non négligeable de demandes sont réalisées depuis les Baléares en haute-saison (Palma de Majorque en juillet ainsi qu'Ibiza en août). Les festivals type Calvi on The Rocks ou Porto-Latino, sont peut être à l'origine de cette intérêt à ce moment et depuis ces 2 villes, situées à moins de 600 kms de la Corse.



5. La connectivité aérienne entre l’Espagne et la Corse

Le marché espagnol est donc très marginal en Corse, il suffit de rappeler le nombre de touristes par origine, issu de l’enquête aux frontières 2017.

Pays d’origine	Nb de touristes entre mai et novembre
Italie	212 945
Allemagne	182 162
Belgique	69 450
Suisse	77 107
Europe centr./est	41 361
Pays-Bas	37 465
Royaume-Uni	37 821
Scandinavie	25 876
Autre (inclus espagnols)	72 627
Total touristes étrangers	756 814

Tableau 6 : Les nationalités les plus présentes en Corse en 2017

5.1. Connectivité en 2022⁵

Mabrian permet d’obtenir les capacités aérienne avec Cirium comme source de données.

En 2022, seulement 15 vols ont assuré la liaison entre la Corse et l’Espagne, pour une offre de 2 700 sièges (soit 0.1% de l’offre globale) ; l’offre était inexistante en 2021.

⁵ Données MABRIAN











	Total	Total%	YOY%
 France	17.2K	87.4%	+3.7 % ▲
 Switzerland	979	5.0%	+69.1 % ▲
 Belgium	518	2.6%	+40.0 % ▲
 Germany	323	1.7%	+48.9 % ▲
 United Kingdom	146	0.7%	+484.0 % ▲
 Italy	58	0.3%	+100.0 % ▲
 Netherlands	56	0.3%	+100.0 % ▲
 Austria	40	0.2%	+42.9 % ▲
 Sweden	35	0.2%	+600.0 % ▲
 Spain	15	0.1%	+100.0 % ▲
Others	299	1.5%	+41.7 % ▲

Figure 10 : Répartition des vols à destination de la Corse par marché émetteur en 2022

Afin de mieux illustrer l'offre en sièges proposés depuis l'Espagne, on constate qu'elle est 10 fois inférieure à celle depuis le Royaume-Uni.

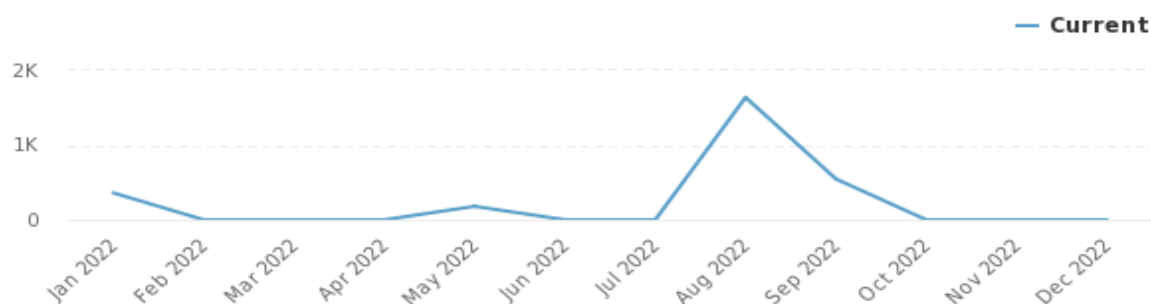
Pays	Sièges proposés en 2022	Sièges proposés en 2021
France	2 464 102	2 344 061
Suisse	176 078	101 805
Belgique	90 494	64 540
Allemagne	51 800	32 905
Royaume-Uni	26 378	4 431
Pays-Bas	9 480	0
Italie	8 787	0
Autriche	7 206	5 040
Suède	6 523	9 30
Espagne	2 724	0
Autre	35 798	21 625
TOTAL	2 879 370	2 575 337

Tableau 7 : Nombre de sièges proposés en 2021 et 2022 depuis l'Espagne vers la Corse

En 2022, les liaisons ont été opérées depuis 4 aéroports par Vueling (Low Cost, 12 vols) et Air Corsica (Régulier, 3 vols retours dans le cadre des "week-ends européens 2022"), l'offre étant majoritairement proposée au mois d'août 2022.

Aéroport d'origine	Destination	Vols	Siège par vol	Sièges totaux
Barcelone	BASTIA	12	182	2184
St-Jacques de Compostelle	BASTIA	1	180	180
Malaga	AJACCIO	1	180	180
Palma	AJACCIO	1	180	180
Total	/	15	/	2724

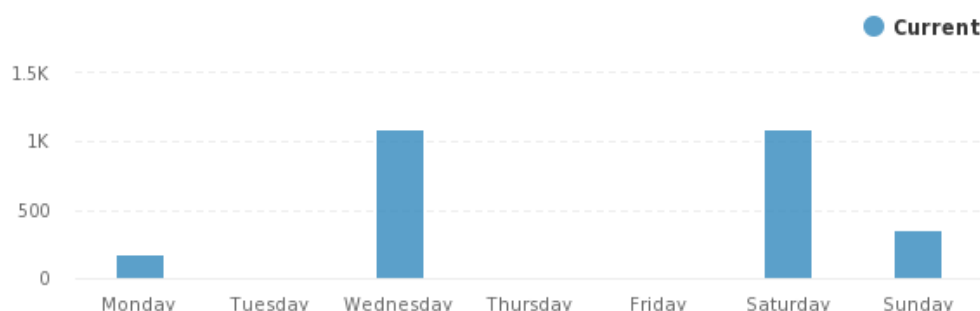
Tableau 8 : Aéroports reliant l'Espagne à la Corse en 2022



Source: Mabrian

Figure 11 : Offre mensuelle en sièges depuis l'Espagne vers la Corse en 2022

Enfin, les jours d'arrivées préférentiels étaient le mercredi et le samedi.

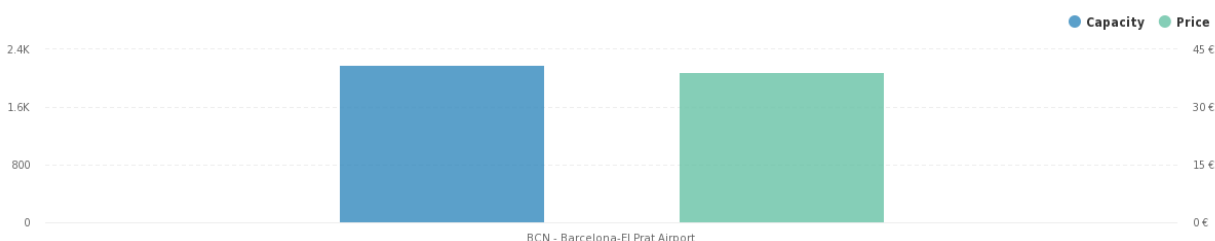


Source: Mabrian

Figure 12 : Jours d'arrivées des touristes espagnols en Corse en 2022

5.2. Prix des vols

Les données issues d'Air Corsica ne sont pas exploitables (0 €) puisqu'il s'agit de vols retours pris dans le cadre d'un package. On peut seulement donner les prix de la compagnie Vueling depuis Barcelone qui est de 39 €.



Source: Mabrian

Figure 13 : Prix des vols depuis Barcelone vers la Corse en 2022

Concernant le prix des vols entre l'Espagne et la Corse, on rappelle ici quelques éléments issus de l'enquête réalisée par Atout-France/Nielsen en 2018 et détaillés dans le Cahier du tourisme N°5 de l'Observatoire (Cf. site pro de l'ATC).

De cette étude, il ressortait que, dans l'hypothèse où des vols directs Espagne-Corse seraient mis en service, l'intérêt pour visiter la Corse est clairement accentué, 50% des personnes interviewées se montrant alors intéressées par cette perspective.

On peut présenter les distances entre quelques aéroports espagnols et corses ainsi que les temps de vols potentiels.

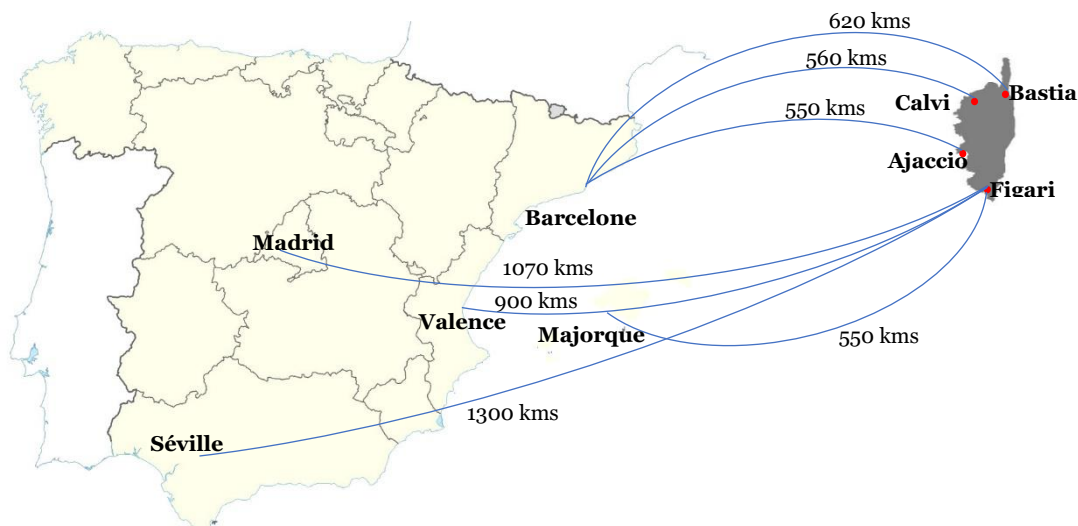


Figure 14 : Distances entre les principales villes espagnoles et aéroports Corses

Aéroport d'origine	Destination	Distance (kms)	Temps de vol
Barcelone	Ajaccio	550	1h10
Barcelone	Bastia	620	1h20
Madrid	Figari	1070	1h50
Séville	Figari	1300	2h10
Palma de Majorque	Figari	550	1h15

Tableau 8 : Distance et temps de vols entre aéroports depuis l'Espagne vers la Corse

Les liaisons aériennes entre l'Espagne et la Corse auraient donc des temps de vol typiques de courts et moyens courriers, similaires aux liaisons actuellement en place entre Corse et continent français.

S'il existait des vols directs vers l'île, la plupart la visiterait en été. **Toutefois, le printemps est également fortement plébiscité, spécialement dans le cas de courts-séjours**, ce qui confirme la tendance observée dans la figure 7.

En moyenne, les répondants estimaient, spontanément, que **le prix d'un vol aller-retour entre Espagne et Corse devrait se situer autour de 180€**. À 200 € en moyenne, le coût du voyage serait considéré comme excessif mais pourrait être acheté. Enfin, le prix du billet serait considéré comme **prohibitif à un prix moyen de 263€**.

6. Concurrence en Méditerranée

En dehors de Palma de Majorque, qui enregistre l'arrivée de 5 millions de touristes (dont une grande part de touristes étrangers en transit par l'Espagne), les destinations concurrentes de la Corse pour les touristes venus d'Espagne sont principalement la Grèce, la Sicile et la Sardaigne.

	Nombre de vols 2022	Sièges 2022	Villes de départ en Espagne
Palma de Majorque	32 800	5 000 000	33
Grèce	2 000	379 300	6
Sicile	1 200	225 600	5

Sardaigne	9 18	163 600	7
Malte	829	154 100	5
Chypre	11	2 000	1

Tableau 9 : Distance et temps de vols entre aéroports depuis l'Espagne vers la Corse

En raison de sa proximité avec la Corse, il est intéressant de s'attarder sur la relation entre Espagne et Sardaigne.

6.1. La connectivité aérienne entre Espagne et Sardaigne

6.1.1. Offre aérienne en vols et en sièges

En 2022, il y a eu 918 vols depuis l'Espagne à destination de la Sardaigne, pour un total de 163 600 sièges proposés. Ceci correspond à 2,8% de l'offre globale en sièges vers la Sardaigne, fortement dominée par l'Italie à 70 %.

L'Espagne constitue donc le **5^{ème} marché étranger** pour la Sardaigne (tout comme pour la Sicile et Malte).











	Total	Total%	YOY%
 Italy	23.3K	70.3%	+32.6 % ▲
 Germany	2.6K	7.8%	+68.6 % ▲
 France	1.5K	4.5%	+70.3 % ▲
 United Kingdom	1.2K	3.7%	+410.1 % ▲
 Switzerland	1.1K	3.2%	+45.7 % ▲
 Spain	918	2.8%	+95.7 % ▲
 Netherlands	380	1.2%	+6.7 % ▲
 Belgium	311	0.9%	+78.7 % ▲
 Austria	296	0.9%	+33.9 % ▲
 Sweden	67	0.2%	+272.2 % ▲
Others	1.5K	4.6%	+39.7 % ▲

Figure 15 : Répartition des vols depuis l'Espagne vers la Sardaigne, par pays émetteur, en 2022

Par rapport à 2021, l'offre aérienne à destination de la Sardaigne est en hausse de 95 %, que ce soit en nombre de vols ou de sièges proposés.

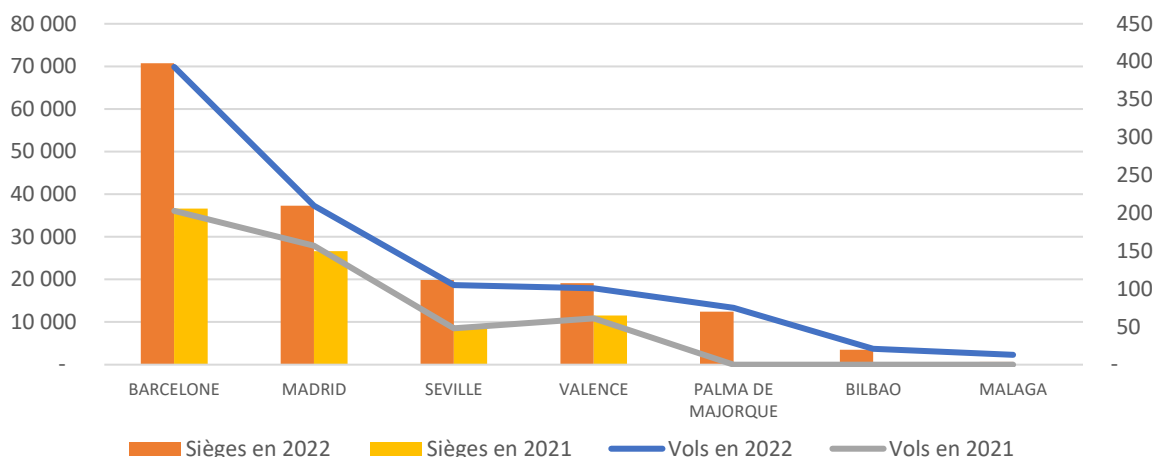


Figure 16 : Évolution en vols et sièges proposés depuis l'Espagne vers la Sardaigne, par aéroport, en 2022

L'offre en sièges est la plus importante au mois d'août (19% des sièges totaux proposés).

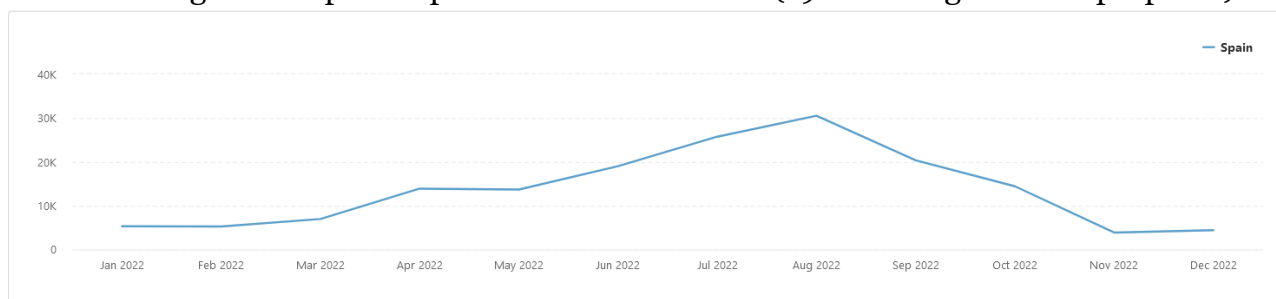


Figure 17 : Évolution mensuelle du nombre de sièges proposés depuis l'Espagne vers la Sardaigne en 2022

6.1.1. Aéroports de départ et compagnies aériennes

L'aéroport de Barcelone totalise 43 % des départs vers la Sardaigne (70 000 sièges), la principale liaison aérienne est Barcelone-Cagliari, opérée par Vueling (35 260 sièges, soit 22 % du flux entrant total). L'aéroport principal d'arrivée est Cagliari (62% des arrivées), suivi par celui d'Alghero (24%) et d'Olbia (13%).

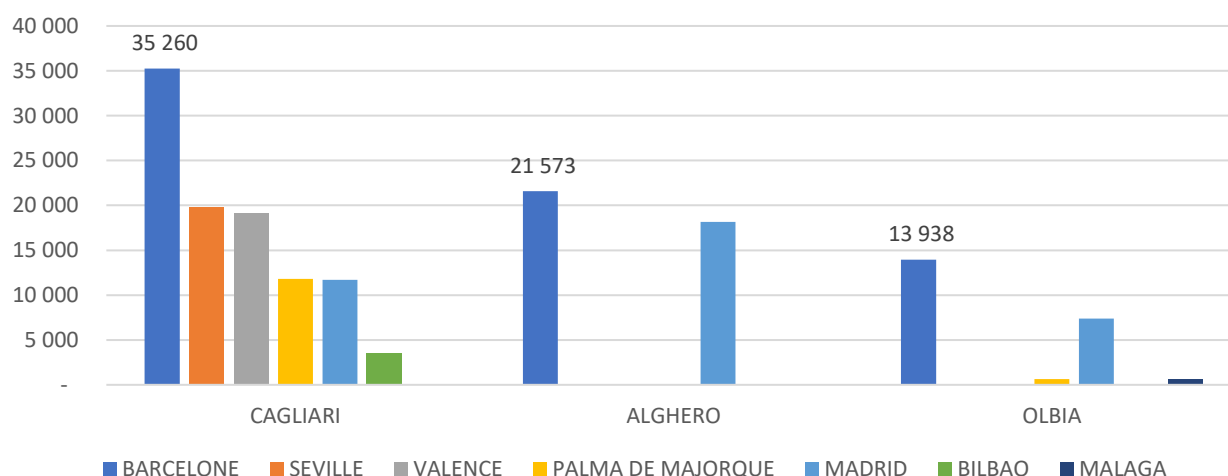


Figure 18 : Répartition des arrivées depuis la ville de départ à destination des 3 principaux aéroports Sardes en 2022

Note : Concernant Alghero, il faut rappeler qu'une partie de sa population est originaire de Catalogne et la ville préserve d'ailleurs l'usage de la langue catalane.

Les Low Cost assurent 92 % de ces vols (849 sur 918), à elles deux, les compagnies Ryanair et Vueling représentent 91 % de ces vols alors que la compagnie nationale Iberia n'en offre que 21 sur toute l'année (soit 8% de l'offre).

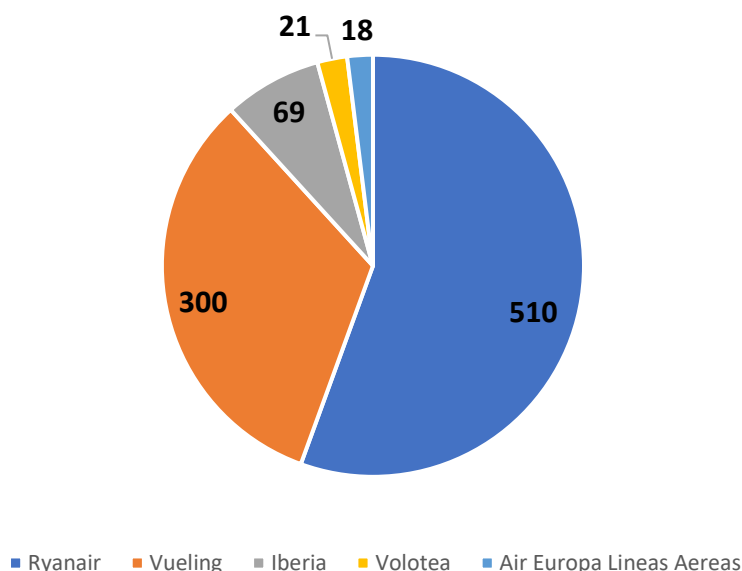


Figure 19 : Répartition des vols par compagnie depuis l'Espagne vers la Sardaigne en 2022

6.1.2. Prix des vols Espagne-Sardaigne

Selon la période de réservation (de 6 mois à 1 mois avant le départ), le prix moyen des vols Espagne-Sardaigne est de 70 € quelles que soient les compagnies.

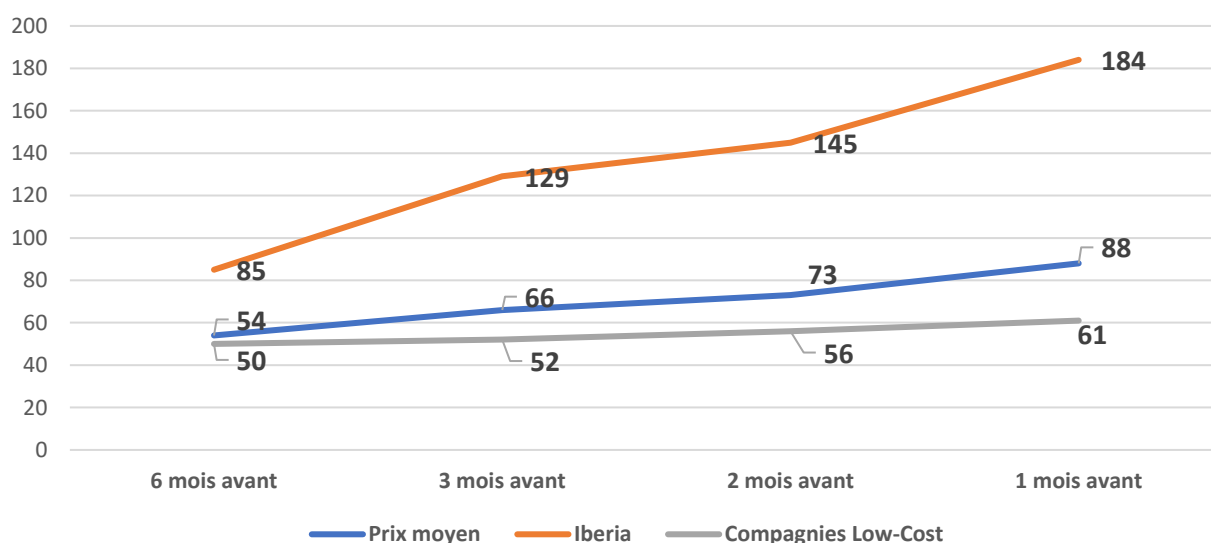


Figure 20 : Évolution du prix par type de compagnie aérienne et prix moyens des vols Espagne-Sardaigne en 2022

7. Dépenses et données socio-démographiques

Le marché espagnol représente la neuvième clientèle dans le classement des pays en fonction des dépenses réalisées par cartes bancaires (CB) en Corse d'octobre 2021 à septembre 2022.

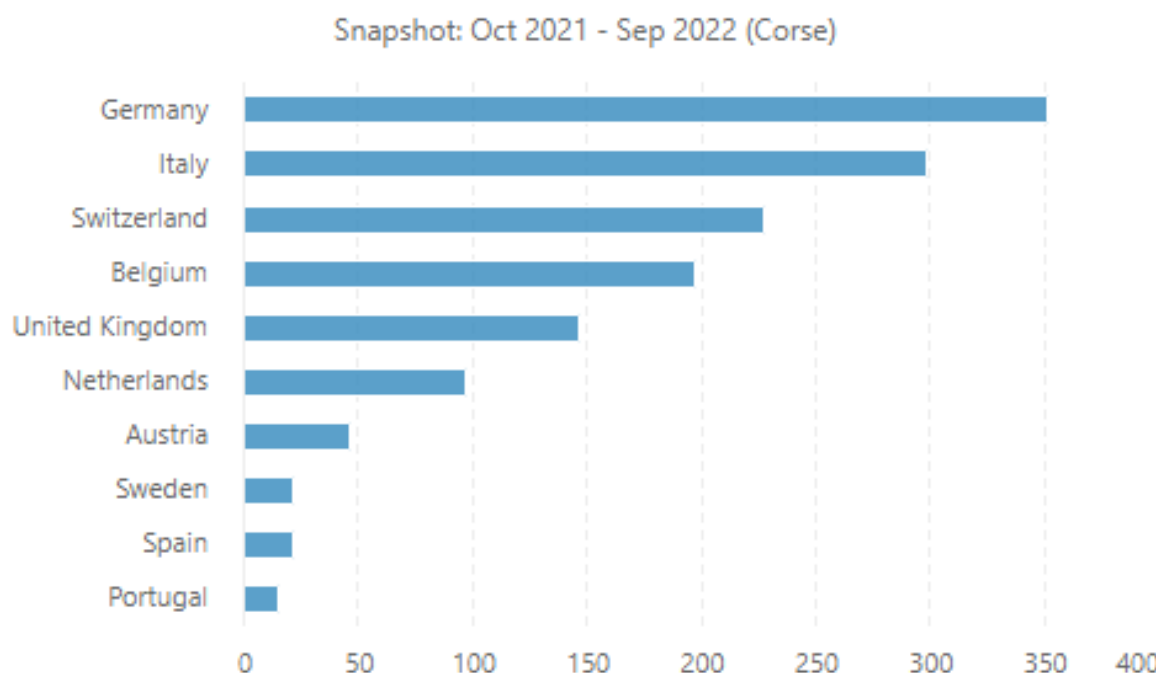


Figure 21 : Classement des pays selon les dépenses par Carte Bancaire – Oct. 2021 Sept. 2022

7.1. Dépense moyenne et type de dépense

En 2022, la dépense moyenne par carte bancaire des visiteurs espagnols est de 325 \$, soit une baisse de 36% par rapport à 2021.

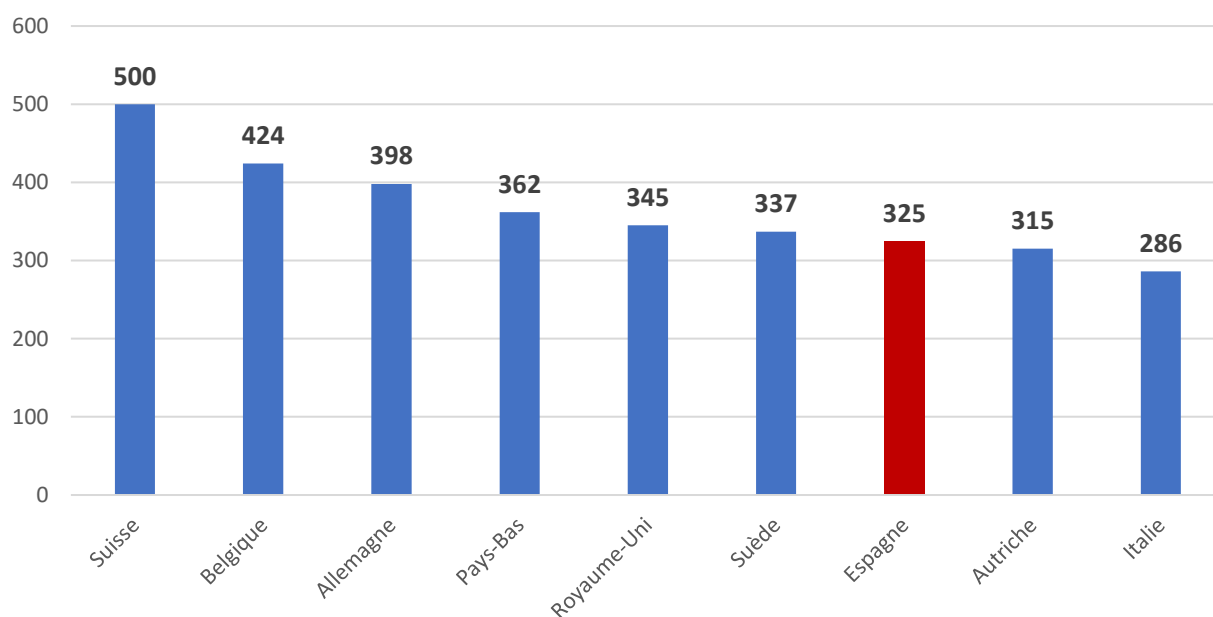


Figure 22 : Classement des pays selon la dépense moyenne en \$ par CB d'oct. 2021 à sept. 2022

En 2022, la durée moyenne d'utilisation de la carte bancaire sur place, qui est un bon indicateur de la durée de séjour, est de 4,1, en léger recul de 15%.

Le montant moyen d'une transaction par CB d'un touriste espagnol est de 55\$, soit un montant en baisse de 25 % par rapport à la même période 2021, et légèrement inférieur à la moyenne de 60 € constaté pour la totalité des autres nationalités.

Les principaux postes de dépense concernent les achats divers (21%), et la restauration (19%).

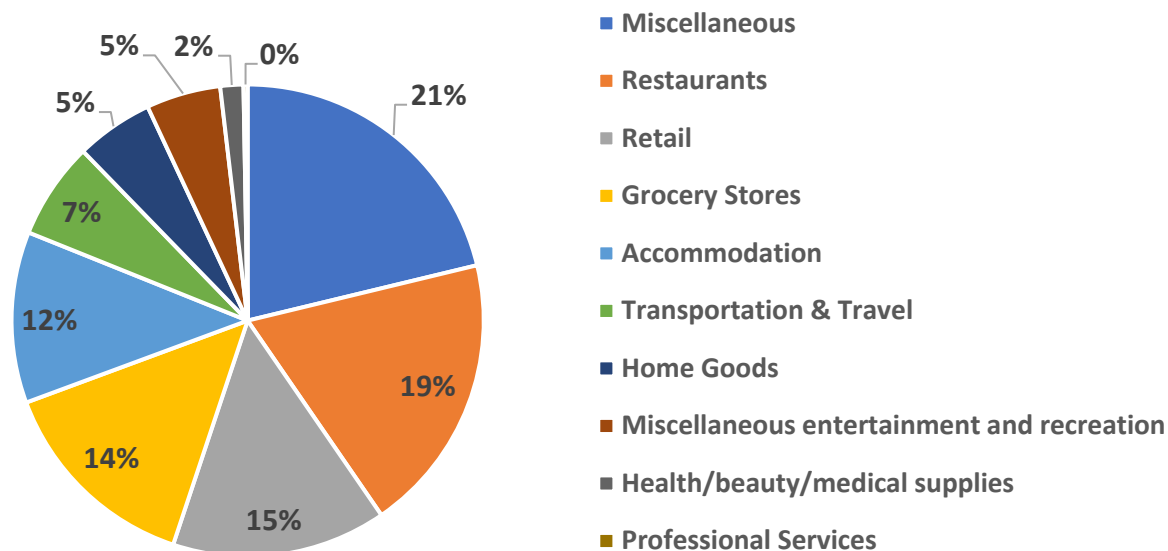


Figure 23 : Répartition des dépenses des Espagnols en fonction des catégories

7.2. Depuis les réseaux sociaux

Mabrian permet d'identifier l'origine géographique des commentaires et mentions réalisés sur les réseaux sociaux (RS : Twitter, Instagram). Les provinces les plus peuplées que sont la Catalogne, Madrid et l'Andalousie sont logiquement les régions depuis lesquelles se font majoritairement ces interactions sociales.

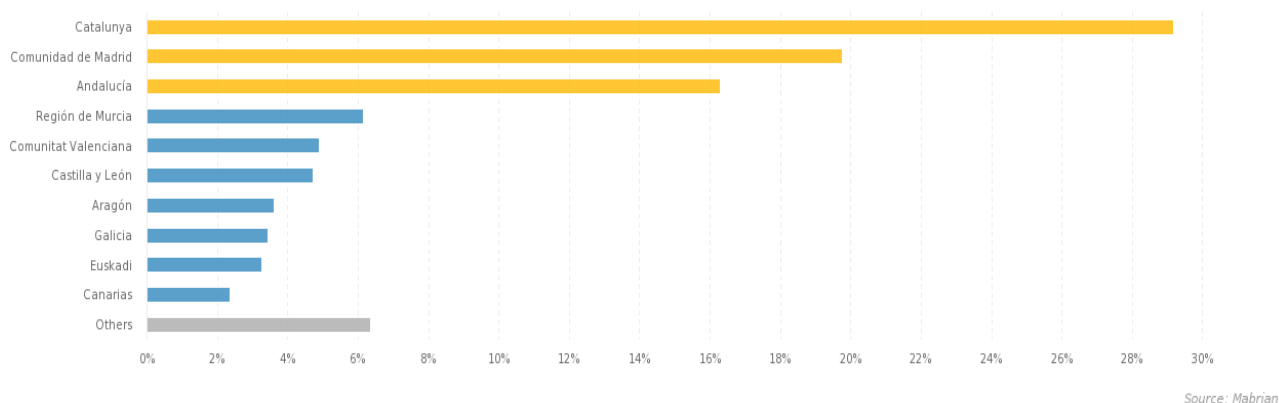
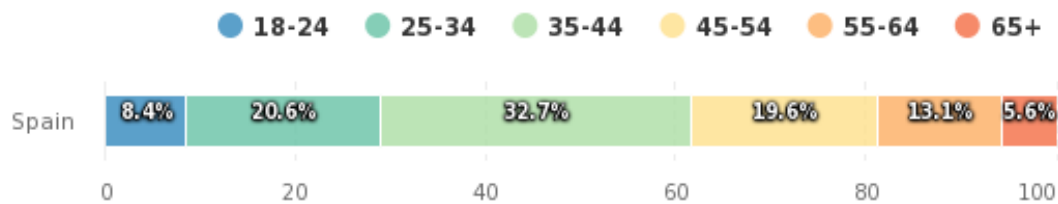


Figure 24 : Principales origines géographiques des mentions réalisées sur les réseaux sociaux

60% des Espagnols qui interagissent au sujet de la Corse sur les RS ont moins de 44 ans.



Source: Mabrian

Figure 25 : Âge des Espagnols commentant ou mentionnant la Corse sur les réseaux sociaux

8. Perception de la destination Corse

Mabrian mesure certains indices de satisfaction relatifs à la perception globale de la destination, aux produits touristiques, à la sécurité ou au climat.

- Perception globale (GTPi)⁶

Avec un GTPi de 58, les Espagnols ont une perception plutôt moyenne de la Corse. En effet cet index est de 79/100 pour l'ensemble de la clientèle (toutes origines confondues).

- Indice de satisfaction des produits touristiques (TPi)

Comparé à l'indice global moyen qui est de 74, cet indice est plutôt bas chez les touristes espagnols (35,5).

- Indice de perception de la sécurité (PSi)

Cet indice est excellent pour la majorité des touristes (95). Il reste très élevé chez les touristes espagnols (88/100).

- Indice de perception du climat (PCi)

Les Espagnols apprécient le climat de la Corse puisque cet indice est de 95, bien supérieur à la valeur moyenne obtenue pour la totalité des pays (78). Sur ce point, ceci va dans le sens du souhait des Espagnols de trouver une destination similaire à l'Espagne.

⁶ Global Tourist Perception Index : cet indice mesure le niveau global de satisfaction des visiteurs vis-à-vis de la destination. Il combine les indices de satisfaction des Hôtels, du Produit, de la Sécurité et du climat.

9. Conclusion

L'ensemble des données présentées dans ce document obligent à constater que le marché espagnol, qui a toujours été historiquement très marginal en Corse, reste certainement difficile à appréhender d'un point de vue économique avant tout, mais aussi sur le plan promotionnel.

Il existe en effet des freins, les principaux étant le peu d'appétence quasi atavique des espagnols pour un tourisme hors de ses frontières et le désir de séjours très urbains, centrés autour de l'offre culturelle (monuments et musées) et du shopping. Sur ce point, il semble que la région ajaccienne et le sud de la Corse sont naturellement les régions à mettre en avant.

Les centres d'intérêts du touriste espagnols (patrimoine culturel, gastronomie, œnologie, mais également, patrimoine religieux) sont conciliables avec l'offre touristique de la Corse. La création de circuits, la mise en valeur de sites patrimoniaux, religieux ou archéologique apparaissent comme autant de pistes de travail potentielles pour une promotion ciblée sur cette clientèle particulière.

La proximité géographique, avec des temps de vols communs à ceux effectués depuis le continent français vers la Corse, ainsi que la compatibilité entre la demande et l'offre laissent penser qu'une marge de progression existe pour qu'une clientèle espagnole ciblée vienne séjourner en Corse, en gardant à l'esprit que la basse saison et particulièrement l'avant-saison pourrait être une période favorable.

Même si la volumétrie des recherches est peu importante, il existe des espagnols en recherche de vols à destination de la Corse, qui résident principalement dans les provinces de Madrid et de Barcelone, régions les plus riches d'Espagne, mais aussi aux Baléares.

Dans le cadre d'une politique de déconcentration et de diversification des clientèles, l'opportunité de faire davantage exister le marché espagnol pourra faire l'objet d'un approfondissement. Elle reste évidemment dépendante des stratégies de développement des transporteurs aériens.

10. Annexe : sources de données

La principale source de données utilisée pour la réalisation de ce rapport est fournie par la société MABRIAN TECHNOLOGIES, au travers sa plateforme de données. Grâce à un partenariat avec MABRIAN TECHNOLOGIES, l'Agence du Tourisme de la Corse se place à l'avant-garde des technologies relatives au traitement et à l'analyse des données touristiques issues du big data. L'ATC dispose désormais d'un accès à la plateforme en ligne Mabrian qui permet, notamment, à travers le croisement d'un large éventail de données touristiques, de définir le profil des visiteurs, d'anticiper les tendances du secteur et répondre aux enjeux relatifs au tourisme durable.



MABRIAN
DATA FOR TRAVEL INTELLIGENCE

10.1. Sources et indicateurs

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

- Capacité aérienne :
 - o Source : Cirium
 - o Indicateur : Programmation de vols vers la destination. Les vols directs réguliers et non-réguliers sont inclus.
 - o Actualisation : hebdomadaire
 - o Granularité : journalière
 - o Vision future : 11 prochains mois
- Prix des vols :
 - o Source : agences de voyages en ligne.
 - o Indicateur : évolution journalière des prix moyens pour tous les vols directs, par date de recherche, date de vol et compagnie.
 - o Actualisation : hebdomadaire
 - o Granularité : hebdomadaire
 - o Vision future : jusqu'à 6 mois
- Recherche de vols :
 - o Source : agences de voyages en ligne, moteurs de recherches, agences de voyages traditionnelles qui ont un accord avec Travelport.
 - o Indicateur : évolution journalière des recherches effectuées issues du marché ciblé.
 - o Actualisation : journalière avec 3 jours de délais
 - o Granularité : journalière
 - o Vision future : jusqu'à 11 mois avant la date de vol
- Données de dépenses :
 - o Source : Mastercard
 - o Indicateur : données des transactions effectuées par carte bancaire in situ (données indisponibles pour le marché domestique français)
 - o Actualisation : mensuelle
 - o Granularité : annuelle et trimestrielle
 - o Vision future : n/a
- Avis sur les hôtels :
 - o Sources : Tripadvisor, Booking et Expedia
 - o Indicateur : qualité du parc d'hébergements marchands perçue par la clientèle du marché étudié.
 - o Actualisation : hebdomadaire
 - o Granularité : hebdomadaire
 - o Vision future : n/a
- Tarifs des hébergements marchands :
 - o Sources : Tripadvisor, agence de voyages en ligne.
 - o Indicateur : tarifs pratiqués par les hébergements marchands sur le territoire Corse et consommés par la clientèle du marché étudié
 - o Actualisation : hebdomadaire
 - o Granularité : hebdomadaire
 - o Vision future : jusqu'à 6 mois avant la date de voyage
- Mentions sur les réseaux sociaux :
 - o Sources : Twitter, Instagram, Tripadvisor, Google trends.
 - o Indicateurs : multiples (produits recherchés, sites fréquentés, etc.)

- Actualisation : hebdomadaire (hebdomadaire pour les index, journalière pour les produits/attraits)
- Granularité : hebdomadaire
- Vision future : n/a

10.2. Différences clés entre Instagram et Tripadvisor

10.2.1. Instagram

- Instagram est un réseau social avec une audience bien plus large que Tripadvisor ou les utilisateurs parlent de beaucoup de sujets différents y compris le tourisme. Dans le cas de la plateforme, seules les mentions touristiques sont analysées. Elles ne sont pas (nécessairement) liées à une activité ou un business en particulier.
- Les mentions analysées sont spontanées et font référence à des voyages concrets ainsi qu'à des voyages en perspective : les utilisateurs parlent non seulement des endroits où ils sont déjà allés mais aussi des endroits où ils rêvent d'aller (on parle ici de demande inspirationnelle).
- Plus grand volume de données : ce réseau social est utilisé à travers le monde.
- L'historique des données n'est pas garanti.
- Certaines informations spécifiques par rapport aux sous-produits ainsi que le ressenti par rapport aux attraits n'est pas disponible.

10.2.2. Tripadvisor

- TripAdvisor est une plateforme d'avis dédiée aux avis sur les business.
- Les pourcentages de mentions par produit sont donc fortement biaisés vers les entreprises. C'est une bonne plateforme pour analyser la satisfaction par rapport aux attraits et aux business.
- Les avis ne sont pas spontanés. Contrairement à Instagram, les mentions font référence uniquement aux endroits déjà visités par les utilisateurs. De ce fait, durant les périodes de confinement il n'y a pas (ou peu) de mentions sur cette plateforme d'avis.
- L'échantillon de données est plus petit et il faut donc sélectionner des plus longues périodes pour l'analyse.
- L'historique des données est garanti.
- L'analyse interannuelle des indicateurs liés aux intérêts et à la satisfaction est possible grâce à la disponibilité de l'historique de données.
- L'échantillon est bien plus segmenté et détaillé pour l'analyse des produits et des expériences dans la destination. TripAdvisor montre des informations par rapport aux produits, sous-produits et activités.

10.3. Définitions détaillées des indicateurs de dépense touristique

Mastercard est l'un des principaux fournisseurs mondiaux d'infrastructures et d'applications de paiement en temps réel offrant aux clients un accès sécurisé et fiable à leur argent.

Mastercard détient une part représentative des cartes dans tous les pays et détient une part importante dans certains d'entre eux, en particulier pour les transactions transfrontalières où les systèmes de paiement locaux pourraient ne pas être aussi efficaces. Mastercard aide plusieurs organisations, telles que la CEIC, Eurostat, l'OCDE et les gouvernements, à comprendre les tendances liées à l'économie sur la base des données de dépenses transactionnelles qu'elle affiche.

Les indicateurs de performance clés et indices de dépenses sont basés sur les transactions internationales et nationales effectuées avec des cartes de débit et de crédit au point de vente de la destination par les visiteurs. Tout achat effectué avant l'arrivée à destination serait exclu ainsi que les transactions qui ne sont enregistrées qu'un jour à l'aéroport (visiteurs en transit) tandis que les transactions aéroportuaires sont incluses (si elles n'appartiennent pas aux visiteurs en transit). Pour exclure les expatriés, les transactions effectuées par les titulaires de carte qui restent dans le pays pendant une période supérieure à 30 jours sont exclues.

Pour garantir la qualité des données, de multiples processus automatisés ont été mis en place. De plus, des vérifications manuelles sont effectuées à différentes étapes de l'extraction des données.

Pour garantir la représentativité des données, un nombre minimum de cartes par marché d'origine doit avoir été enregistré au cours de la période considérée.

Les contrôles de qualité en place comprennent :

- Vérification des données avec des outils internes
- Révision du calcul manuel des données d'échantillon
- Révision des valeurs KPI avec les valeurs précédentes pour vérifier tout écart significatif



Les données de dépenses sont conformes à toutes les réglementations européennes et internationales sur la protection des données personnelles.

Indicateur	Définition
Données sur les dépenses de cartes	<p>Comprend toutes les transactions internationales/interrégionales effectuées avec les cartes de débit et de crédit Mastercard à destination. Les transactions effectuées par les touristes et les visiteurs d'un jour (tels que les visiteurs arrivant par bateau de croisière) à destination sont incluses.</p> <p>Les transactions de passagers en transit sont exclues. Les passagers en transit sont définis comme les passagers dont les transactions ne sont enregistrées qu'un jour et sont effectuées uniquement à l'aéroport.</p> <p>Les transactions aéroportuaires sont incluses (à l'exception des transactions effectuées par les visiteurs en transit).</p> <p>Les transactions aberrantes sont exclues.</p> <p>Pour exclure les expatriés, les transactions effectuées par les titulaires de carte qui restent dans la destination pendant une période supérieure à 30 jours sont exclues.</p>
Dépense moyenne par carte	<p>Dépense totale des visiteurs en € divisé par le nombre total de cartes uniques pour tous les pays d'origine. Il s'agit de la dépense moyenne par carte et non de la dépense moyenne par carte par visite - cela signifie que si un visiteur visite la destination plusieurs fois au cours de la période analysée, la dépense moyenne en tiendra compte. Les dépenses moyennes de destination par carte correspondent à la moyenne pondérée des dépenses moyennes contractées sur le marché en fonction du nombre de visites uniques.</p>
Durée moyenne de séjour	<p>Estimation de la durée moyenne de séjour (pour chaque visite et non pour un visiteur) selon la méthodologie propriétaire de Mastercard. Basée sur le premier et le dernier jour d'utilisation de la carte. Les transactions pour chaque carte sur une destination sont triées par date de transaction. Si deux transactions ultérieures sont séparées de plus de 7 jours, elles sont considérées comme faisant partie de voyages différents. La durée moyenne de séjour dans la destination est la moyenne pondérée de la durée moyenne de séjour des marchés sous contrat en fonction du nombre de visites uniques.</p>
Valeur moyenne des transactions	<p>Dépenses totales à destination de chaque pays d'origine divisées par le nombre total de transactions à destination pour le même pays d'origine. La valeur moyenne des transactions à destination correspond au total des dépenses à destination (toutes origines confondues) divisé par le total des transactions à l'origine.</p>
Répartition des dépenses internationales / Répartition des dépenses saisonnières	<p>Les dépenses totales sur une destination au cours d'une année réparties mensuellement afin de donner une répartition saisonnière des dépenses à la destination (toutes les origines sont incluses, y compris celles non contractuelles).</p>
Indice des dépenses	<p>Indice basé sur 100 résultant de la moyenne des dépenses totales (en euros) de tous les marchés inclus dans la période d'analyse précédente divisée par le nombre total desdits marchés. Exemple : une valeur de 120 points indique que ce marché a des dépenses supérieures de 20 % à la moyenne des marchés analysés.</p>
Répartition en % des dépenses des catégories de marchands	<p>Différents marchands, en fonction de l'industrie dans laquelle ils opèrent, sont classés en différents groupes comme les divertissements et les loisirs, l'alimentaire, etc. La distribution des dépenses par catégories de marchands fournit le pourcentage de distribution des dépenses totales de l'origine dans ces catégories de marchands.</p>
Croissance des dépenses en %	<p>La croissance des dépenses en % fournit la variation en pourcentage des dépenses par rapport aux dépenses réalisées au cours de la même période de l'année précédente.</p>

Indicateur	Définition
% de visites uniques	% de distribution des visites uniques par pays/région d'origine. Les visites uniques sont estimées en fonction des dates de transaction par carte. Les transactions pour chaque carte relative à une destination sont triées par date de transaction. Si deux transactions ultérieures sont séparées de plus de 7 jours, elles sont considérées comme faisant partie de voyages différents.

Tableau 9 : Définition des indicateurs de dépense touristique fournis par la société Mastercard