



# RAPPORT PROFIL DE CLIENTELE

---

## LE MARCHE AUTRICHIEN



**Cahier du Tourisme n°20**

Agence du Tourisme de la Corse – Mars 2023

Observatoire de l'ATC  
17 bd du Roi Jérôme  
20 000 Ajaccio

rmenasse@atc.corsica  
acasabianca@atc.corsica  
msimoni@atc.corsica

## TABLE DES MATIERES

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.     | Objectifs.....  | 4  |
| 2.     | Données de cadrage .....  | 4  |
| 2.1.   | Rappel des données de l'enquête aux frontières 2022 .....           | 4  |
| 2.2.   | Présentation générale de l'Autriche .....                           | 4  |
| 2.3.   | Economie de l'Autriche.....   | 5  |
| 2.4.   | Données sociodémographiques .....                                   | 5  |
| 2.5.   | Le marché touristique autrichien pour la France .....               | 6  |
| 2.6.   | Infrastructures aéroportuaires .....                                | 6  |
| 2.7.   | Dates de vacances scolaires .....                                   | 7  |
| 3.     | Intérêt de la clientèle pour la destination corse .....             | 7  |
| 3.1.   | Evolution globale de l'intérêt de la destination depuis 2012 .....  | 7  |
| 3.2.   | Evolution de l'intérêt de certaines thématiques depuis 2012.....    | 7  |
| 3.2.1. | Thématique « Hôtels » .....   | 8  |
| 3.2.2. | Thématique « Booking ».....   | 8  |
| 3.2.3. | Thématique « Airbnb » .....   | 9  |
| 3.3.   | Recherches de vols en 2022.....                                     | 9  |
| 3.3.1. | Principales villes dont la demande est issue .....                  | 9  |
| 3.3.2. | Durée de séjour .....   | 10 |
| 3.3.3. | Jours de recherche.....   | 10 |
| 3.3.4. | Préparation du séjour .....   | 10 |
| 3.4.   | Capacité de vols directs .....                                      | 11 |
| 3.4.1. | Chiffres clés.....  | 11 |
| 3.4.2. | Capacité annuelle.....  | 11 |
| 3.4.3. | Aéroports principaux et villes principales de départ.....           | 12 |
| 3.4.4. | Principales compagnies desservant la Corse.....                     | 13 |
| 3.4.5. | Jours d'arrivées .....  | 13 |
| 3.5.   | Prix des vols .....   | 14 |
| 3.6.   | Demande de vols et bassins de recherches .....                      | 14 |
| 3.6.1. | Demande annuelle.....   | 14 |
| 3.6.2. | Demande vs offre.....   | 14 |
| 4.     | Profils de clientèle.....   | 16 |
| 4.1.   | Identification des principaux bassins émetteurs .....               | 16 |
| 4.2.   | Données socio-démographiques .....                                  | 16 |
| 4.2.1. | Genre.....  | 16 |
| 4.2.2. | Âge.....  | 17 |
| 4.3.   | Perception de la destination corse.....                             | 17 |
| 4.3.1. | Indice de satisfaction des produits touristiques (TPi) .....        | 17 |
| 4.4.   | Catégories d'intérêts par principaux bassins émetteurs .....        | 18 |
| 4.5.   | Catégories de produits d'intérêt.....                               | 18 |
| 5.     | Indice de satisfaction des hébergements marchands .....             | 18 |
| 5.1.   | Indices globaux.....  | 18 |
| 5.2.   | HSi hôtels .....  | 18 |
| 5.3.   | HSi résidences de tourisme et résidences de vacances .....          | 19 |
| 5.1.   | HSi campings.....   | 19 |
| 6.     | Dépense touristique de la clientèle autrichienne .....              | 19 |
| 6.1.   | Données de cadrage .....  | 20 |
| 6.2.   | Indice de dépenses par marché .....                                 | 20 |
| 6.3.   | Dépense moyenne par carte et transaction moyenne .....              | 21 |
| 6.4.   | Dépenses effectuées par catégories de marchands.....                | 21 |
| 7.     | Conclusion .....  | 22 |
| 8.     | Annexe : sources de données .....                                   | 23 |
| 8.1.   | Sources et indicateurs .....  | 23 |
| 8.2.   | Différences clés entre Instagram et Tripadvisor .....               | 24 |
| 8.2.1. | Instagram .....   | 24 |
| 8.2.2. | Tripadvisor.....  | 24 |
| 8.3.   | Définitions détaillées des indicateurs de dépense touristique ..... | 24 |

## TABLE DES FIGURES ET ILLUSTRATIONS

|   |    |
|---|----|
| Figure 1 : Carte de l’Autriche.....   | 5  |
| Figure 2 : Intérêt de la destination corse sur le marché émetteur autrichien depuis 2012 et pics de recherches annuels .....  | 7  |
| Figure 3 : Principaux bassins de clientèles du marché émetteur autrichien présentant un intérêt pour la destination corse .....   | 7  |
| Figure 4 : Evolution des recherches par thématiques depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien.....   | 8  |
| Figure 5 : Evolution des recherches par thématiques principales issues du marché émetteur autrichien en 2022 .....  | 8  |
| Figure 6 : Evolution des recherches de la thématique « Hôtels » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien .....  | 8  |
| Figure 7 : Evolution des recherches de la thématique « Booking » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien .....   | 9  |
| Figure 8 : Evolution des recherches de la thématique « Airbnb » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien.....   | 9  |
| Figure 9 : Recherches de vols réalisées 6 mois en avance, issues du marché autrichien pour voyager en Corse en 2022 - Source : Mabrian/Travelport .....                     | 9  |
| Figure 10 : Durée de séjours issues des recherches de vols effectuées.....  | 10 |
| Figure 11 : Répartition des recherches de vols par jour.....  | 10 |
| Figure 12 : Délai de préparation du séjour (en jours) .....   | 11 |
| Figure 13 : Capacité aérienne de la Corse sur le marché autrichien en 2022.....   | 11 |
| Figure 14 : Capacité mensuelle des vols domestiques (marché autrichien) en nombre de sièges à destination de la Corse – 2022 vs 2021 .....                                  | 11 |
| Figure 15 : Variation de la capacité mensuelle des vols domestiques (marché autrichien) en nombre de sièges à destination de la Corse – 2022 vs 2021 .....                  | 12 |
| Figure 16 : Principaux aéroports autrichiens de départ à destination de la Corse.....   | 12 |
| Figure 17 : Variation du nombre de sièges offerts des principaux aéroports autrichiens de départ à destination de la Corse ..   | 12 |
| Figure 18 : Principales compagnies desservant la Corse en 2022 (offres en nombre de sièges).....  | 13 |
| Figure 19 : Variation de l’offre en nombre de sièges des principales compagnies desservant la Corse – 2022 vs 2021 .....  | 13 |
| Figure 20 : Evolution de la capacité mensuelle par compagnie aérienne .....   | 13 |
| Figure 21 : Jours d’arrivées en Corse à partir des vols arrivant du marché autrichien .....   | 14 |
| Figure 22 : Principaux bassins émetteurs autrichiens en recherches de vols à destination de la Corse en 2022.....   | 14 |
| Figure 23 : Comparaison de la capacité disponible (valeurs absolues et relatives) en nombre de sièges offerts par ville avec la demande en recherche de vols par ville..... | 15 |
| Figure 24 : Détermination des principaux bassins émetteurs autrichiens au regard du nombre de mentions sur les réseaux sociaux .....  | 16 |
| Figure 25 : Evolution mensuelle des mentions sur les réseaux sociaux.....   | 16 |
| Figure 26 : Répartition par genre de la clientèle autrichienne issue des principaux bassins émetteurs .....   | 17 |
| Figure 27 : Indice de satisfaction des produits touristiques (TPi) de la clientèle autrichienne issue des principaux bassins émetteurs concernant la Corse.....             | 17 |
| Figure 28 : HSi (tous types d’hébergements confondus) pour la destination corse par la clientèle autrichienne .....   | 18 |
| Figure 29 : HSi des hôtels pour la destination corse par la clientèle autrichienne .....  | 19 |
| Figure 30 : HSi des résidences de tourisme et résidences de vacances pour la destination corse par la clientèle autrichienne ..   | 19 |
| Figure 31 : Distribution mensuelle des dépenses internationales .....   | 20 |
| Figure 32 : Indice de dépenses par marché émetteur - comparaison 2022 vs 2021 .....   | 20 |
| Figure 33 : Dépense moyenne par carte et transaction moyenne par marché émetteur .....  | 21 |
| Figure 34 : Catégorie de dépenses par marché émetteur et tableau détail .....   | 22 |
| Tableau 1 : Répartition des recherches de vols par villes autrichiennes .....   | 10 |
| Tableau 2 : Définition des indicateurs de dépense touristique fournis par la société Mastercard .....   | 25 |

## 1. Objectifs

L'objectif principal de ce rapport est d'apporter des éléments permettant de mieux comprendre la demande issue du marché autrichien pendant l'année 2022 pour la destination corse.

Pour cela, nous nous intéresserons à différents aspects de celui-ci, à savoir, la connectivité aérienne directe entre l'Autriche et la Corse, le profil sociodémographique de la clientèle autrichienne et ses motivations à visiter la Corse.

Cette étude se base sur les points suivants :

- Intérêt des Autrichiens pour la destination corse, faisant l'analyse de :
  - o L'évolution de l'intérêt par thématiques depuis 2012,
  - o Les recherches de vols directs vers la Corse sur l'année 2022, et les principaux bassins émetteurs nationaux.
- La connectivité aérienne de la destination corse avec le marché Autrichien, incluant une analyse de la capacité de vols directs comparée à la demande (recherches de vols) ;
- Le prix des vols pratiqué sur l'année 2022, par les compagnies conventionnelles et low-cost ;
- Les profils sociodémographiques de clientèle issue des principaux bassins émetteurs autrichiens ;
- La perception de la destination corse par les principaux bassins émetteurs autrichiens ;
- L'identification des principaux centres d'intérêts du marché autrichien pour visiter la Corse ;
- La satisfaction de la clientèle autrichienne, détaillée par différents indices (climat, sécurité, produits touristiques, hébergements, etc.).

## 2. Données de cadrage

L'Agence du Tourisme de la Corse ne possède pas de données détaillées sur le marché touristique autrichien. Jusqu'à présent, seule la zone « Europe centrale / Europe de l'Est » avait fait l'objet d'études. Ce cahier est donc une réelle opportunité de découvrir en détails les caractéristiques de cette clientèle, au travers des données fournies par la société MABRIAN.

### 2.1. Rappel des données de l'enquête aux frontières 2022

En 2017, environ 42 000 touristes originaires d'Europe centrale ont visité la Corse. Cette clientèle représente la cinquième clientèle touristique pour la région Corse, avec environ 6% du flux touristique annuel global. Elle génère l'équivalent de 475 000 nuitées en Corse et séjourne préférentiellement au mois d'août.

25% d'entre eux voyagent en avion pour venir en Corse ; 75% utilisent le bateau.

La clientèle originaire d'Europe Centrale possède un pouvoir d'achat équilibré : environ 25% gagne entre 1500 et 2500 €/mois, 25% gagne entre 2500 et 4000 €/mois et 30% gagne plus de 4 000 €/mois.

C'est une clientèle qui privilégie la réservation via Booking (24%), via agence/TO (17%) ou directement via l'hébergeur (14%). 20% d'entre eux voyage également sans réservation.

Au même titre que la clientèle suisse, la clientèle d'Europe centrale est un peu moins itinérante que la moyenne : en effet 60% d'entre eux séjournent au sein du même territoire, tandis que 16% d'entre eux visitent au maximum deux territoires pendant leur séjour en Corse.

Ils sont 54% à pratiquer au moins une activité payante pendant leur séjour et représentent une clientèle facile à fidéliser.

Pour plus d'informations sur ces données de cadrage, vous pouvez consulter le cahier du tourisme n°1 présent sur le site professionnel de l'ATC.

### 2.2. Présentation générale de l'Autriche

L'Autriche est un pays d'Europe Centrale, situé entre l'Allemagne, la République tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Slovénie, l'Italie, la Suisse et le Liechtenstein. Sa capitale est Vienne et sa langue officielle est l'allemand.

Sa superficie est d'environ 83 871 km<sup>2</sup> et sa population est d'environ 8.97 millions d'habitants.

L'Autriche a une longue histoire qui remonte à l'Empire romain. Au cours des siècles, elle a été gouvernée par différents empereurs et rois, jusqu'à la fin de la Première Guerre mondiale, où elle a perdu son statut d'empire et est devenue une république.



Figure 1 : Carte de l'Autriche

Aujourd'hui, l'Autriche est un pays démocratique et prospère, membre de l'Union européenne depuis 1995. Son économie est diversifiée, avec des secteurs clés tels que le tourisme, l'industrie manufacturière, les services financiers et l'agriculture.

L'Autriche est également connue pour sa culture riche et son patrimoine artistique. Des artistes célèbres comme Mozart, Gustav Klimt et Egon Schiele sont originaires de l'Autriche, et le pays est également célèbre pour sa cuisine, son architecture baroque, ses châteaux et ses montagnes, notamment les Alpes autrichiennes qui attirent des touristes du monde entier.

### 2.3. Economie de l'Autriche

L'économie Autrichienne est prospère. Avec un PIB de 490 milliards d'euros, soit 5,2% du PIB de l'Union Européenne et un PIB par habitant important : le PIB par habitant autrichien est de 58 000€ quand le PIB par habitant français est de 36 500€. Le taux de chômage en Autriche est plutôt faible, avec une moyenne de 3,9% en 2020.

L'Autriche dispose de quelques ressources naturelles, notamment de petites quantités de minerai de fer, de lignite, de cuivre et de magnésium. Cependant, la plupart des matières premières utilisées dans l'industrie autrichienne doivent être importées.

Les principaux secteurs d'activité en Autriche sont les services, l'industrie manufacturière, le tourisme et l'agriculture. Le secteur des services représente la part la plus importante de l'économie autrichienne, suivi par l'industrie manufacturière.

En 2021, les exportations de l'Autriche s'élevaient à environ 198 milliards d'euros. Les principaux produits exportés sont les machines et équipements électriques, les véhicules automobiles, les produits pharmaceutiques, les produits en métal et les produits chimiques. Les principaux partenaires commerciaux de l'Autriche sont l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

### 2.4. Données sociodémographiques

Selon les données de l'Office statistique autrichien, la population de l'Autriche s'élevait à environ 8,9 millions d'habitants en 2022.

La densité de population en Autriche est relativement faible, avec une moyenne de 105 habitants par km<sup>2</sup> et l'âge médian de la population autrichienne était de 45,6 ans en 2021. L'espérance de vie moyenne en Autriche était de 81,6 ans en 2021.

En termes de composition de la population, l'Autriche comprend une part importante d'immigrés turcs et issus de l'ex-Yougoslavie.



L'Allemand est la langue officielle de l'Autriche, mais il existe également des minorités linguistiques qui parlent des langues telles que le slovène et le hongrois.

Les principales villes de l'Autriche sont Vienne, Graz, Linz, Salzbourg et Innsbruck avec respectivement une population d'environ 1 900 000, 300 000, 200 000, 150 000 et 130 000 habitants. Toutes ces villes ont des atouts différents, allant de leur patrimoine culturel à leur position géographique, leur offre gastronomique et leurs événements annuels. Elles sont également facilement accessibles par voie aérienne grâce aux aéroports internationaux qu'elles possèdent.

En effet :

- **Vienne** : avec une population d'environ 1,9 million d'habitants, Vienne est la capitale de l'Autriche et la plus grande ville du pays. Elle est connue pour son architecture baroque, ses musées et ses opéras renommés, ainsi que pour ses cafés traditionnels. Vienne dispose également de l'aéroport international de Vienne-Schwechat, qui est le principal aéroport de l'Autriche ;
- **Graz** : Graz est la deuxième plus grande ville d'Autriche, avec une population d'environ 300 000 habitants. Située dans le sud-est du pays, elle est connue pour son architecture médiévale, sa vie culturelle animée et sa cuisine régionale. Graz dispose également d'un aéroport international, l'aéroport de Graz ;
- **Linz** : Avec une population d'environ 200 000 habitants, Linz est la troisième plus grande ville d'Autriche. Située dans le nord du pays, elle est connue pour sa scène artistique et culturelle florissante, ainsi que pour ses musées et ses festivals. Linz dispose également de l'aéroport de Linz, qui offre des liaisons aériennes nationales et internationales ;
- **Salzbourg** : Salzbourg est la quatrième plus grande ville d'Autriche, avec une population d'environ 150 000 habitants. Située dans l'ouest du pays, elle est connue pour son architecture baroque, son festival annuel de musique classique et pour avoir été le lieu de naissance de Mozart. Salzbourg dispose également d'un aéroport international, l'aéroport de Salzbourg ;
- **Innsbruck** : Avec une population d'environ 130 000 habitants, Innsbruck est la cinquième plus grande ville d'Autriche. Située dans les Alpes autrichiennes, elle est connue pour ses paysages montagneux pittoresques, ainsi que pour ses sports d'hiver et sa vie étudiante animée. Innsbruck dispose également d'un aéroport international, l'aéroport d'Innsbruck.

## 2.5. Le marché touristique autrichien pour la France

La France est une destination populaire pour les touristes Autrichiens, en particulier pour ceux qui cherchent des vacances estivales ou des voyages culturels. Les touristes Autrichiens apprécient le patrimoine culturel et historique de la France, ses paysages variés, ses plages, ses villes animées ainsi que sa gastronomie et ses vins.

Selon les données de l'Office national autrichien du tourisme, la France est une destination de premier plan pour les touristes Autrichiens, avec environ 1,7 million de nuitées en 2019. Les régions les plus visitées par les touristes Autrichiens sont la Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Île-de-France, l'Occitanie, la Nouvelle-Aquitaine et la Bretagne. Les principales villes françaises visitées par les touristes Autrichiens sont Paris, Nice, Marseille, Bordeaux et Strasbourg.

## 2.6. Infrastructures aéroportuaires

L'Autriche dispose de plusieurs aéroports internationaux qui offrent des liaisons aériennes vers des destinations nationales et internationales. Voici quelques-unes des principales infrastructures aéroportuaires en Autriche :

- L'aéroport international de Vienne-Schwechat : c'est le plus grand aéroport d'Autriche et la principale porte d'entrée internationale du pays. Il est situé à environ 18 kilomètres au sud-est de Vienne et offre des vols vers des destinations dans le monde entier.
- L'aéroport de Salzbourg : situé à environ 4 kilomètres de la ville de Salzbourg, cet aéroport est principalement utilisé pour des vols domestiques et européens.
- L'aéroport d'Innsbruck : situé à environ 5 kilomètres de la ville d'Innsbruck, cet aéroport est principalement utilisé pour les vols intérieurs et européens, en particulier pour les sports d'hiver.
- L'aéroport de Graz : situé à environ 10 kilomètres au sud de la ville de Graz, cet aéroport est principalement utilisé pour les vols intérieurs et européens.
- L'aéroport de Linz : situé à environ 14 kilomètres au sud-ouest de la ville de Linz, cet aéroport offre des vols intérieurs et européens.

## 2.7. Dates de vacances scolaires

Les dates des vacances scolaires en Autriche varient en fonction de la région et de l'école, mais il y a généralement deux périodes de vacances principales dans l'année scolaire :

- Vacances d'hiver : de fin décembre à début janvier (2 semaines) ;
- Vacances de février : de la mi février à la fin février (1 semaine) ;
- Vacances de Pâques : de début avril à la mi avril (2 semaines) ;
- Vacances d'été : de début juillet à la fin août (2 mois) ;
- Vacances d'automne : de la fin octobre à début novembre (1 semaine).

## 3. Intérêt de la clientèle pour la destination corse

### 3.1. Evolution globale de l'intérêt de la destination depuis 2012

Depuis 2012, l'intérêt de la clientèle autrichienne pour la destination semble constant. Il est à noter que, cet intérêt a pratiquement été divisé par deux en l'espace de quatre années (entre 2004 et 2008) et semble stagner depuis l'année 2008. Cela étant dit, chaque année, des pics d'intérêt apparaissent aux mois de juin, juillet et août, ce qui revêt un caractère plutôt saisonnier. Au regard des données disponibles, le pic<sup>1</sup> d'intérêt le plus important sur la période considérée a eu lieu au mois de **juillet 2014**.

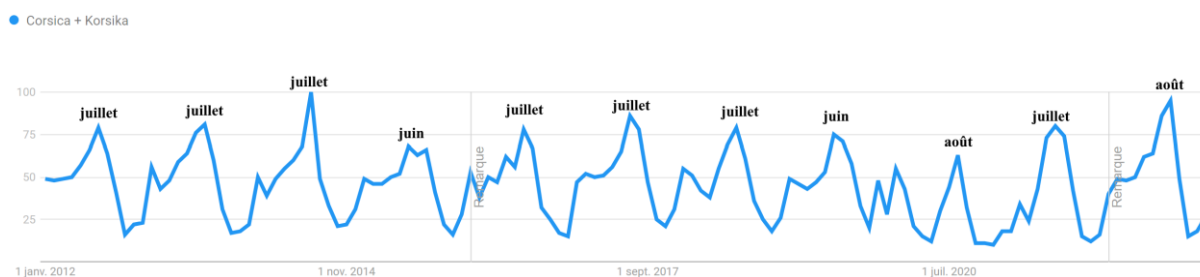


Figure 2 : Intérêt de la destination corse sur le marché émetteur autrichien depuis 2012 et pics de recherches annuels

Les principaux bassins de clientèles du marché émetteur autrichien présentant un intérêt pour la destination corse sont les bassins de Vorarlberg (Dornbirn), Tyrol (Innsbruck) et Salzbourg avec des scores respectifs de 100, 77 et 67.

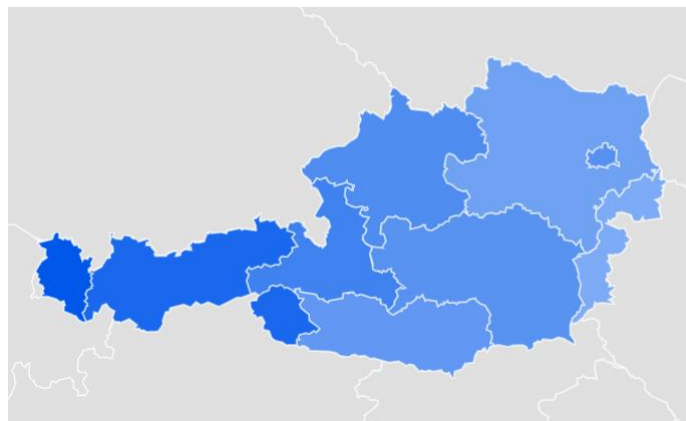


Figure 3 : Principaux bassins de clientèles du marché émetteur autrichien présentant un intérêt pour la destination corse

L'intérêt pour la Corse semble être présent plutôt sur la partie ouest de l'Autriche.

### 3.2. Evolution de l'intérêt de certaines thématiques depuis 2012

L'outil MABRIAN nous permet de suivre l'évolution de la demande (intérêt d'une thématique dans le temps au regard des recherches effectuées via Google – source Google Trends) issue des différents marchés émetteurs, entre janvier 2012 et novembre 2022, suivant 8 thèmes : Booking, Airbnb, GR20, Hotels, Vins, Musique, Conférences et Sports.

<sup>1</sup> Les nombres représentent l'intérêt de recherche par rapport au point le plus élevé du graphique. Une valeur de 100 correspond au pic de popularité du thème. Une valeur de 50 signifie que le terme est moitié moins populaire. Un score de 0 signifie qu'il n'y avait pas assez de données disponibles pour le terme.

Cet indice permet d'évaluer les tendances de recherches<sup>2</sup> des thèmes. Ainsi, sur une période choisie, 100 représente la date à laquelle le plus de recherches concernant la thématique a été effectuée. À partir de cet indice 100, nous établissons l'attractivité de la thématique sur la période choisie.

D'après les données fournies, on remarque que les recherches concernant certains thèmes tels que « Hôtels », « Booking » ou « Airbnb » enregistrent des recherches au fil des ans, tandis que les autres thèmes sont inexistantes (GR20, Musique, Vins, Conférences/Congrès, Sports).

● Corsica Booking + Korsika Booking ● Corsica Airbnb + Korsika Airbnb ● Corsica Hotels + Korsika Hotels

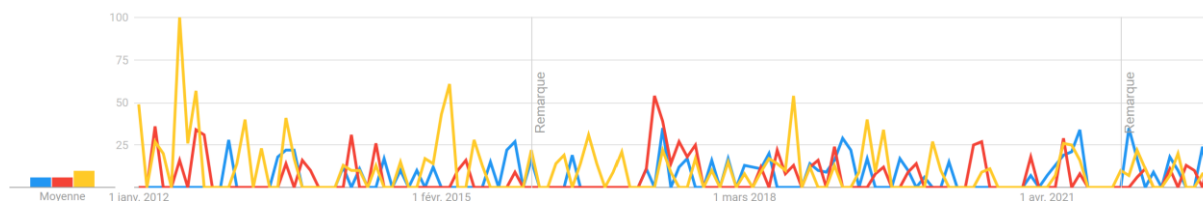


Figure 4 : Evolution des recherches par thématiques depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien

**Cela étant dit, les trois thématiques (hôtels, booking et airbnb) présentent un flux de recherches annuel constant au fil des ans : ils suivent la tendance générale d'intérêt de la destination corse pour le marché émetteur autrichien.**

● Corsica Booking + Korsika Booking ● Corsica Airbnb + Korsika Airbnb ● Corsica Hotels + Korsika Hotels



Figure 5 : Evolution des recherches par thématiques principales issues du marché émetteur autrichien en 2022

### 3.2.1. Thématique « Hôtels »

Il s'agit de la première thématique d'intérêt du marché émetteur autrichien. Elle était très forte en 2012 et l'on remarque un niveau constant voire légèrement en déclin depuis l'année 2013. On note également un intérêt très faible pendant la période de la crise covid (année 2020).

● Corsica Hotels + Korsika Hotels



Figure 6 : Evolution des recherches de la thématique « Hôtels » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien

### 3.2.2. Thématique « Booking »

Il s'agit de la seconde thématique d'intérêt du marché émetteur autrichien. Elle est constante sur la période considérée mais semble regagner de la vivacité depuis la fin de l'année 2020.

<sup>2</sup> le nombre 100 représente l'indice maximal et non une donnée absolue.



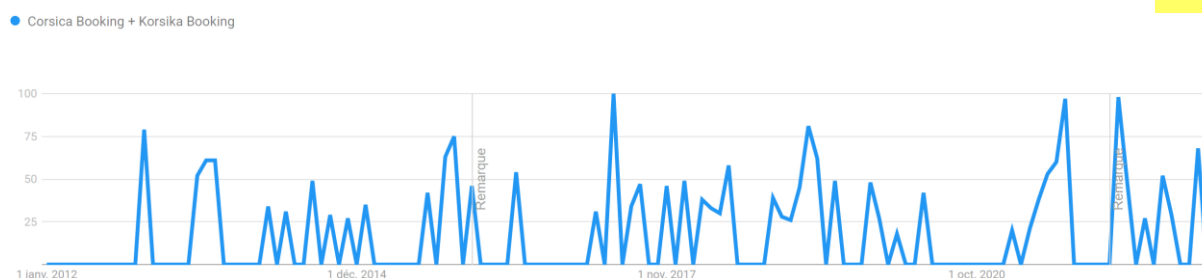


Figure 7 : Evolution des recherches de la thématique « Booking » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien

### 3.2.3. Thématique « Airbnb »

Il s'agit de la troisième thématique d'intérêt du marché émetteur autrichien. Deux périodes se profilent : avant février 2017 où la thématique présente de faibles résultats en termes d'intérêt ; après février 2017 où l'intérêt semble plus fort qu'auparavant. Le pic d'intérêt majeur a eu lieu en avril 2017.



Figure 8 : Evolution des recherches de la thématique « Airbnb » depuis 2012 issues du marché émetteur autrichien

## 3.3. Recherches de vols en 2022

En 2022, le positionnement de la Corse en tant que destination sur le marché autrichien fut au plus haut en juillet 2022 (part de l'index de recherches de vols égal à 1 108), puis pendant les mois d'août et juin.

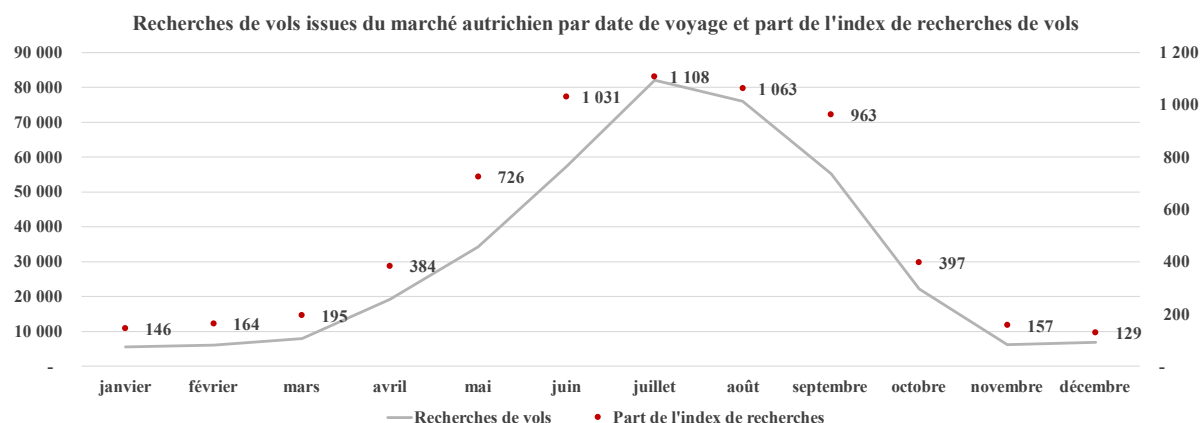


Figure 9 : Recherches de vols réalisées 6 mois en avance, issues du marché autrichien pour voyager en Corse en 2022 - Source : Mabrian/Travelport

Au mois de juillet, le nombre de recherches de vols issues du marché autrichien pour voyager en Corse étaient d'environ 80 000. Au même moment, l'index de répartition des recherches<sup>3</sup> était de 1 108 recherches concernant la Corse sur 1 million de recherches, cela équivaut à dire qu'environ 0,11% des recherches de vols réalisées à partir du marché autrichien pour voyager n'importe où dans le monde concernaient la Corse.

#### 3.3.1. Principales villes dont la demande est issue

La demande concernant les recherches de vols est principalement issue des villes de Vienne (72,1%) et Salzbourg (16,5%).

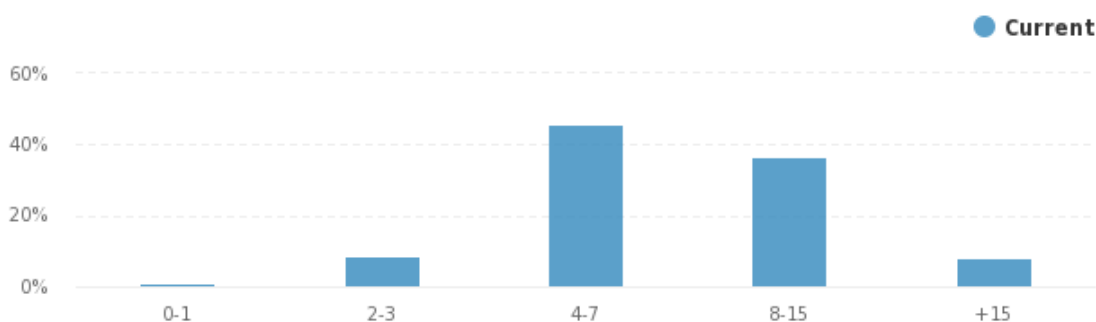
<sup>3</sup> Part de l'index de recherches (Share of search index) : comprendre sur 1 million de recherches réalisées en Autriche pour voyager n'importe où dans le monde, combien sont réalisées pour se rendre en Corse.

| Ville                      | Recherches de vols | Répartition de la demande (en %) |
|----------------------------|--------------------|----------------------------------|
| <b>Vienne</b>              | 272 958            | 72,1%                            |
| <b>Salzbourg</b>           | 62 466             | 16,5%                            |
| <b>Graz</b>                | 20 822             | 5,5%                             |
| <b>Innsbruck</b>           | 10 600             | 2,8%                             |
| <b>Linz</b>                | 9 086              | 2,4%                             |
| <b>Klagenfurt</b>          | 2 650              | 0,7%                             |
| <b>Hohenems / Dornbirn</b> | -                  | 0,0%                             |
| <b>Bregenz</b>             | -                  | 0,0%                             |
| <b>Autres</b>              | -                  | 0,0%                             |
| <b>Total</b>               | <b>378 582</b>     | <b>100%</b>                      |

Tableau 1 : Répartition des recherches de vols par villes autrichiennes

### 3.3.2. Durée de séjour

En moyenne, la durée de séjour est de 8,7 jours pour le marché autrichien. 45,5% des recherches concernent une durée de séjour comprise entre 4 et 7 jours, et 36,6% des recherches, une durée de séjour comprise entre 8 et 15 jours.

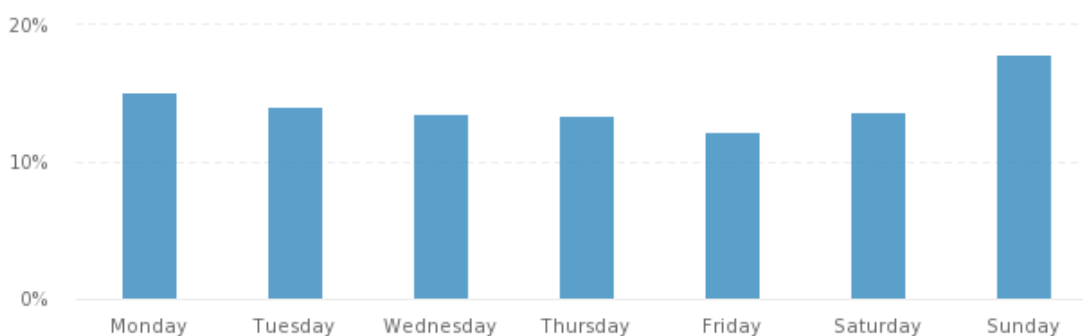


Source: Mabrian

Figure 10 : Durée de séjours issues des recherches de vols effectuées

### 3.3.3. Jours de recherche

Les Autrichiens ne semblent pas préférer un jour en particulier pour effectuer leurs recherches de vols à destination de la Corse. La distribution de recherches de vols par jours de la semaine est assez équilibrée, même si le dimanche et le lundi présentent des résultats légèrement supérieurs à la moyenne.

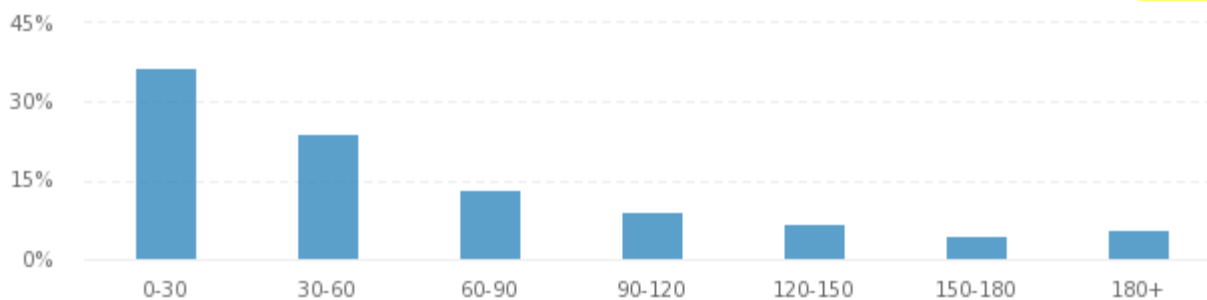


Source: Mabrian

Figure 11 : Répartition des recherches de vols par jour

### 3.3.4. Préparation du séjour

En moyenne, le séjour des clients Autrichiens se prépare 63 jours avant la date de voyage. En effet, 36,5% d'entre eux effectuent des recherches sur les vols à destination de la Corse entre 0 et 30 jours avant leur départ. Pour 24,1% des Autrichiens, la recherche s'effectue entre 30 et 60 jours avant leur départ.



Source: Mabrian

Figure 12 : Délai de préparation du séjour (en jours)

### 3.4. Capacité de vols directs

Il est utile de rappeler au lecteur que le chapitre présent concerne les vols directs<sup>4</sup> à destination de la Corse seulement et non pas les vols dits « aller-retour ».

#### 3.4.1. Chiffres clés

Entre le 1<sup>er</sup> janvier 2022 et le 31 décembre 2022, la connectivité aérienne entre l'Autriche et la Corse présentait les caractéristiques suivantes :

- 40 vols environ (+42,9% YOY<sup>5</sup> - par rapport à la même période l'an dernier) ;
- 7 206 sièges offerts<sup>6</sup> (+43,0% YOY), dont :
  - o 7 206 sièges sur les lignes aériennes conventionnelles (+43,0% YOY) ;
  - o 0 siège sur les lignes aériennes dites « low-cost » (eq. YOY) ;
- 2 aéroports autrichiens ont desservi la Corse (eq. YOY).

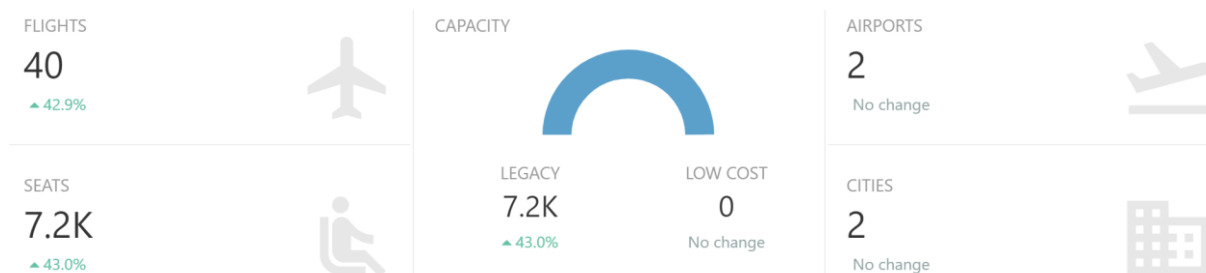
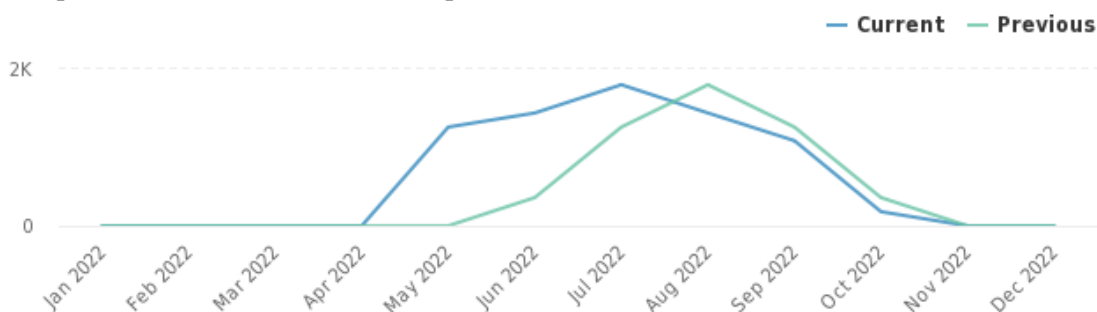


Figure 13 : Capacité aérienne de la Corse sur le marché autrichien en 2022

#### 3.4.2. Capacité annuelle

La capacité mensuelle en 2022 était supérieure à celle de 2021.



Source: Mabrian

Figure 14 : Capacité mensuelle des vols domestiques (marché autrichien) en nombre de sièges à destination de la Corse – 2022 vs 2021

<sup>4</sup> Plus communément appelés « aller simple ».

<sup>5</sup> YOY : « year to year ». Signifie « comparée à l'année précédente ».

<sup>6</sup> Ici, comme dans le reste du document, nous parlerons de sièges à l'arrivée ('inbound seats').

A partir du mois de mai 2022, il est possible de constater une forte augmentation de cette capacité, mois après mois, jusqu'au mois de juillet. L'avant-saison (mai à juin) enregistre une très forte hausse du nombre de sièges proposés par rapport à l'année précédente. A partir du mois d'août jusqu'au mois d'octobre, la capacité mensuelle est inférieure à celle proposée un an auparavant.

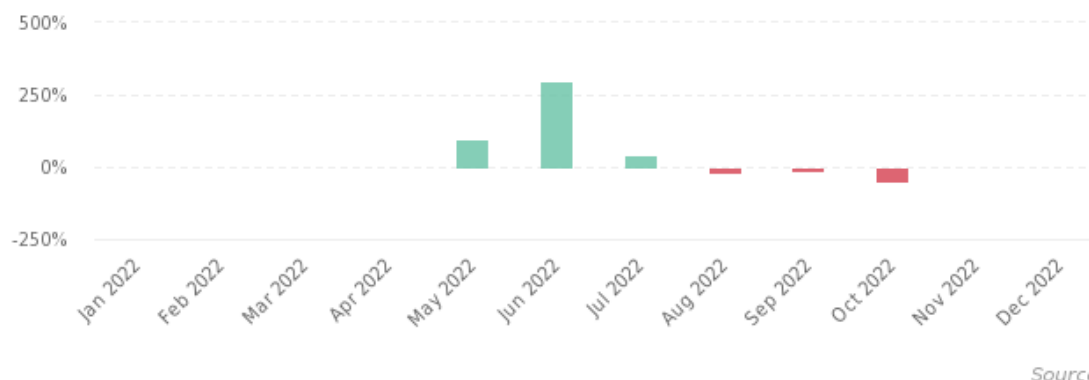


Figure 15 : Variation de la capacité mensuelle des vols domestiques (marché autrichien) en nombre de sièges à destination de la Corse – 2022 vs 2021

L'augmentation du nombre de sièges est uniquement due à la compagnie Air Corsica (+2 166 sièges soit +43,0% YOY) qui était la seule à opérer sur ce marché pendant l'année 2022.

### 3.4.3. Aéroports principaux et villes principales de départ

Les principaux aéroports autrichiens desservant la Corse sont les aéroports internationaux de Salzbourg et Vienne.

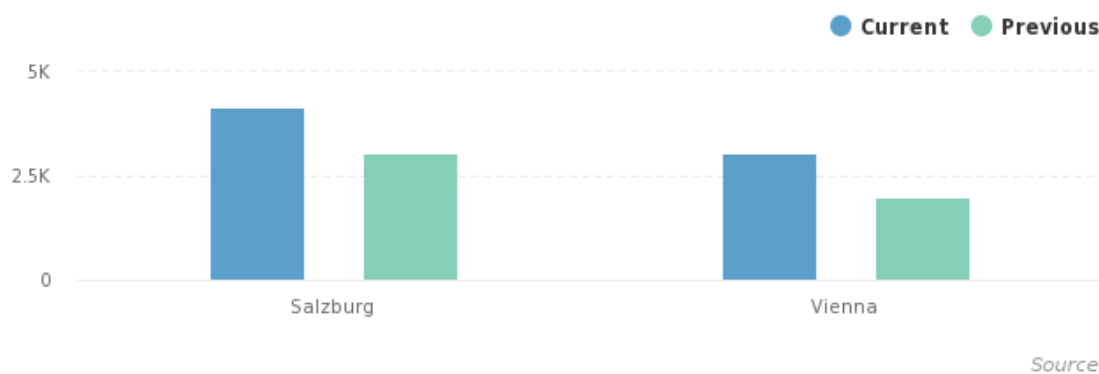


Figure 16 : Principaux aéroports autrichiens de départ à destination de la Corse

Environ 4 140 sièges étaient offerts à partir de Salzbourg en 2022 et 3 060 à partir de l'aéroport de Vienne.

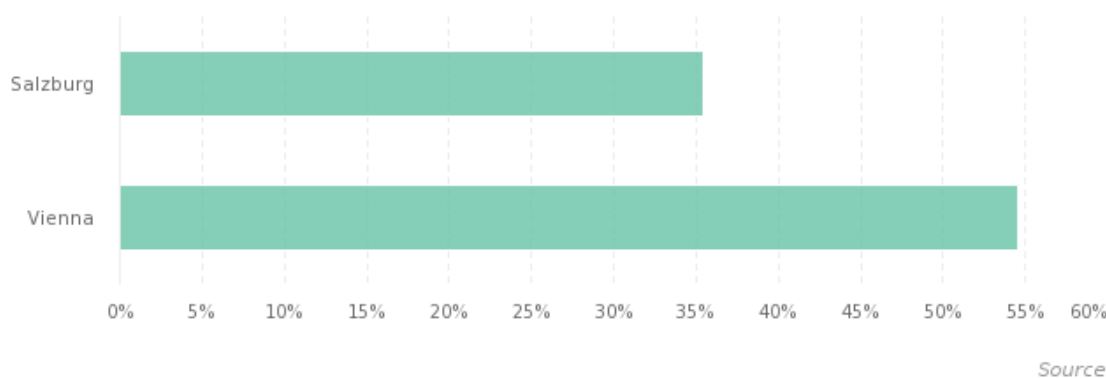
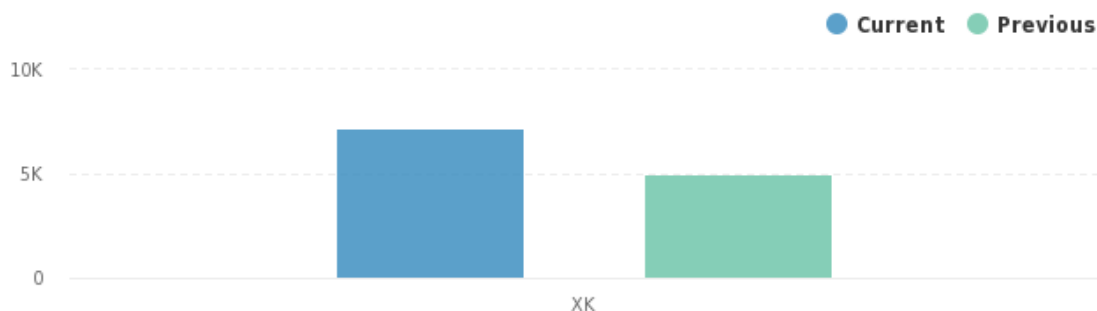


Figure 17 : Variation du nombre de sièges offerts des principaux aéroports autrichiens de départ à destination de la Corse

Sur cette même période, l'aéroport de Vienne enregistre une variation de + 54% de sièges offerts, uniquement due à la compagnie Air Corsica.

### 3.4.4. Principales compagnies desservant la Corse

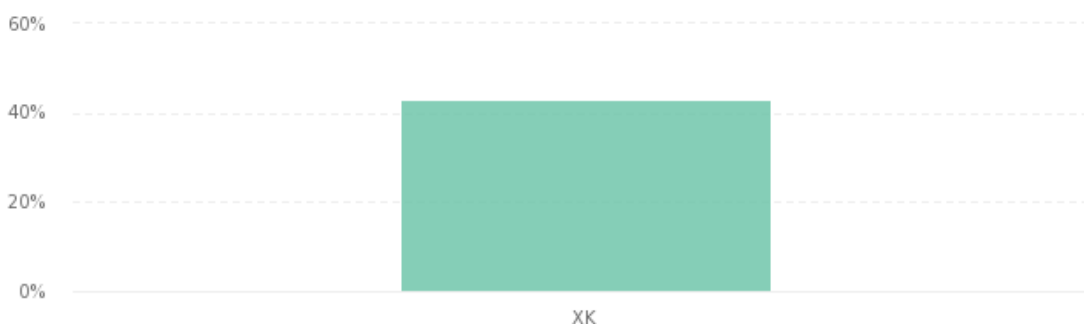
En 2022, la seule compagnie opérant sur le marché autrichien à destination de la Corse est la compagnie conventionnelle Air Corsica.



Source: Mabrian

Figure 18 : Principales compagnies desservant la Corse en 2022 (offres en nombre de sièges)

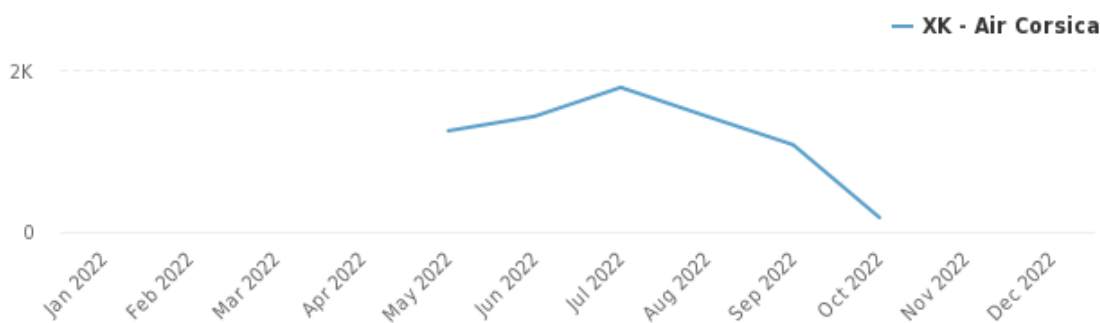
En 2022, Air Corsica proposa 43,0% de sièges supplémentaires par rapport à l'année précédente.



Source: Mabrian

Figure 19 : Variation de l'offre en nombre de sièges des principales compagnies desservant la Corse – 2022 vs 2021

Air Corsica était active sur le marché autrichien durant les mois de mai 2022 à octobre 2022.



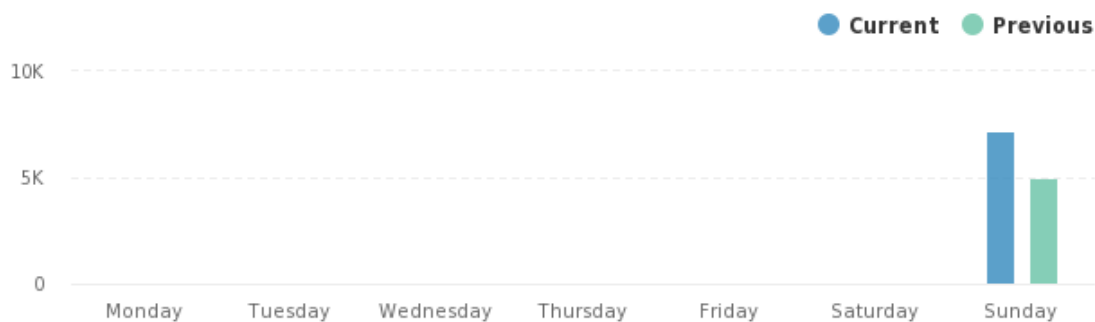
Source: Mabrian

Figure 20 : Evolution de la capacité mensuelle par compagnie aérienne

### 3.4.5. Jours d'arrivées

Pendant l'année 2022, le seul jour d'arrivé des vols en partance d'Autriche et à destination de la Corse était le dimanche.





Source: Mabrian

Figure 21 : Jours d'arrivées en Corse à partir des vols arrivant du marché autrichien

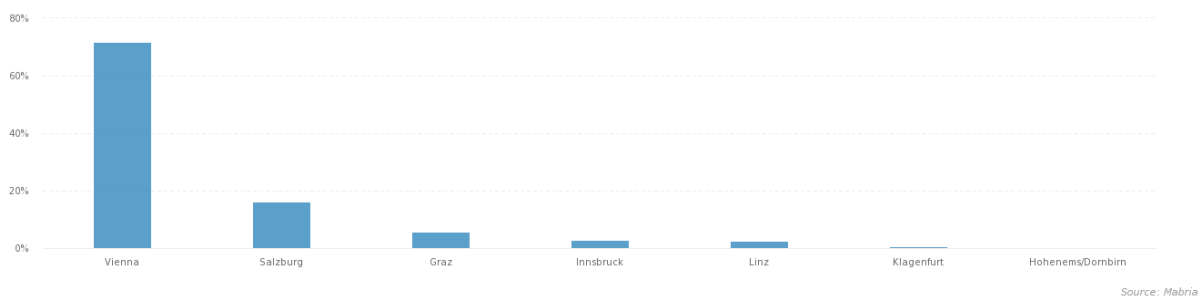
### 3.5. Prix des vols

Malheureusement, les données disponibles pour la période considérée sont insuffisantes pour permettre une analyse fine des prix des vols pratiqués entre l'Autriche et la Corse.

### 3.6. Demande de vols et bassins de recherches

#### 3.6.1. Demande annuelle

Le principal bassin émetteur autrichien est Vienne qui représente environ 72% des recherches de vols à destination de la Corse, soit environ 273 000 recherches sur l'année 2022. Salzburg représente 16,5% (62 500) des recherches de vols.

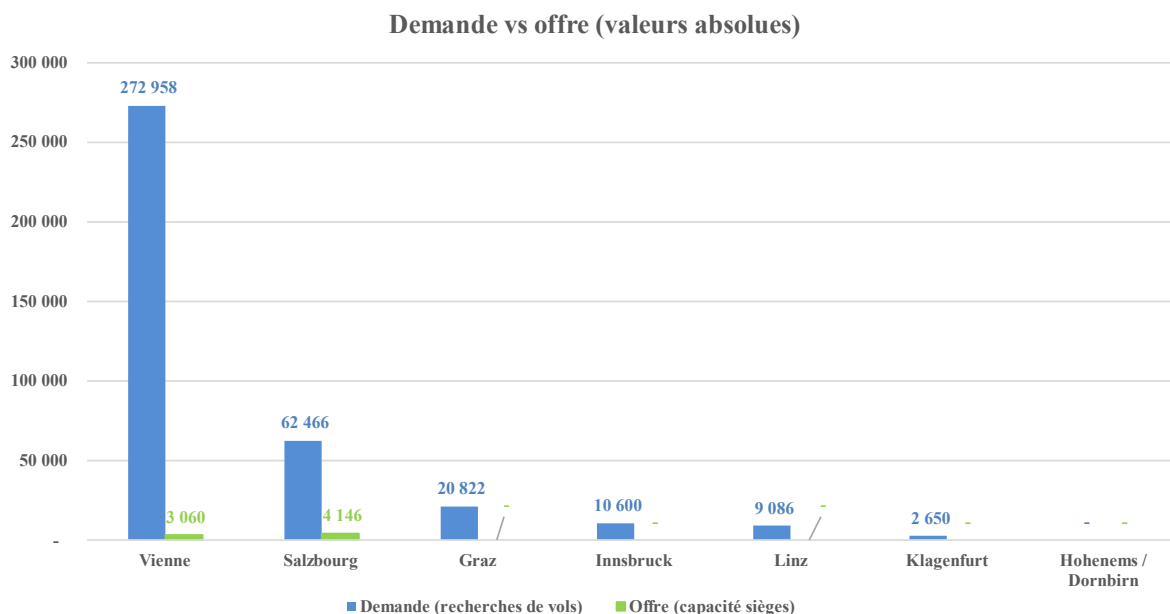


Source: Mabrian

Figure 22 : Principaux bassins émetteurs autrichiens en recherches de vols à destination de la Corse en 2022

#### 3.6.2. Demande vs offre

Il est intéressant de comparer les bassins émetteurs autrichiens qui présentent une demande en recherches de vols importante au regard de l'offre en sièges offerts présentée au chapitre 3.4.3 Aéroports principaux et villes principales de départ page 12.



Le graphique ci-dessus montre que pour l’année 2022, environ 273 000 recherches de vols étaient issues de la ville de Vienne.

Pour la même période, l’ensemble des compagnies aériennes offraient environ 62 500 sièges au départ de Salzbourg ayant pour destination l’un des quatre aéroports insulaires.

Cela étant dit, le graphique ci-dessous montre que l’offre en nombre de sièges semble être « déséquilibrée » par rapport à la demande en recherches de vols pour la ville de Salzbourg où le ratio demande/offre semble être supérieur à la moyenne.

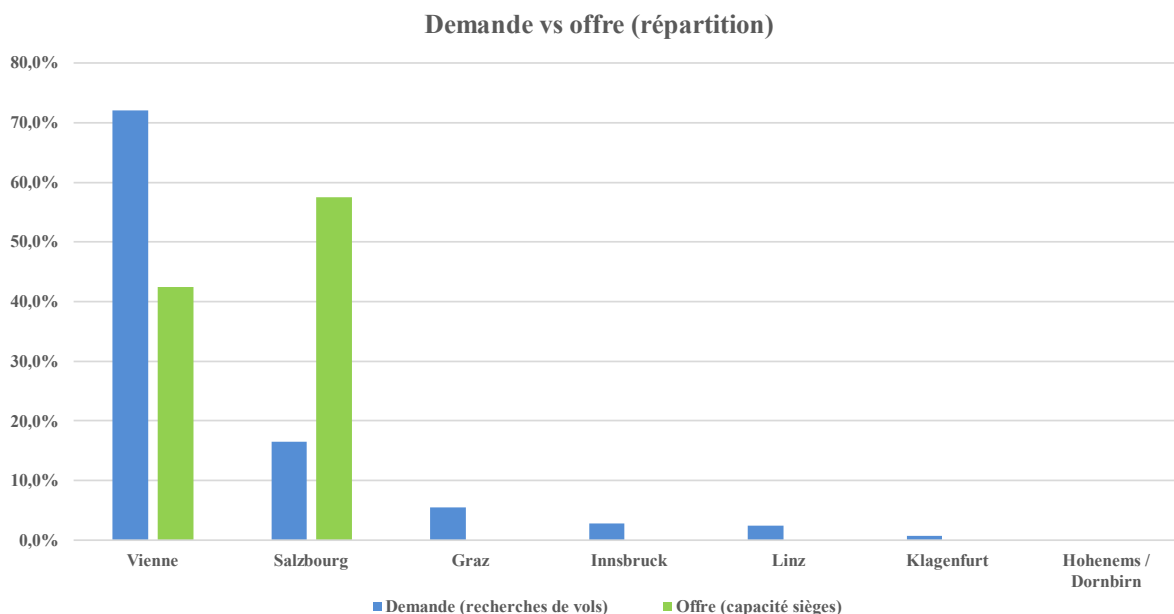


Figure 23 : Comparaison de la capacité disponible (valeurs absolues et relatives) en nombre de sièges offerts par ville avec la demande en recherche de vols par ville

Une analyse plus fine (par période de la saison touristique par exemple) permettrait de mieux comprendre les leviers de développement possibles mais ce n’est pas le sujet du présent Cahier du tourisme. Cela pourra faire l’objet d’une parution spécifique ou bien d’une étude interne avec les compagnies aériennes intéressées par cette démarche.

## 4. Profils de clientèle

### 4.1. Identification des principaux bassins émetteurs

A partir des mentions effectuées sur les réseaux sociaux ainsi que les données récupérées à partir de Twitter, Instagram et Tripadvisor, nous sommes en capacité d'identifier les principaux bassins émetteurs du marché autrichien pour la région Corse sur l'année 2022.

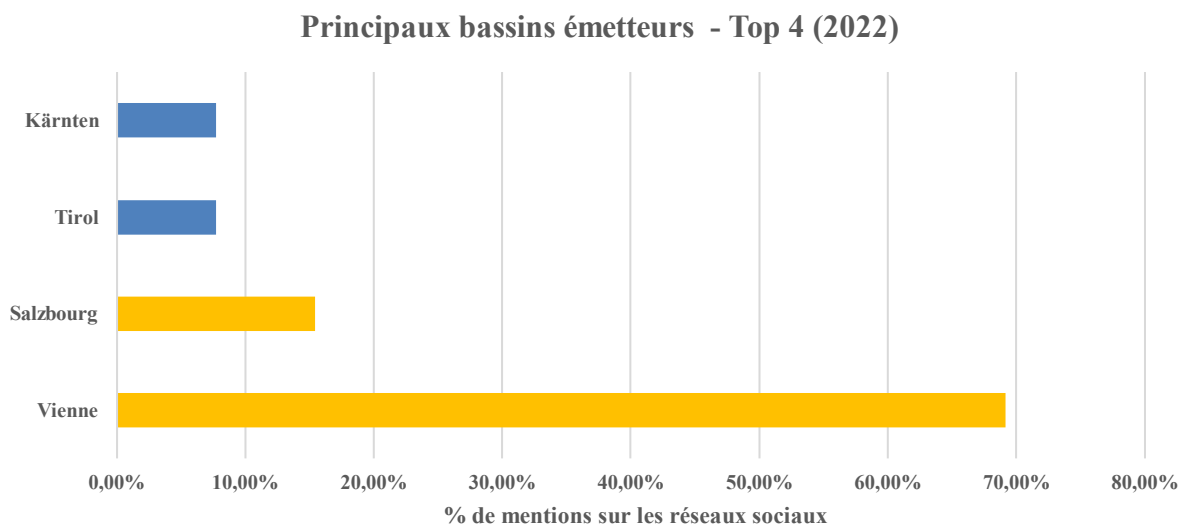


Figure 24 : Détermination des principaux bassins émetteurs autrichiens au regard du nombre de mentions sur les réseaux sociaux

Ainsi, le canton de Vienne, situé à l'Est de l'Autriche et proche de la frontière avec la Slovaquie, semble être le premier bassin émetteur du marché autrichien. Il représente environ 70% des mentions effectuées sur les réseaux sociaux concernant la Corse en tant que destination touristique. Il est suivi par le bassin de Salzburg, qui représente quant à lui environ 16% des mentions.

Globalement, toutes régions confondues, les mentions relatives à la Corse en tant que destination touristique et issues du marché autrichien semblent être actives entre les mois d'avril à décembre.

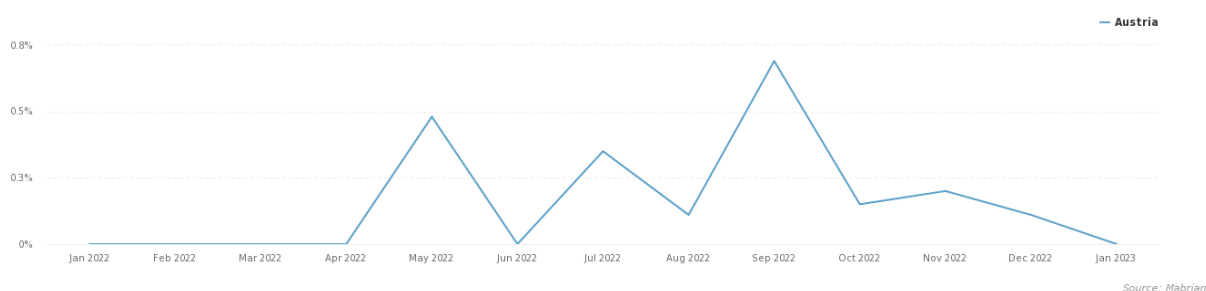


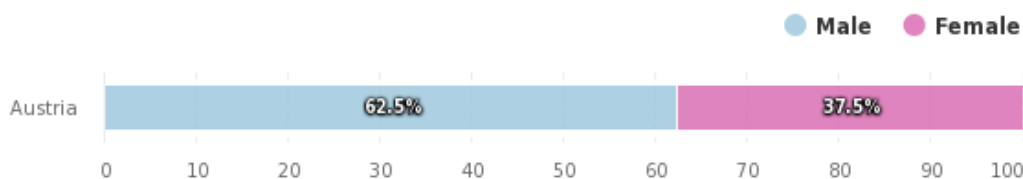
Figure 25 : Evolution mensuelle des mentions sur les réseaux sociaux

### 4.2. Données socio-démographiques

#### 4.2.1. Genre

Les données fournies par MABRIAN concernant le marché autrichien ne sont que parcellaires au regard de la petite taille de ce marché. Cependant, nous sommes en mesure de déterminer le genre, toutes régions confondues, des personnes effectuant des recherches au sujet de la destination corse en tant que destination touristique pour le marché autrichien.

En moyenne, environ 6,3 personnes sur 10 mentionnant la Corse sur Twitter et Instagram sont des hommes.



Source: Mabrian

Figure 26 : Répartition par genre de la clientèle autrichienne issue des principaux bassins émetteurs

#### 4.2.2. Âge

Malheureusement, les données concernant l'âge pour le marché émetteur autrichien ne sont pas disponibles (marché trop petit).

### 4.3. Perception de la destination corse

Les données fournies par MABRIAN au sujet de la perception de la destination corse par le marché autrichien sont parcellaires et ne permettent pas de déduire certains indicateurs tels que le GTPi<sup>7</sup>, le PSI<sup>8</sup> ou le PCi<sup>9</sup>. Seulement le TPi<sup>10</sup> pour le marché global est connu.

#### 4.3.1. Indice de satisfaction des produits touristiques (TPi)

Le TPi de la Corse par la clientèle autrichienne semble bon (égal à 6,52/10).

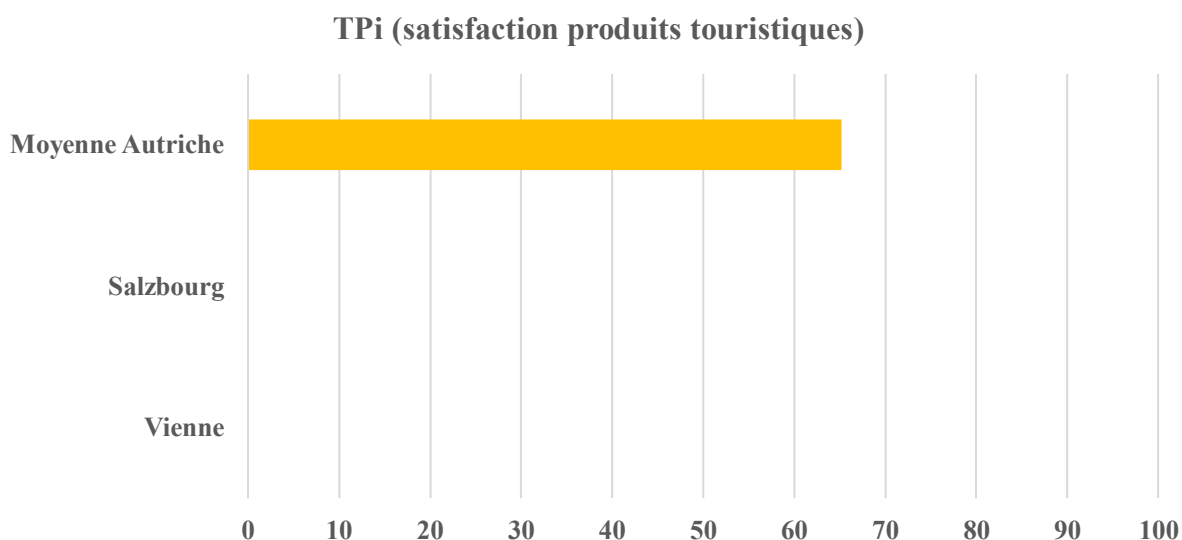


Figure 27 : Indice de satisfaction des produits touristiques (TPi) de la clientèle autrichienne issue des principaux bassins émetteurs concernant la Corse

<sup>7</sup> Global Tourist Perception Index : il mesure le niveau global de satisfaction des visiteurs vis-à-vis de la destination. Celui-ci combine les indices Hôtel, Produit, Sécurité et Climat et analyse la répartition du sentiment général sur la destination.

<sup>8</sup> Indice de perception de la sécurité : il mesure le niveau de sécurité perçu par les visiteurs à destination. Cet index est obtenu via des techniques NLP avancées qui permettent aux algorithmes d'identifier et de comprendre quand un commentaire fait référence à des problèmes de sécurité.

<sup>9</sup> Indice de perception du climat : il mesure la satisfaction des visiteurs vis-à-vis de la météo à destination. Cet indice est obtenu en suivant le volume de commentaires négatifs et de plaintes concernant le climat à destination. Cela permet de mieux comprendre la relation entre les attentes des visiteurs et la réalité de la destination.

<sup>10</sup> Indice de satisfaction des produits touristiques : il mesure le niveau de satisfaction envers les produits d'une destination. Cet indice est obtenu en analysant la répartition des commentaires positifs, négatifs et neutres concernant chacun des produits.

#### 4.4. Catégories d'intérêts par principaux bassins émetteurs

Malheureusement, les données concernant l'âge pour le marché émetteur autrichien ne sont pas disponibles (marché trop petit).

#### 4.5. Catégories de produits d'intérêt

Malheureusement, les données concernant l'âge pour le marché émetteur autrichien ne sont pas disponibles (marché trop petit).

### 5. Indice de satisfaction des hébergements marchands

#### 5.1. Indices globaux

Globalement, la Corse est perçue d'une bonne manière en terme de satisfaction de l'hébergement marchand par la clientèle autrichienne. Le graphique ci-dessous affiche le HSi<sup>11</sup> global, tous types d'hébergement confondus<sup>12</sup>, pour la destination corse perçue par la clientèle autrichienne.

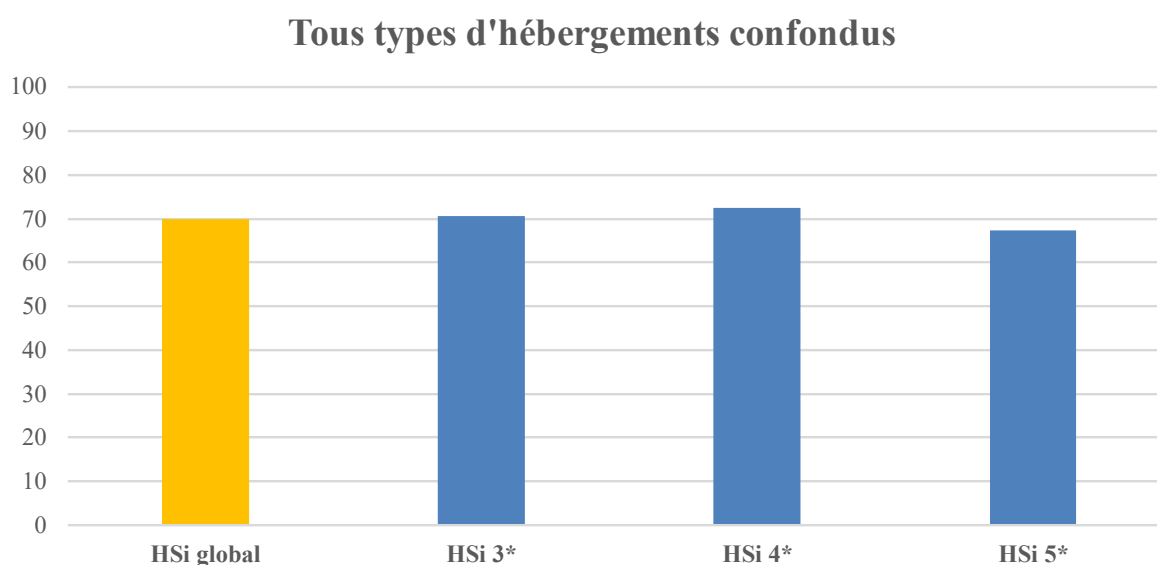


Figure 28 : HSi (tous types d'hébergements confondus) pour la destination corse par la clientèle autrichienne

On remarque que la perception des hébergements marchands de type 4\* reste supérieure à celle du 3\* et du 5\*.

#### 5.2. HSi hôtels

Parmi les 258 hôtels ayant fait l'objet d'une analyse de la qualité sur l'année 2022, 179 étaient de catégorie 3\*, 61 de catégorie 4\* et 18 de catégorie 5\*.

Globalement, le HSi déduit de cette analyse<sup>13</sup> est très bon (car supérieur ou égal à 6), surtout pour les catégories 3\* et 4\*. Le HSi pour la catégorie 5\* reste inconnu au regard du manque de données récoltées sur ce segment pour la clientèle autrichienne : on peut en déduire que la fréquentation de ce type d'offre par cette clientèle reste marginale. Pour rappel, le HSi exprime la perception de la qualité des hôtels corses par la clientèle autrichienne.

<sup>11</sup> HSi : indice de satisfaction hôtelière, mesuré à l'aide de techniques de traitement du langage naturel.

<sup>12</sup> Analyse réalisée sur la base de 413 hébergements marchands et 73 865 avis clients.

<sup>13</sup> Analyse réalisée sur la base de 258 hôtels et 56 441 avis clients.



### HSi - Hôtels

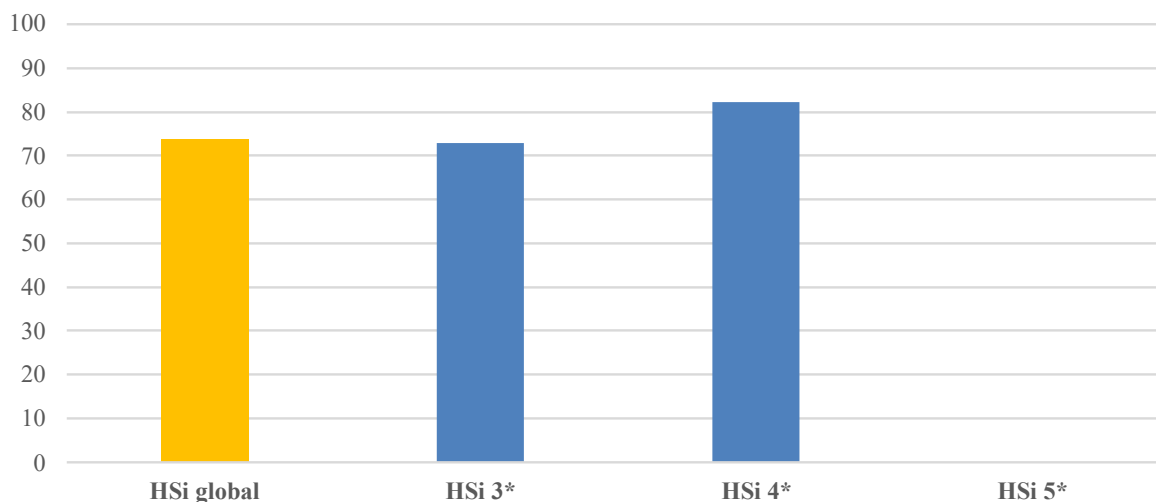


Figure 29 : HSi des hôtels pour la destination corse par la clientèle autrichienne

### 5.3.HSi résidences de tourisme et résidences de vacances

Parmi les 122 résidences ayant fait l'objet d'une analyse de la qualité sur l'année 2022, 82 étaient de catégorie 3\*, 36 de catégorie 4\* et 4 de catégorie 5\*.

Globalement, le HSi déduit de cette analyse<sup>14</sup> est très bon (supérieur à 6). Pour rappel, il s'agit de la perception de la qualité des résidences de tourisme et résidences de vacances corses par la clientèle autrichienne.

### HSi - Résidences

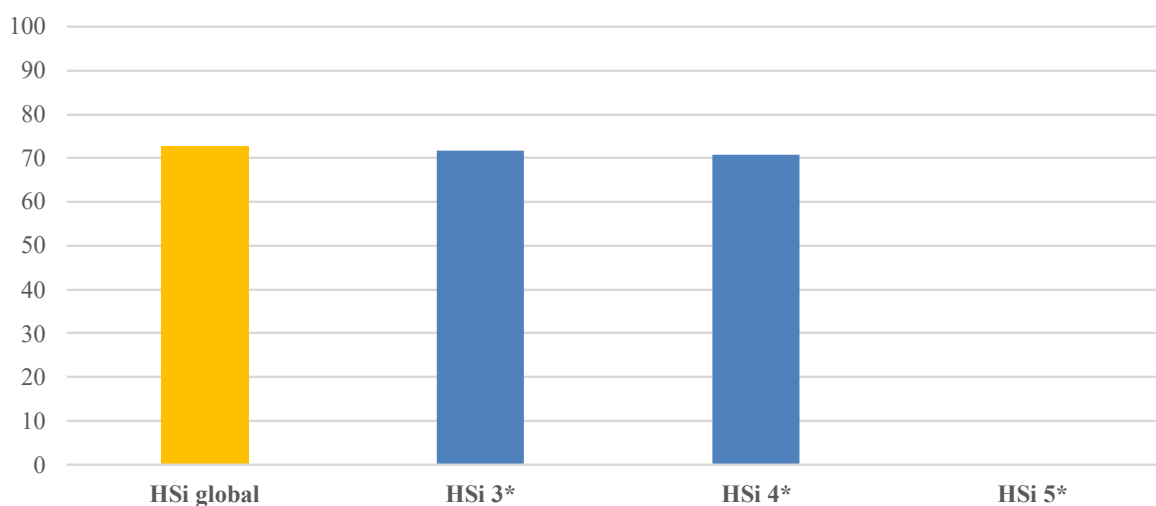


Figure 30 : HSi des résidences de tourisme et résidences de vacances pour la destination corse par la clientèle autrichienne

### 5.1.HSi campings

Malheureusement les données concernant la clientèle autrichienne fréquentant les campings sont insuffisantes pour être analysées.

## 6. Dépense touristique de la clientèle autrichienne

Les données MABRIAN nous renseignent également sur la dépense touristique des clientèles internationales visitant la Corse. La source de ces données provient de la société MASTERCARD qui

<sup>14</sup> Analyse réalisée sur la base de 123 résidences et 10 686 avis clients.

possède un partenariat avec MABRIAN. Pour plus d'informations à ce sujet, vous pouvez consulter l'annexe 8.3 Définitions détaillées des indicateurs de dépense touristique page 24.

Les informations de ce chapitre sont exprimées soit en valeur absolue, soit en valeur relative. Dans le cas des données exprimées en valeur relative, elles le sont en prenant en compte l'ensemble des pays étudiés pour les dépenses touristiques, à savoir : l'Allemagne, l'Italie, la Suisse, la Belgique, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Autriche, la Suède, l'Espagne, et le Portugal.

## 6.1. Données de cadrage

En 2022, les visiteurs internationaux présentent une dépense moyenne par carte bancaire d'environ 359€, soit une baisse de 11,3% par rapport à 2021. La transaction moyenne réalisée par carte bancaire est de 58€ en 2022, en baisse de 5,4% par rapport à 2021.

Le graphique ci-dessous présente la distribution des dépenses des visiteurs internationaux des dix pays sus-cités.

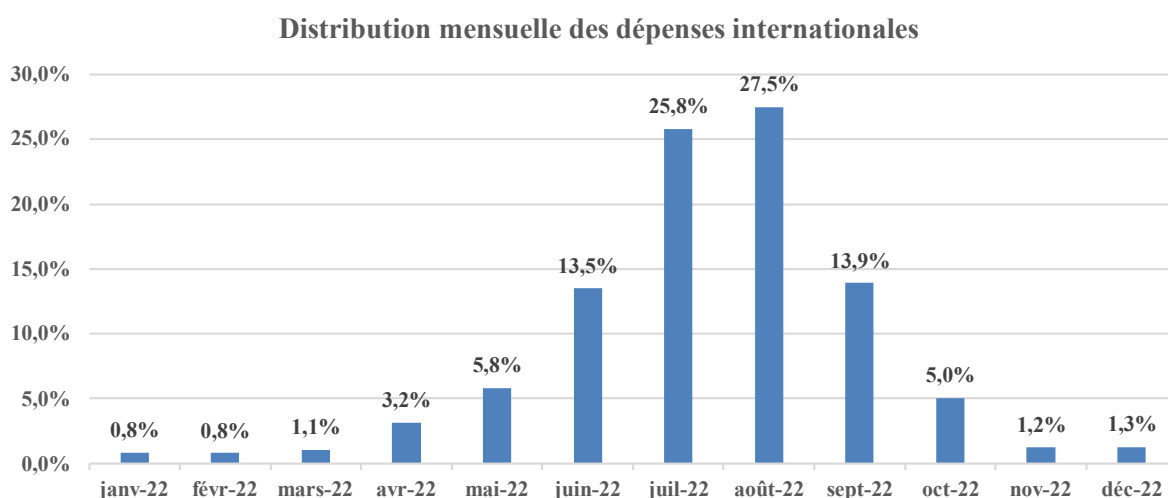


Figure 31 : Distribution mensuelle des dépenses internationales

Ainsi, les mois de juillet et août 2022 représentent environ 53,3% des dépenses totales réalisées par les clientèles internationales issues de ces 10 pays.

## 6.2. Indice de dépenses par marché

Il s'agit d'un indice basé sur 100 résultant de la moyenne des dépenses totales (en euros) de tous les marchés 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.

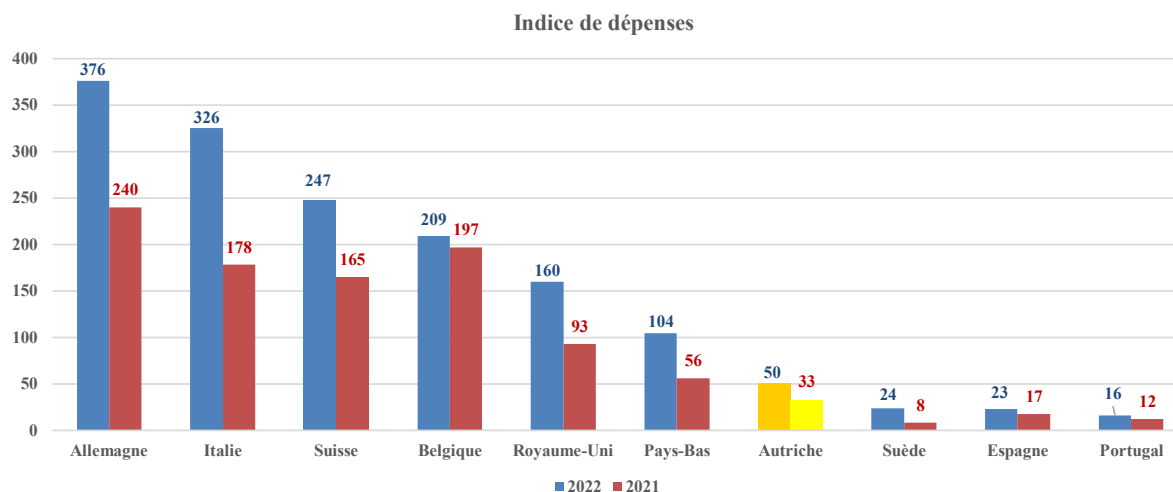


Figure 32 : Indice de dépenses par marché émetteur - comparaison 2022 vs 2021

Ainsi, l’Autriche est le septième marché émetteur en termes d’indice de dépenses avec un indice égal à 50 en 2022. Cela signifie que les dépenses issues du marché autrichien sont inférieures de 50% à la moyenne des marchés analysés. Cela est principalement dû au faible nombre de touristes Autrichiens que la Corse accueille annuellement. Sans surprise, l’Allemagne et l’Italie sont respectivement en première et seconde places, au regard du nombre de visiteurs allemands et italiens visitant la Corse annuellement.

### 6.3. Dépense moyenne par carte et transaction moyenne

Dépense moyenne par carte : il s’agit de la dépense totale des visiteurs en € divisée par le nombre total de cartes uniques pour tous les pays d’origine.

Transaction moyenne : il s’agit des dépenses totales de chaque pays d’origine divisées par le nombre total de transactions pour le même pays d’origine.

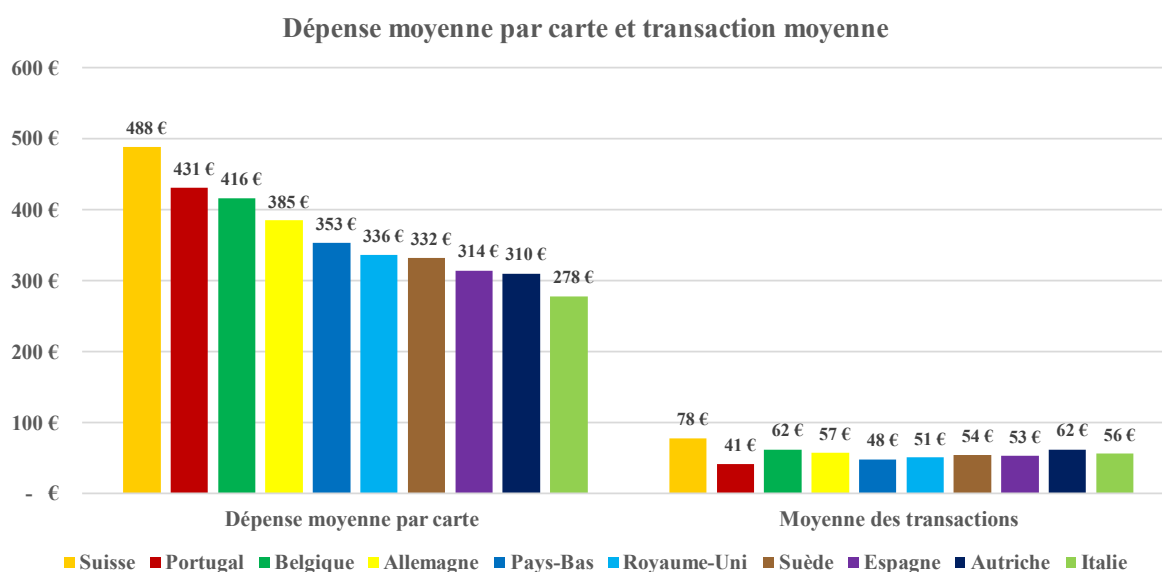


Figure 33 : Dépense moyenne par carte et transaction moyenne par marché émetteur

La clientèle autrichienne présente une dépense moyenne par carte inférieure à la moyenne égale à 310€. Elle présente cependant une moyenne de transactions élevée : 62€.

### 6.4. Dépenses effectuées par catégories de marchands

En moyenne, en 2022 parmi les dépenses réalisées par la clientèle autrichienne, 14,2% étaient destinées aux dépenses liées aux loisirs divers et animation, et 17,3% aux dépenses de restauration. La clientèle autrichienne se démarque justement par le fait qu’elle est la clientèle qui dépense le plus pour la catégorie « Animation et loisirs divers ». Elle est également une de celles qui dépense le moins pour les catégories « Transport et voyage » et « Restaurant ».

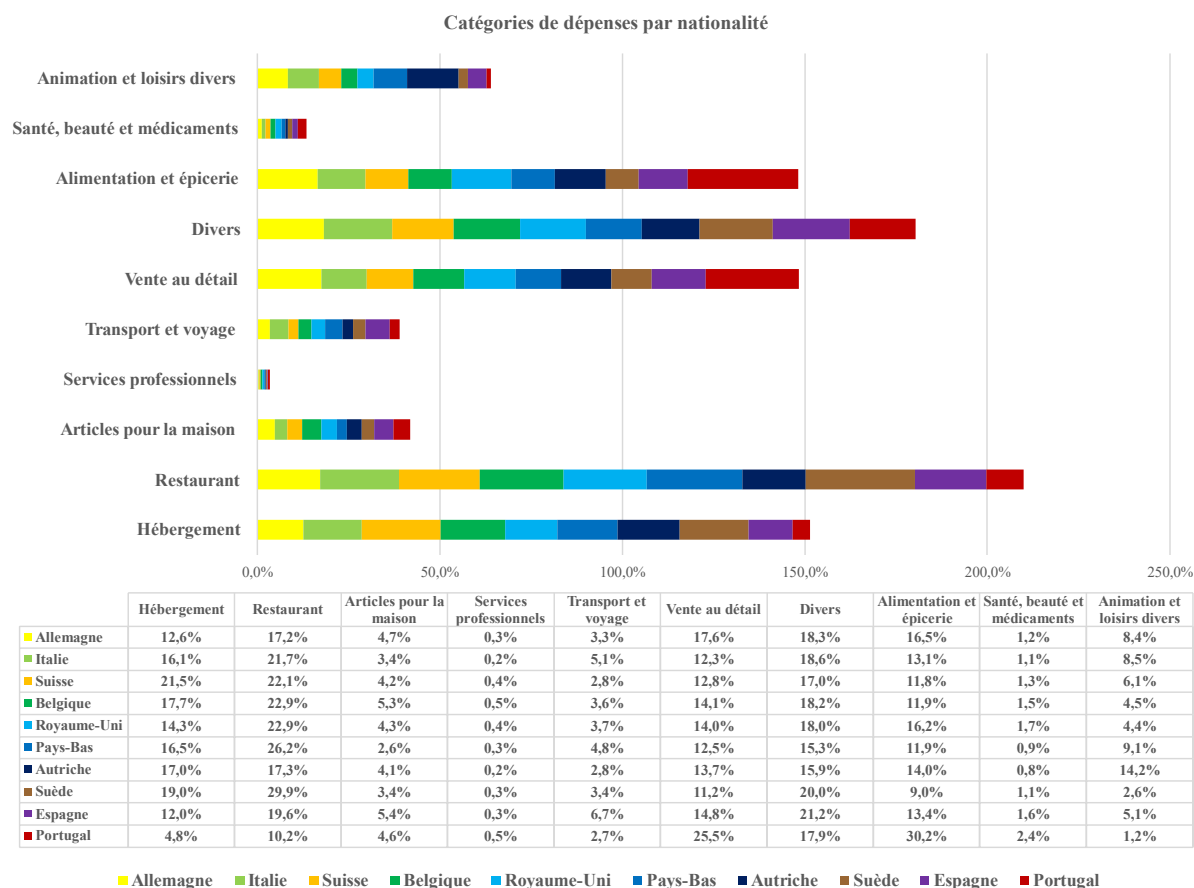


Figure 34 : Catégorie de dépenses par marché émetteur et tableau détail

## 7. Conclusion

Ainsi, le marché autrichien s’avère présenter les caractéristiques d’un marché complémentaire, de niche, affichant un PIB de 58 000 € versus 36 000 € pour le marché français.

De par la position géographique de l’Autriche au cœur de l’Europe, cette clientèle est localisée à environ 2 heures de la destination. L’intérêt de la population autrichienne pour la Corse semble relativement stable depuis les dix dernières années. Les demandes de vols issues du principal bassin de population qu’est Vienne restent tout de même assez importantes pour envisager des études plus poussées sur la potentialité de pénétration de ce marché entre les mois de mai à octobre. En effet, il apparaît que les 4/6<sup>ème</sup> des vols actuels entre ce pays et la Corse sont affrétés par un Tour Opérateur par ailleurs gestionnaire d’un village de vacances à Calvi.

En conclusion, le marché autrichien peut représenter une opportunité de développement pour la destination corse dans les prochaines années via l’ouverture de lignes saisonnières entre les mois de mai/juin et septembre/octobre.

## 8. 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.



### 8.1. 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 marchand 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.)
  - o Actualisation : hebdomadaire (hebdomadaire pour les index, journalière pour les produits/attraits)
  - o Granularité : hebdomadaire
  - o Vision future : n/a



## 8.2. Différences clés entre Instagram et Tripadvisor

### 8.2.1. 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.

### 8.2.2. 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.

## 8.3. 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, Euro Stat, 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 | Comprend toutes les transactions internationales/interrégionales effectuées avec les cartes de débit et de crédit Mastercard à destination. Les transactions effectuées par les touristes |

| Indicateur   | Définition  |
|--|---|
|  | <p>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  | 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.  |
| Durée moyenne de séjour  | 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.  |
| Valeur moyenne des transactions  | 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.  |
| Répartition des dépenses internationales / Répartition des dépenses saisonnières | 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).  |
| Indice des dépenses  | 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.   |
| Répartition en % des dépenses des catégories de marchands                        | 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.  |
| Croissance des dépenses en %   | 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.  |
| % 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 2 : Définition des indicateurs de dépense touristique fournis par la société Mastercard