



**MABRIAN**

BIG DATA FOR TRAVEL INTELLIGENCE

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



Agenza di u Turismu  
di a Corsica

Agence du Tourisme  
de la Corse

# RAPPORT PROFIL DE CLIENTELE

---

## LE MARCHE NEERLANDAIS



**Cahier du Tourisme n°21**

Agence du Tourisme de la Corse – Juillet 2023

Observatoire de l'ATC

17 bd du Roi Jérôme

20 000 Ajaccio

[observatoire@atc.corsica](mailto:observatoire@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 des Pays-Bas .....	4
2.3.	Economie des Pays-Bas.....	6
2.4.	Données sociodémographiques .....	6
2.5.	Le marché touristique néerlandais pour la France .....	7
2.6.	Infrastructures aéroportuaires .....	7
2.7.	Dates de vacances scolaires .....	8
3.	Intérêt de la clientèle pour la destination corse .....	8
3.1.	Evolution globale de l'intérêt de la destination depuis 2012 .....	8
3.2.	Evolution de l'intérêt de certaines thématiques depuis 2012.....	9
3.3.	Recherches de vols en 2022.....	10
3.3.1.	Principales villes dont la demande est issue .....	10
3.3.2.	Durée de séjour .....	10
3.3.3.	Jours de recherche.....	11
3.3.4.	Préparation du séjour .....	11
3.4.	Capacité de vols directs .....	11
3.4.1.	Chiffres clés .....	11
3.4.2.	Capacité annuelle.....	12
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 .....	19
5.3.	HSi résidences de tourisme et résidences de vacances .....	19
5.1.	HSi campings.....	20
6.	Dépense touristique de la clientèle néerlandaise.....	20
6.1.	Données de cadrage .....	20
6.2.	Indice de dépenses par marché .....	21
6.3.	Dépense moyenne par carte et transaction moyenne .....	21
6.4.	Dépenses effectuées par catégories de marchands.....	22
7.	Conclusion .....	23
8.	Annexe : sources de données .....	24
8.1.	Sources et indicateurs .....	24
8.2.	Différences clés entre Instagram et Tripadvisor .....	25
8.2.1.	Instagram .....	25
8.2.2.	Tripadvisor.....	25
8.3.	Définitions détaillées des indicateurs de dépense touristique.....	25

## TABLE DES FIGURES ET ILLUSTRATIONS

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

## 1. Objectifs

L'objectif principal de ce rapport est d'apporter des éléments permettant de mieux comprendre la demande issue du marché néerlandais 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 les Pays-Bas et la Corse, le profil sociodémographique de la clientèle néerlandaise et ses motivations à visiter la Corse.

Cette étude se base sur les points suivants :

- Intérêt des Néerlandais 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 néerlandais, 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 la clientèle issue des principaux bassins émetteurs néerlandais ;
- La perception de la destination corse par les principaux bassins émetteurs néerlandais ;
- L'identification des principaux centres d'intérêts du marché néerlandais pour visiter la Corse ;
- La satisfaction de la clientèle néerlandaise, détaillée par différents indices (climat, sécurité, produits touristiques, hébergements, etc.).

## 2. Données de cadrage

### 2.1. Rappel des données de l'enquête aux frontières 2017

En 2017, environ 38 000 touristes néerlandais sont venus en Corse. C'est 5 % de l'ensemble de la clientèle étrangère, derrière l'Italie (28 %), l'Allemagne (24 %), la Suisse (10 %), la Belgique (9 %), l'Europe centrale/de l'Est (5 %) et le Royaume-Uni (5 %).

27 % d'entre eux voyagent en avion pour venir en Corse ; 73 % utilisent le bateau.

Environ 470 000 nuitées (2 % du total des nuitées) ont été générées par cette clientèle en 2017.

Ils se déplacent majoritairement aux mois de juillet et août.

La clientèle néerlandaise possède un pouvoir d'achat équilibré : en effet, environ 20 % gagnent moins de 2500 €/mois, 26 % gagnent entre 2500 et 4000 €/mois et 54 % gagnent plus de 4 000 €/mois.

C'est une clientèle qui privilégie aussi bien la réservation via Booking (24 %), via agence/TO (24 %) que directement via l'hébergeur (24 %).

A l'inverse des autres clientèles étrangères, la clientèle néerlandaise est très itinérante : en effet seulement 34 % séjournent au sein du même territoire, 21 % visitent deux territoires, 14 % visitent trois territoires et 31 % visitent 4 territoires ou plus pendant leur séjour en Corse.

Ils sont 62 % à pratiquer au moins une activité payante pendant leur séjour.

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 des Pays-Bas

Les Pays-Bas sont un pays d'Europe du Nord, bordé par l'Allemagne à l'est, la Belgique au sud et la mer du Nord à l'ouest et au nord. La capitale des Pays-Bas est Amsterdam bien que La Haye soit le siège du gouvernement et la plus grande ville après Amsterdam. Les langues officielles sont le néerlandais et le frison.

Avec une superficie d'environ 41 543 km<sup>2</sup>, les Pays-Bas sont l'un des pays les plus densément peuplés d'Europe. La population est d'environ 17,5 millions d'habitants. Le pays est réputé pour ses célèbres moulins à vent, ses tulipes colorées, ses canaux pittoresques et son système de digues.

Les Pays-Bas ont une histoire riche qui remonte au Moyen Âge lorsqu'ils étaient une puissance commerciale importante grâce à leur position stratégique en tant que carrefour commercial. Ils ont connu un âge d'or au XVIIe siècle, marqué par une prospérité économique et culturelle, notamment dans les domaines de l'art, du commerce et de la science.



Figure 1 : Carte des Pays-Bas

Aujourd'hui, les Pays-Bas sont un pays démocratique et prospère, membre de l'Union européenne. Le pays est réputé pour son esprit d'innovation, sa politique progressiste et son engagement en faveur de la durabilité environnementale. Les secteurs clés de l'économie néerlandaise comprennent l'agriculture, l'industrie manufacturière, les services financiers, le commerce international et le tourisme.

La culture néerlandaise est diversifiée et influencée par son passé historique. Des artistes renommés tels que Rembrandt, Vermeer et Van Gogh ont laissé une empreinte durable dans le domaine des arts visuels. Les Pays-Bas sont également connus pour leur architecture unique, allant des maisons traditionnelles en briques aux réalisations modernes. La société néerlandaise est réputée pour son ouverture d'esprit, sa tolérance et son attachement aux valeurs de liberté et d'égalité.

Enfin, les Pays-Bas offrent une belle nature avec des paysages variés, des polders soigneusement aménagés aux vastes plages de sable. Les amateurs de cyclisme trouveront un véritable paradis avec un réseau étendu de pistes cyclables. Le pays abrite également des parcs nationaux, des réserves naturelles



et des zones humides, offrant de nombreuses possibilités d'activités de plein air et de découverte de la faune et de la flore locales.

### 2.3. Economie des Pays-Bas

L'économie des Pays-Bas est prospère. Avec un PIB de 910 milliards d'euros, représentant environ 6,8 % du PIB de l'Union européenne, le pays affiche un niveau de richesse élevé. Le PIB par habitant aux Pays-Bas est d'environ 53 000 €, dépassant ainsi la moyenne de l'Union européenne. Comparativement, le PIB par habitant français est de 36 500 €.

Le taux de chômage aux Pays-Bas est relativement bas, avec une moyenne de 3,2 % en 2020, témoignant d'un marché du travail solide et dynamique. Le pays est réputé pour son économie diversifiée et ses secteurs d'activité variés.

Les ressources naturelles des Pays-Bas sont limitées mais le pays a su se développer grâce à sa situation géographique stratégique et à une économie tournée vers le commerce international. Les matières premières nécessaires à l'industrie néerlandaise sont majoritairement importées.

Les principaux secteurs d'activité aux Pays-Bas sont les services, l'industrie manufacturière, l'agriculture et le commerce. Le secteur des services joue un rôle prépondérant dans l'économie néerlandaise avec des services financiers, des services commerciaux et logistiques ; il en est de même pour le secteur des technologies de l'information qui est en plein essor. L'industrie manufacturière est également un pilier économique important, avec des entreprises renommées dans les domaines de l'électronique, de la chimie, de la construction navale et de l'agroalimentaire.

C'est un pays tourné vers l'exportation. En 2021, les exportations néerlandaises ont atteint environ 640 milliards d'euros. Les principaux produits exportés comprennent des machines et équipements, des produits chimiques, des produits pharmaceutiques, des produits agricoles, des fleurs et des produits laitiers. Ses partenaires commerciaux majeurs sont l'Allemagne, la Belgique, les États-Unis et le Royaume-Uni.

Le pays est également un acteur clé dans le secteur du transport maritime et possède l'un des plus grands ports d'Europe, le port de Rotterdam. Cette position géographique privilégiée en fait un centre logistique important pour le commerce mondial.

L'économie des Pays-Bas se caractérise par sa prospérité, sa diversification et son ouverture sur le commerce international. Le pays a su développer des secteurs clés solides, tout en favorisant l'innovation, la durabilité et l'esprit entrepreneurial. A ce jour, les Pays-Bas continuent d'attirer les investissements étrangers et de jouer un rôle significatif sur la scène économique mondiale.

### 2.4. Données sociodémographiques

Selon les données de l'Office central néerlandais de la statistique, la population des Pays-Bas s'élevait à environ 17,5 millions d'habitants en 2022. C'est un pays densément peuplé, avec une densité moyenne de population d'environ 504 habitants par km<sup>2</sup>. L'âge médian de la population néerlandaise était d'environ 43,4 ans en 2021, et l'espérance de vie moyenne était de 82,5 ans.

La composition de la population aux Pays-Bas est diversifiée, avec une société multiculturelle. Le pays a accueilli une importante immigration et de nombreux habitants ont des origines étrangères. Les principales communautés immigrées sont entre autres d'origine turque, marocaine, indonésienne et surinamienne. Les langues officielles des Pays-Bas sont le néerlandais et le frison, parlé dans certaines régions du nord du pays.

Les principales villes des Pays-Bas sont Amsterdam, Rotterdam, La Haye, Utrecht et Eindhoven, avec respectivement une population d'environ 870 000, 650 000, 550 000, 360 000 et 230 000 habitants. Chacune de ces villes a ses caractéristiques uniques et offre une combinaison d'histoire, de culture, d'innovation et d'activités dynamiques. Elles sont bien desservies par des réseaux de transport développés, notamment des aéroports internationaux. Voici leurs principales caractéristiques :

- **Amsterdam** : Capitale des Pays-Bas et la plus grande ville du pays. Avec une population d'environ 870 000 habitants, elle est célèbre pour ses canaux pittoresques, son architecture historique, ses musées de renommée mondiale tels que le Rijksmuseum et le musée Van Gogh, ainsi que pour sa vie culturelle animée. L'aéroport d'Amsterdam-Schiphol est l'un des plus fréquentés d'Europe ;
- **Rotterdam** : Deuxième plus grande ville des Pays-Bas, avec une population d'environ 650 000 habitants. Située sur les rives de la mer du Nord, elle est un centre économique et commercial

majeur, connu pour son port, l'un des plus grands du monde. La ville se distingue par son architecture moderne, son panorama urbain dynamique et son festival annuel de musique, le North Sea Jazz Festival ;

- **La Haye** : Également connue sous le nom de Den Haag, est la troisième plus grande ville des Pays-Bas, avec une population d'environ 550 000 habitants. Elle est le siège du gouvernement néerlandais et abrite de nombreuses institutions internationales, y compris la Cour internationale de justice. La ville est également réputée pour sa plage de Scheveningen, son architecture historique et ses musées ;
- **Utrecht** : Avec une population d'environ 360 000 habitants, elle est une ville historique située au cœur des Pays-Bas. Elle est connue pour sa vieille ville médiévale, ses canaux charmants et sa célèbre tour Domtoren. Elle est une ville étudiante animée et un centre culturel dynamique ;
- **Eindhoven** : Cinquième plus grande ville des Pays-Bas, avec une population d'environ 230 000 habitants. La ville est un centre technologique et industriel, abritant de nombreuses entreprises innovantes dans le domaine de la haute technologie. Elle est également connue pour son design, son architecture moderne et son festival de la lumière, le GLOW.

Les Pays-Bas sont donc un pays avec une population diversifiée, une densité de population relativement élevée et des villes dynamiques offrant une variété d'attraits culturels, historiques et économiques. Le pays est connu pour son esprit d'innovation, son niveau de vie élevé et sa qualité de vie, ce qui en fait un lieu attractif pour vivre, travailler et visiter.

## 2.5. Le marché touristique néerlandais pour la France

Selon les données de l'Office du tourisme néerlandais, la France est l'une des destinations privilégiées des voyageurs néerlandais, avec un nombre important de visiteurs chaque année. En 2019, environ 3,4 millions de Néerlandais ont séjourné en France, totalisant plus de 19 millions de nuitées. Les régions les plus prisées par les touristes néerlandais en France sont l'Occitanie, la Nouvelle-Aquitaine, la Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Île-de-France et la Bretagne.

Paris est souvent une étape incontournable pour les touristes néerlandais en France. La capitale française est appréciée pour ses célèbres monuments tels que la Tour Eiffel, le Louvre, la Cathédrale Notre-Dame et le quartier pittoresque de Montmartre. Les visiteurs néerlandais apprécient également l'atmosphère animée de Paris, ses boutiques de luxe, ses cafés, ses restaurants gastronomiques et ses événements culturels.

Les régions côtières de la France, comme la Côte d'Azur, attirent également les touristes néerlandais en quête de soleil, de plages magnifiques et d'une ambiance balnéaire détendue. Des villes comme Nice, Cannes et Saint-Tropez sont particulièrement prisées pour leurs plages de sable fin, leurs eaux cristallines et leur vie nocturne animée.

Les paysages ruraux et les villages pittoresques de la France, tels que la Provence, l'Alsace, la Normandie et la Bourgogne, offrent aux touristes néerlandais la possibilité de découvrir la beauté naturelle, les vignobles, la cuisine régionale et les traditions françaises.

La gastronomie française est un attrait majeur pour les touristes néerlandais. La France est mondialement réputée pour sa cuisine raffinée, ses vins fins, ses fromages variés et ses pâtisseries délicieuses. Les visiteurs néerlandais apprécient les expériences culinaires, que ce soit dans les restaurants étoilés au guide Michelin, les boulangeries locales ou les marchés animés.

## 2.6. Infrastructures aéroportuaires

Les Pays-Bas disposent de plusieurs aéroports internationaux qui jouent un rôle essentiel dans le réseau de transport aérien du pays. Voici quelques-unes des principales infrastructures aéroportuaires aux Pays-Bas :

- **L'aéroport d'Amsterdam-Schiphol** : Situé à environ 9 kilomètres au sud-ouest d'Amsterdam, il est le plus grand et le principal aéroport des Pays-Bas. Il est également l'un des aéroports les plus fréquentés d'Europe. Schiphol offre des connexions vers de nombreuses destinations internationales, ainsi que des vols intérieurs ;
- **L'aéroport de Rotterdam-La Haye** : Situé à environ 5 kilomètres au nord de Rotterdam, cet aéroport est un important centre aérien régional. Il propose des vols vers différentes destinations européennes et des liaisons intérieures ;
- **L'aéroport d'Eindhoven** : Situé à environ 7 kilomètres au nord-ouest d'Eindhoven, cet aéroport est le deuxième plus grand aéroport des Pays-Bas en termes de passagers. Il offre des vols

réguliers vers diverses destinations européennes et des vols saisonniers vers des destinations de vacances populaires ;

- **L'aéroport de Maastricht-Aix-la-Chapelle** : Situé à environ 8 kilomètres au nord-est de Maastricht, cet aéroport dessert principalement des vols de fret et des vols charters. Il est également utilisé pour des vols passagers vers certaines destinations européennes ;
- **L'aéroport de Groningue-Eelde** : Situé à environ 10 kilomètres au sud d'Assen, cet aéroport dessert principalement la région nord des Pays-Bas. Il propose des vols vers diverses destinations européennes et des vols charters.

Ces aéroports néerlandais offrent une gamme de services aux voyageurs, notamment des boutiques, des restaurants, des loueurs de voitures et des connexions de transport terrestre pratiques vers les villes avoisinantes. De plus, ils jouent un rôle clé dans le développement économique et touristique du pays, facilitant les voyages internationaux et les échanges commerciaux.

## 2.7. Dates de vacances scolaires

Les dates des vacances scolaires aux Pays-Bas peuvent varier légèrement selon la région et l'école, mais voici un aperçu général des périodes de congé tout au long de l'année scolaire :

- Vacances d'hiver : également connues sous le nom de vacances de Noël, elles se déroulent généralement pendant deux semaines. Elles commencent autour de la fin décembre et se terminent début janvier.
- Vacances de février : Souvent appelées vacances d'hiver supplémentaires ou vacances de carnaval, elles ont lieu pendant une semaine. Elles ont tendance à tomber à la mi-février, en fonction des régions et des calendriers scolaires spécifiques.
- Vacances de printemps : également connues sous le nom de vacances de Pâques, elles durent généralement deux semaines. Elles ont lieu de fin mars à début avril et sont basées sur les dates de Pâques, qui peuvent varier d'une année à l'autre.
- Vacances d'été : elles sont les plus longues périodes de congé scolaire aux Pays-Bas. Elles commencent généralement début juillet et se terminent à la fin août, totalisant environ deux mois. Les dates exactes peuvent varier légèrement selon les régions et les établissements scolaires.
- Vacances d'automne : également appelées vacances de la Toussaint, elles durent généralement une semaine. Elles ont lieu vers la fin octobre ou le début novembre.

Il convient de noter que les dates exactes des vacances scolaires peuvent être sujettes à des ajustements, et il est recommandé de vérifier le calendrier spécifique de chaque école et région pour obtenir les informations les plus à jour.

Pendant les périodes de vacances scolaires, de nombreuses familles néerlandaises en profitent pour partir en voyage, explorer de nouvelles destinations, passer du temps en famille ou participer à des activités de loisirs. Les destinations populaires pendant les vacances comprennent les parcs d'attractions, les musées, les plages et les régions naturelles des Pays-Bas.

## 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 néerlandaise pour la destination semble en perte de vitesse. Il est à noter que cet intérêt a pratiquement été divisé par trois en l'espace de six années (entre 2003 et 2009) mais semble être en augmentation depuis la sortie de la crise covid. Cela étant dit, chaque année, des pics d'intérêt apparaissent principalement au mois de juillet, 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 **juin 2013**.

---

<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.



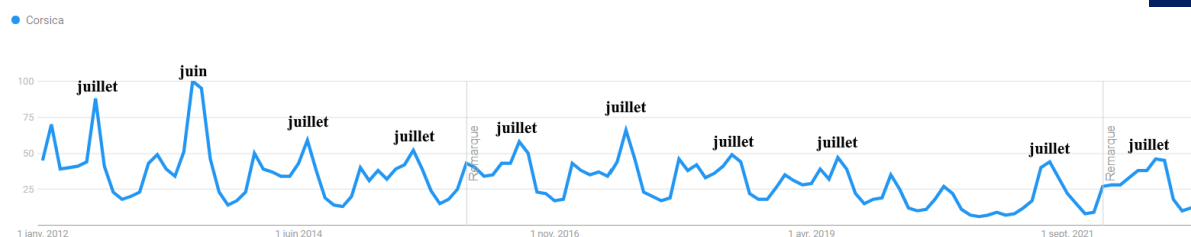


Figure 2 : Intérêt de la destination corse sur le marché émetteur néerlandais depuis 2012 et pics de recherches annuels

Les principaux bassins de clientèles du marché émetteur néerlandais présentant un intérêt pour la destination corse sont les bassins d'Utrecht, Gueldre et Brabant-Septentrional avec des scores respectifs de 100, 87 et 84.



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

L'intérêt pour la Corse semble être présent plutôt sur la partie centrale des Pays-Bas.

### 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, selon 8 thèmes : Booking, Airbnb, GR20, Hotels, Vins, Musique, Conférences et Sports.

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).



Figure 4 : Evolution des recherches pour la thématique « booking » depuis 2012 issues du marché émetteur néerlandais

**Le marché néerlandais étant peu important par rapport à d'autres marchés tels que le marché français ou encore le marché allemand, les données disponibles le concernant restent parcellaires. Ainsi, la thématique « Booking » peut être suivie et analysée. On remarque que l'intérêt pour cette thématique diminue au fil des années.**

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



Figure 5 : Evolution des recherches pour la thématique « Booking » issues du marché émetteur néerlandais en 2022

### 3.3.Recherches de vols en 2022

En 2022, le positionnement de la Corse en tant que destination sur le marché néerlandais fut au plus haut en août 2022 (part de l'index de recherches de vols égal à 877), puis pendant les mois de septembre et juillet.

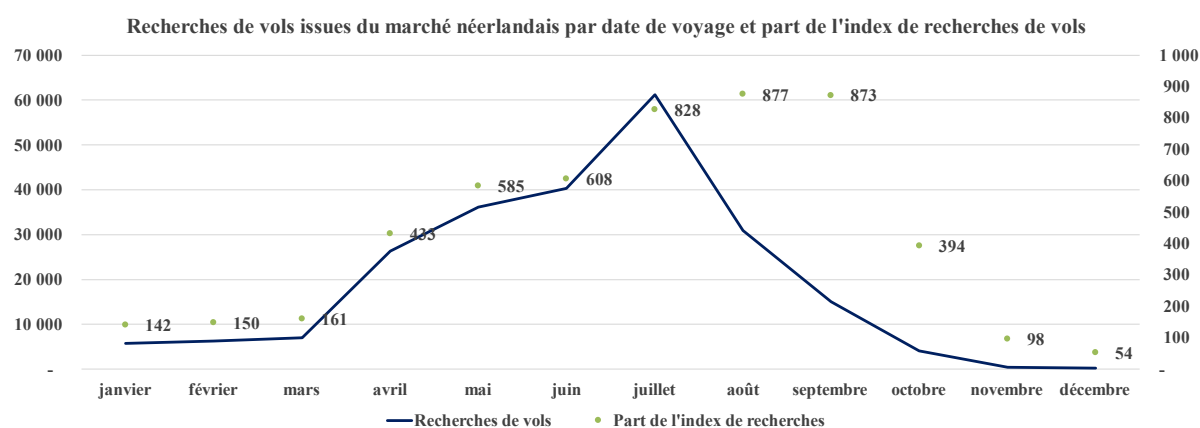


Figure 6 : Recherches de vols réalisées 6 mois en avance, issues du marché néerlandais pour voyager en Corse en 2022 - Source : Mabrian/Travelport

Au mois de juillet, le nombre de recherches de vols issues du marché néerlandais pour voyager en Corse étaient d'environ 60 000. Au même moment, l'index de répartition des recherches<sup>3</sup> était de 828 recherches concernant la Corse sur 1 million de recherches, cela équivaut à dire qu'environ 0,083 % des recherches de vols réalisées à partir du marché néerlandais 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 d'Amsterdam (63,3 %) et Rotterdam (18,7 %).

Ville	Recherches de vols	Répartition de la demande (en %)
<b>Amsterdam</b>	147 955	63,3 %
<b>Rotterdam</b>	43 709	18,7 %
<b>Eindhoven</b>	35 060	15,0 %
<b>Maastricht/Aachen</b>	6 311	2,7 %
<b>Gronigen</b>	467	0,2 %
<b>Autres</b>	-	0,0 %
<b>Total</b>	<b>233 502</b>	<b>100 %</b>

Tableau 1 : Répartition des recherches de vols par villes néerlandaises

#### 3.3.2. Durée de séjour

En moyenne, la durée de séjour est de 9,4 jours pour le marché néerlandais. 39,5 % des recherches concernent une durée de séjour comprise entre 4 et 7 jours, et 39,8 % des recherches, une durée de séjour comprise entre 8 et 15 jours.

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

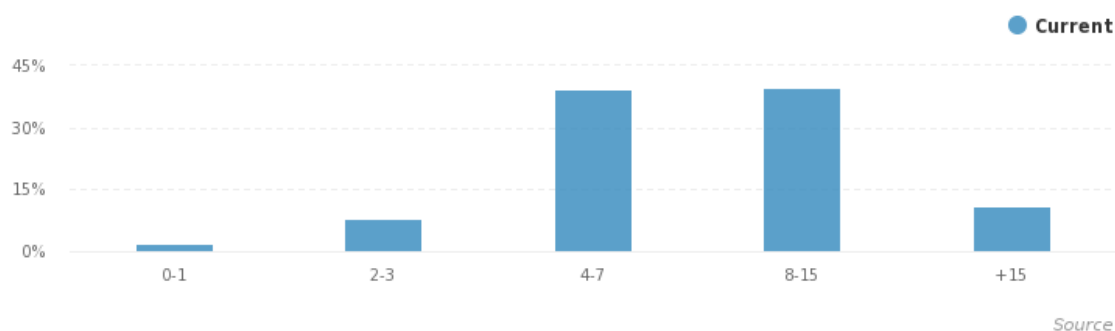


Figure 7 : Durée de séjours issues des recherches de vols effectuées

### 3.3.3. Jours de recherche

Les Néerlandais 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.

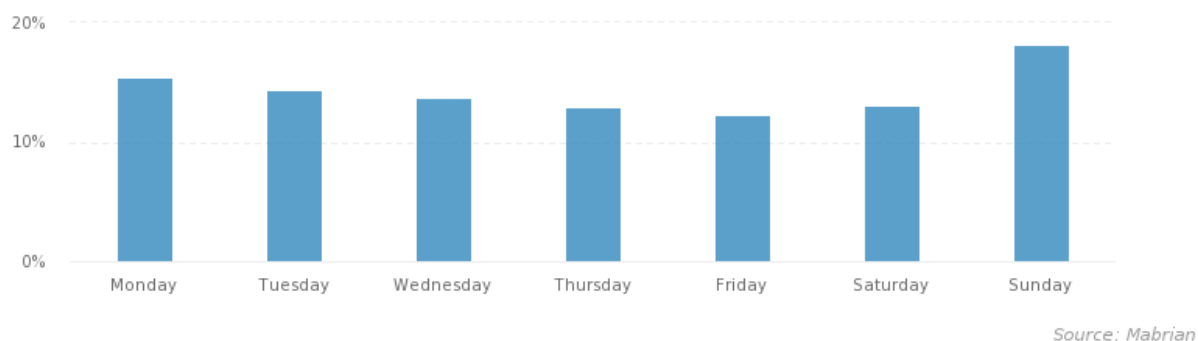


Figure 8 : Répartition des recherches de vols par jour

### 3.3.4. Préparation du séjour

En moyenne, le séjour des clients Néerlandais se prépare 95 jours avant la date de voyage. En effet, 24,1 % d'entre eux effectuent des recherches sur les vols à destination de la Corse entre 0 et 30 jours avant leur départ. Pour 20,4 % des Néerlandais, la recherche s'effectue entre 30 et 60 jours avant leur départ.

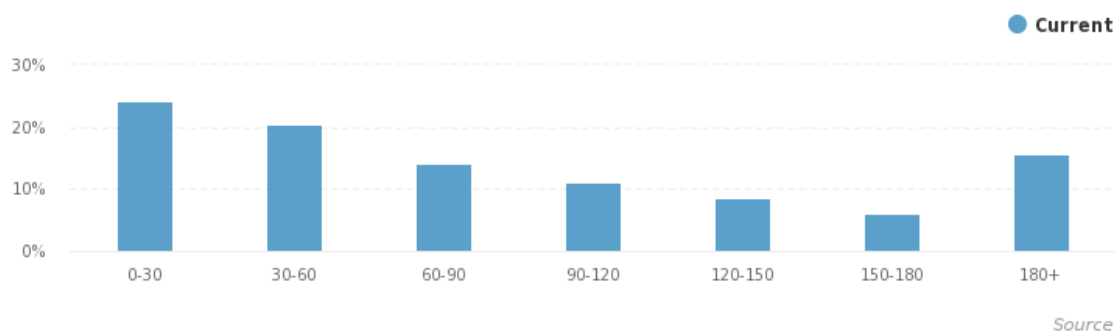


Figure 9 : Délai de préparation du séjour (en jours)

## 3.4. Capacité de vols directs

Il est utile de rappeler au lecteur que le présent chapitre 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 les Pays-Bas et la Corse présentait les caractéristiques suivantes :

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

- 56 vols environ (+100 % YOY<sup>5</sup> - par rapport à la même période l’an dernier) ;
- 9 480 sièges offerts<sup>6</sup> (+100 % YOY), dont :
  - o 0 siège sur les lignes aériennes conventionnelles (eq. YOY) ;
  - o 9 480 sièges sur les lignes aériennes dites « low-cost » (+100 % YOY) ;
- 1 aéroport néerlandais a desservi la Corse (eq. YOY).

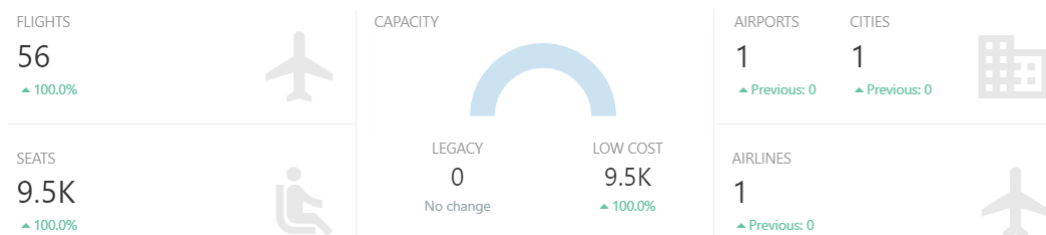
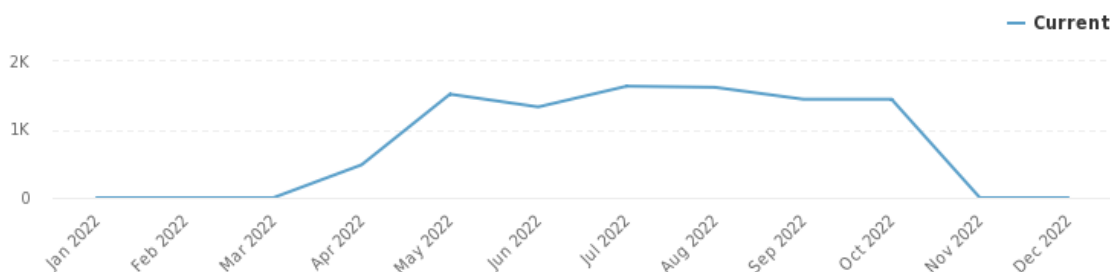


Figure 10 : Capacité aérienne de la Corse sur le marché néerlandais en 2022

### 3.4.2. Capacité annuelle

La capacité mensuelle en 2022 est représentée sur le graphique ci-dessous. Celle de 2021 était nulle.



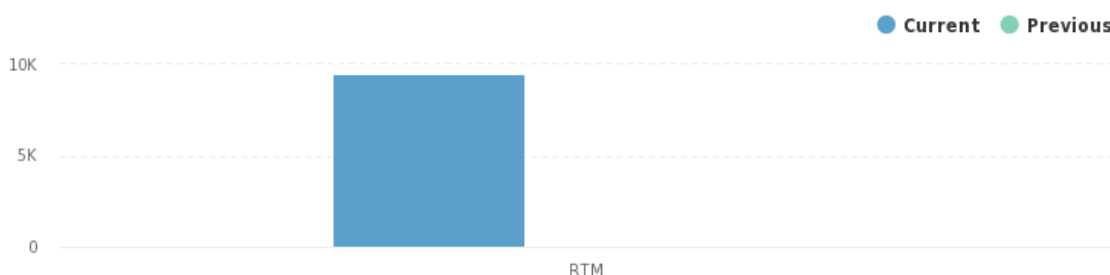
Source: Mabrian

Figure 11 : Capacité mensuelle des vols domestiques (marché néerlandais) en nombre de sièges à destination de la Corse – 2022

L’augmentation du nombre de sièges est uniquement due à la compagnie Transavia (+9 480 sièges soit +100 % YOY) qui était la seule à opérer sur ce marché pendant l’année 2022.

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

Le principal (et le seul) aéroport néerlandais desservant la Corse en 2022 est l’aéroport de Rotterdam The Hague.



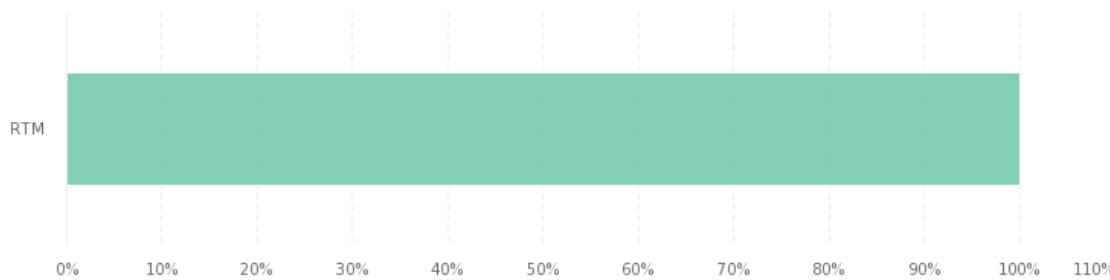
Source: Mabrian

Figure 12 : Principaux aéroports néerlandais de départ à destination de la Corse

Environ 9 480 sièges étaient offerts à partir de Rotterdam en 2022.

<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’).

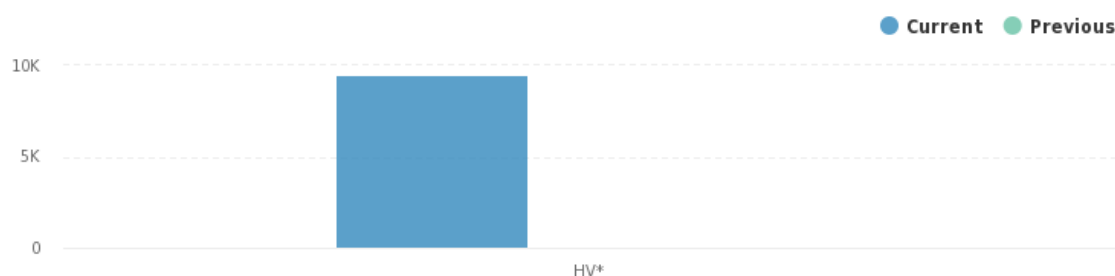


Source: Mabrian

Figure 13 : Variation du nombre de sièges offerts des principaux aéroports néerlandais de départ à destination de la Corse

### 3.4.4. Principales compagnies desservant la Corse

En 2022, la seule compagnie opérant sur le marché néerlandais à destination de la Corse est la compagnie low-cost Transavia.



Source: Mabrian

Figure 14 : Principales compagnies desservant la Corse en 2022 (offres en nombre de sièges)

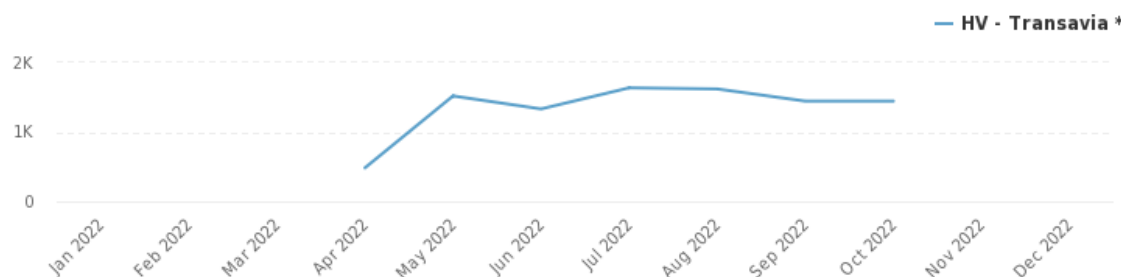
En 2022, Transavia proposa 100 % de sièges supplémentaires par rapport à l'année précédente.



Source: Mabrian

Figure 15 : Variation de l'offre en nombre de sièges des principales compagnies desservant la Corse – 2022 vs 2021

Transavia était active sur le marché néerlandais durant les mois d'avril à octobre 2022.



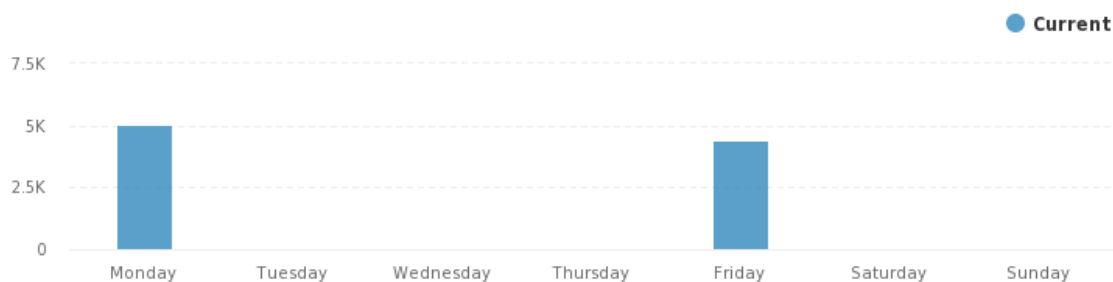
Source: Mabrian

Figure 16 : Evolution de la capacité mensuelle par compagnie aérienne

### 3.4.5. Jours d'arrivées

Pendant l'année 2022, les seuls jours d'arrivées des vols en partance des Pays-Bas et à destination de la Corse étaient le lundi et le vendredi.



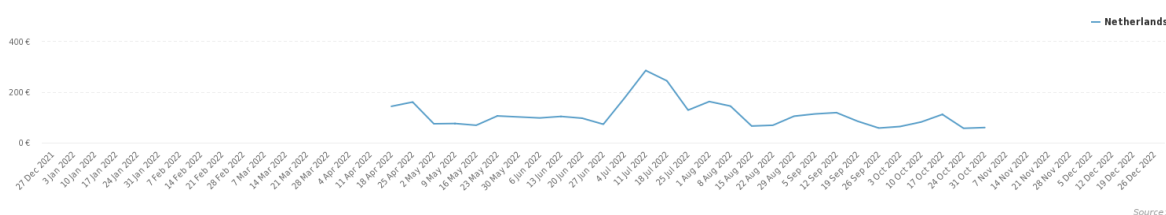


Source: Mabrian

Figure 17 : Jours d'arrivées en Corse à partir des vols arrivant du marché néerlandais

### 3.5. Prix des vols

Pendant l'année 2022, les prix des vols pratiqués par la compagnie Transavia à partir des Pays-Bas oscillent entre 57 € et 286 €. Le prix moyen constaté sur l'année est d'environ 111 €.



Source: Mabrian

Figure 18 : Prix des vols pratiqués pendant l'année 2022 au départ des Pays-Bas à destination de la Corse

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

#### 3.6.1. Demande annuelle

Le principal bassin émetteur néerlandais est Amsterdam qui représente environ 64 % des recherches de vols à destination de la Corse, soit environ 148 000 recherches sur l'année 2022. Rotterdam représente 18,7 % (43 700) des recherches de vols.

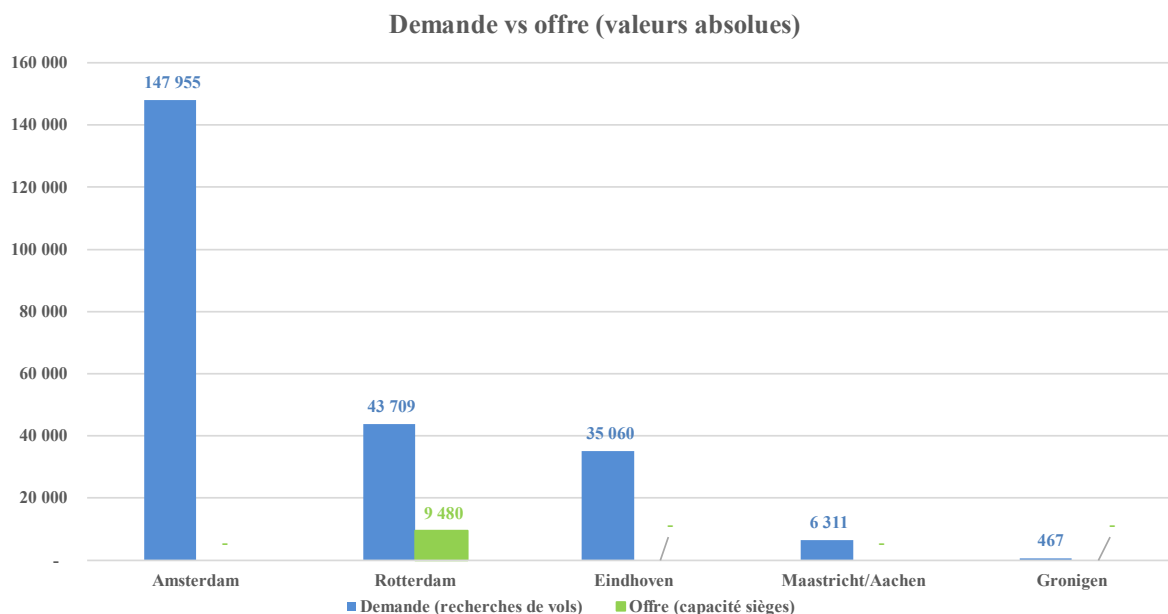


Source: Mabrian

Figure 19 : Principaux bassins émetteurs néerlandais 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 néerlandais 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 148 000 recherches de vols étaient issues de la ville d'Amsterdam.

Pour la même période, la compagnie Transavia offrait environ 9 500 sièges au départ de Rotterdam 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 d'Amsterdam où l'offre en sièges est inexistante.

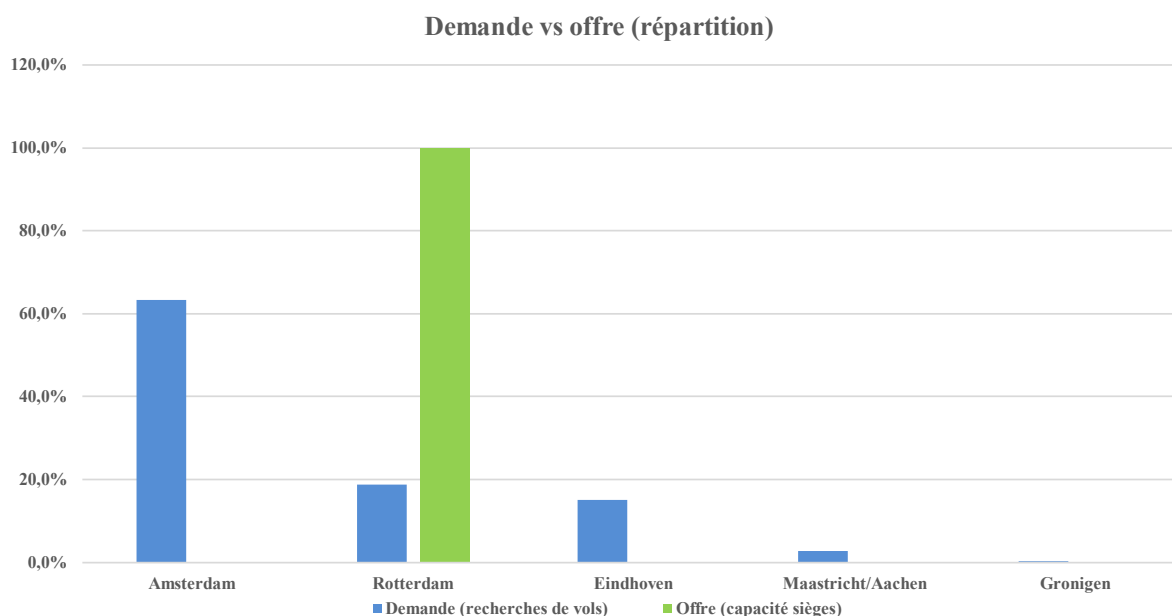


Figure 20 : Comparaison de la capacité disponible (valeurs absolues et relatives) en nombre de sièges offerts par ville avec la demande en recherche de vols par ville

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 néerlandais pour le territoire corse sur l'année 2022.

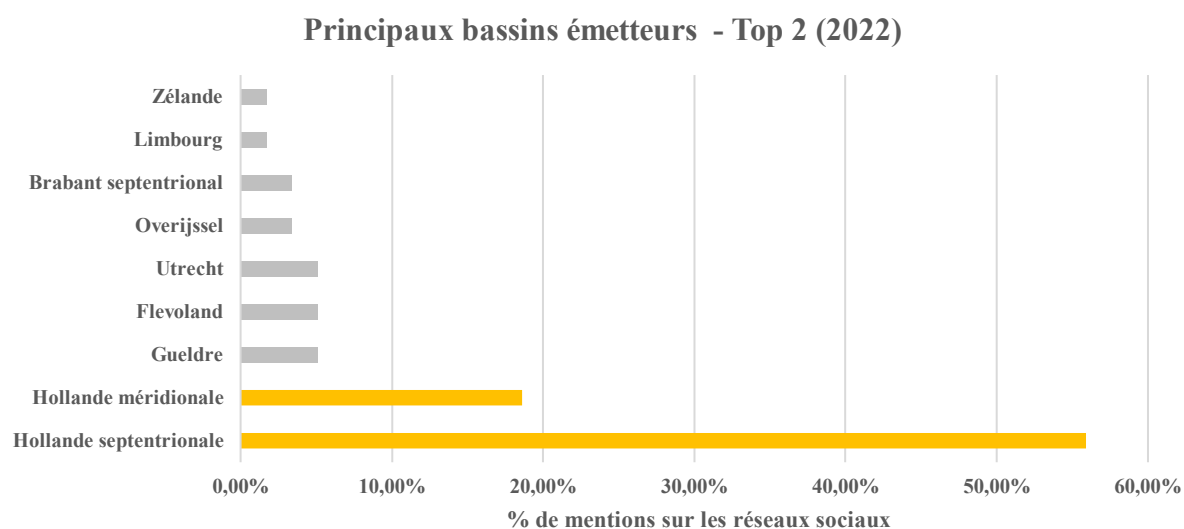


Figure 21 : Détermination des principaux bassins émetteurs néerlandais au regard du nombre de mentions sur les réseaux sociaux

Ainsi, le canton de la Hollande septentrionale, situé au nord ouest des Pays-Bas, semble être le premier bassin émetteur du marché néerlandais. Il représente environ 56 % des mentions effectuées sur les réseaux sociaux concernant la Corse en tant que destination touristique. Il est suivi par le bassin de la Hollande méridionale, qui représente quant à lui environ 19 % des mentions.

Globalement, toutes régions confondues, les mentions relatives à la Corse en tant que destination touristique et issues du marché néerlandais semblent être actives toute l'année.

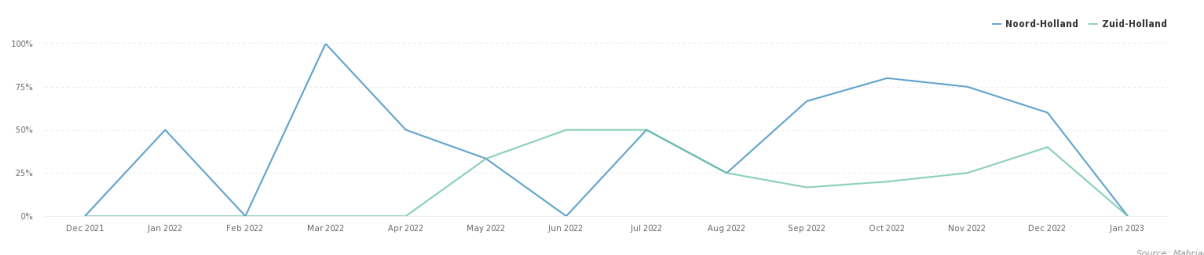


Figure 22 : Evolution mensuelle des mentions sur les réseaux sociaux

### 4.2. Données socio-démographiques

#### 4.2.1. Genre

Les données fournies par MABRIAN concernant le marché néerlandais ne sont que parcellaires au regard de la petite taille de ce marché. Cependant, en fonction des deux principaux bassins émetteurs, nous sommes en mesure de déterminer le genre des personnes effectuant des recherches au sujet de la destination corse en tant que destination touristique pour le marché néerlandais.

En moyenne, environ 6,1 personnes sur 10 mentionnant la Corse sur Twitter et Instagram sont des hommes.

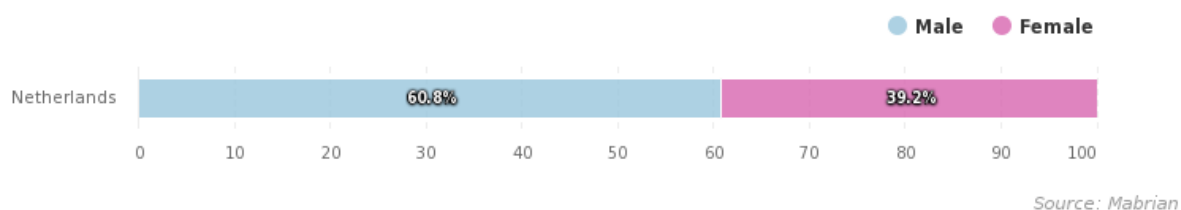


Figure 23 : Répartition par genre de la clientèle néerlandaise

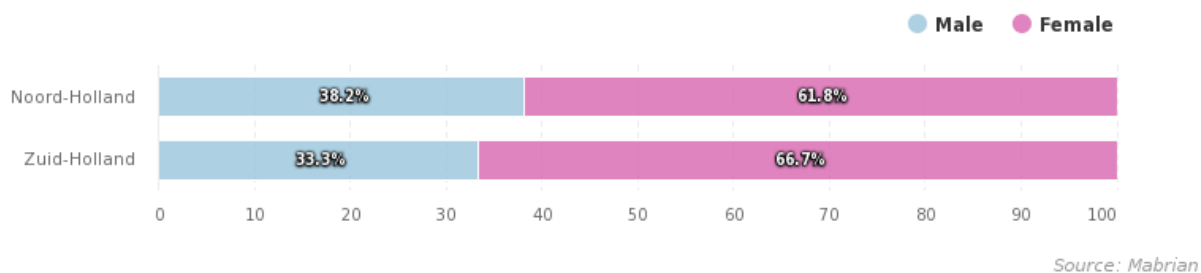


Figure 24 : Répartition par genre de la clientèle néerlandaise issue des principaux bassins émetteurs

#### 4.2.2. Âge

Les données fournies par MABRIAN expliquent qu'environ 50 % des néerlandais ont entre 25 et 54 ans. Seulement 6,3 % ont entre 18 et 24 ans.

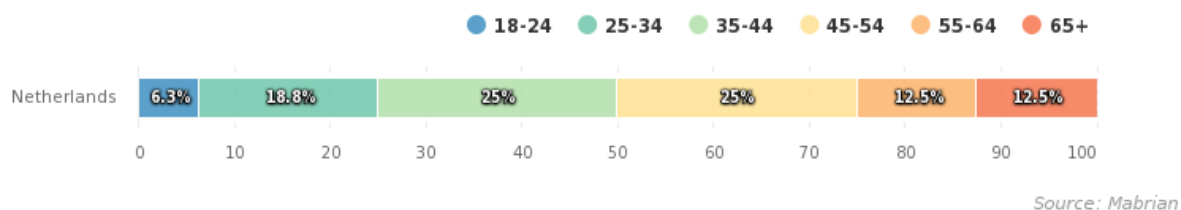


Figure 25 : Répartition par âge de la clientèle néerlandaise

### 4.3. Perception de la destination corse

Les données fournies par MABRIAN au sujet de la perception de la destination corse par le marché néerlandais sont très parcellaires. Les indicateurs tels que le GTPi<sup>7</sup>, le PSi<sup>8</sup> ou le PCi<sup>9</sup> restent ainsi inconnus. Seul 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 néerlandaise semble faible (égal à 5,83/10).

<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 perçue 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.

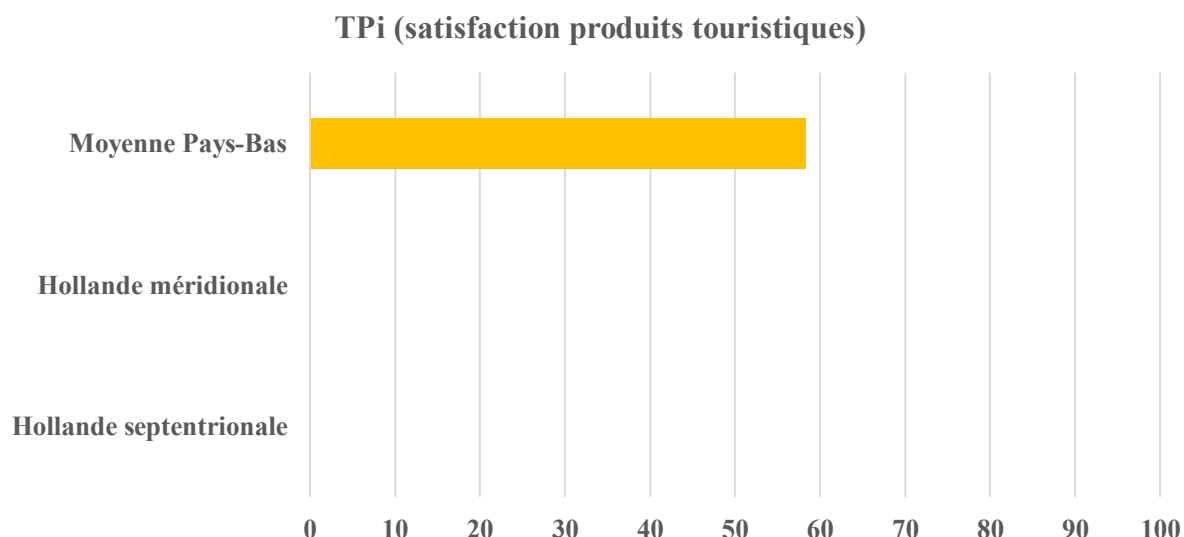


Figure 26 : Indice de satisfaction des produits touristiques (TPI) de la clientèle néerlandaise issue des principaux bassins émetteurs concernant la Corse

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

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

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

Malheureusement, les données concernant l'âge pour le marché émetteur néerlandais 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 termes de satisfaction de l'hébergement marchand par la clientèle néerlandaise. 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 néerlandaise.

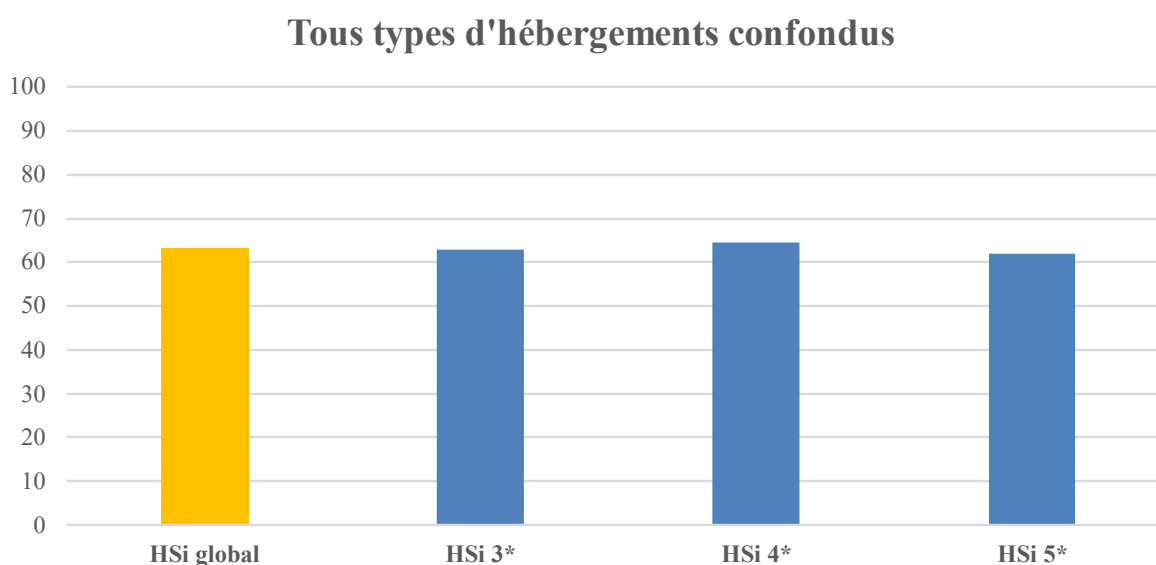


Figure 27 : HSi (tous types d'hébergements confondus) pour la destination corse par la clientèle néerlandaise

<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.



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 correct (car proche de 6). Il est en dessous de la moyenne pour les catégories 3\* et 4\*. Pour rappel, le HSi exprime la perception de la qualité des hôtels corses par la clientèle néerlandaise.

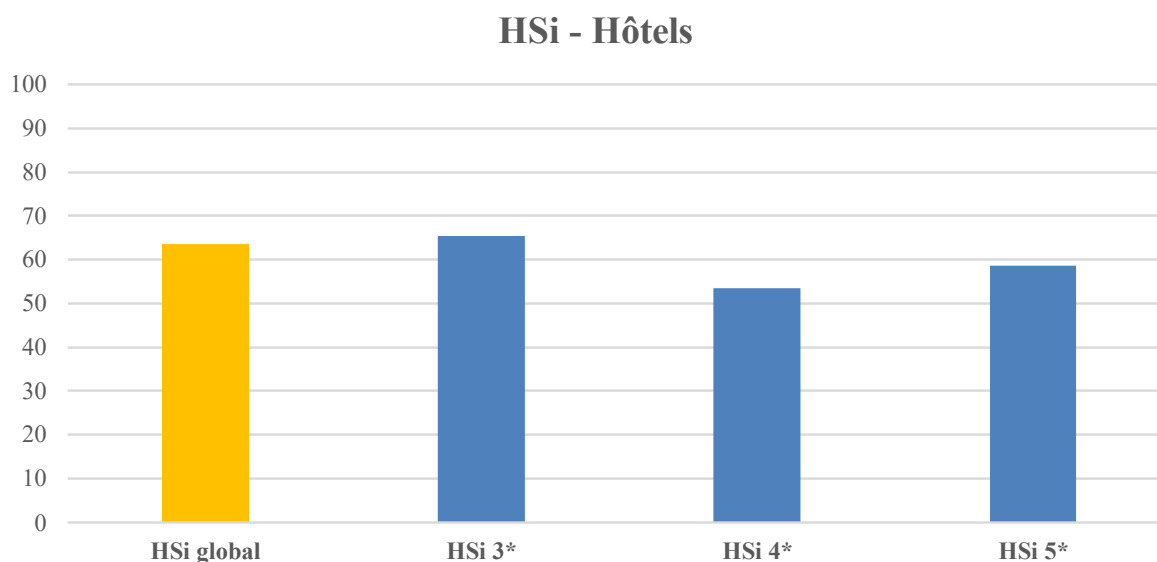


Figure 28 : HSi des hôtels pour la destination corse par la clientèle néerlandaise

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

Parmi les 136 résidences ayant fait l'objet d'une analyse de la qualité sur l'année 2022, 94 étaient de catégorie 3\*, 37 de catégorie 4\* et 5 de catégorie 5\*.

Globalement, le HSi déduit de cette analyse<sup>14</sup> est correct (légèrement inférieur 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 néerlandaise.

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

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

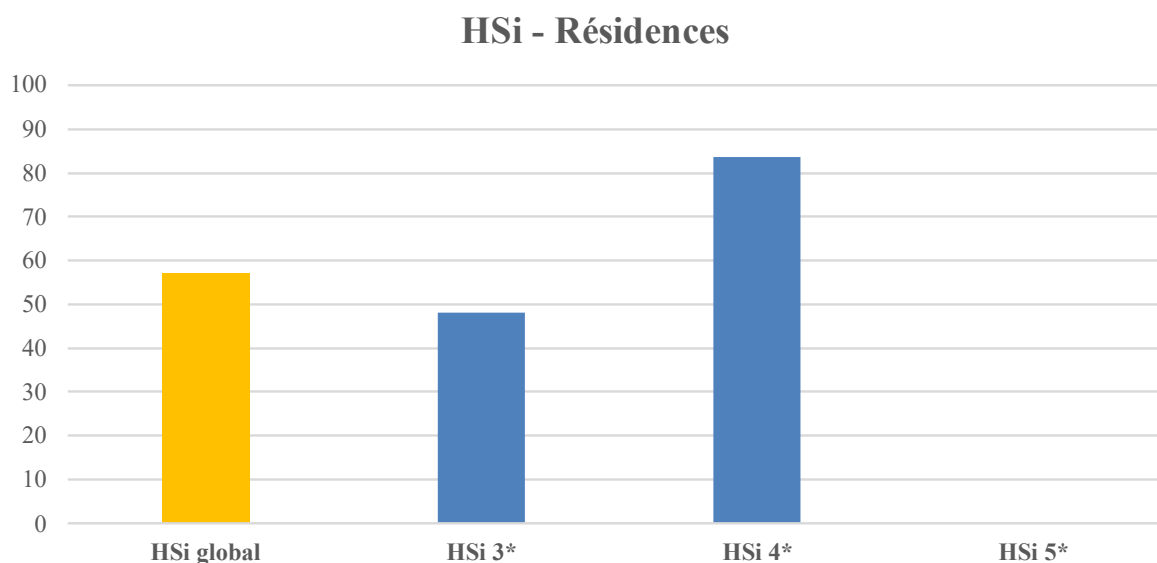


Figure 29 : HSi des résidences de tourisme et résidences de vacances pour la destination corse par la clientèle néerlandaise

### 5.1.HSi campings

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

## 6. Dépense touristique de la clientèle néerlandaise

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 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 25.

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.

### Distribution mensuelle des dépenses internationales

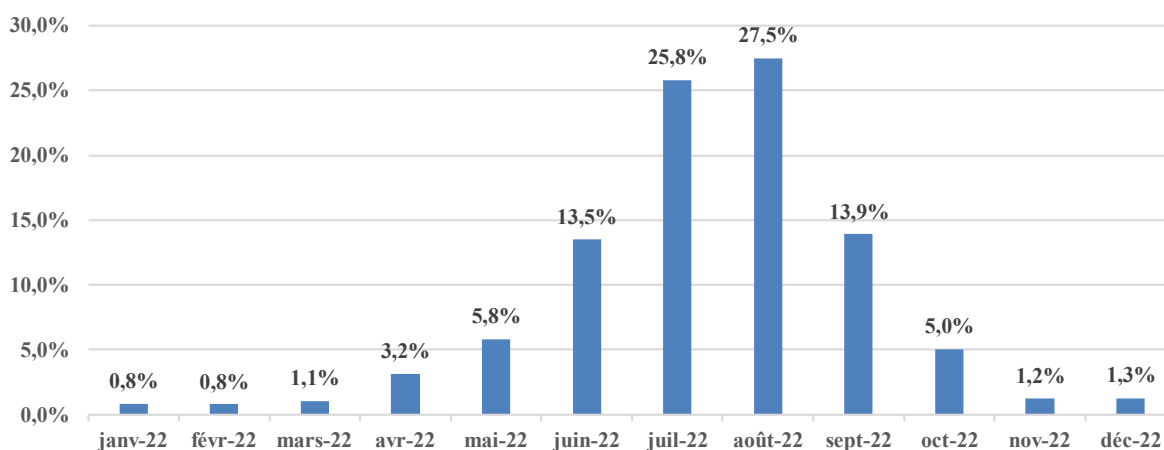


Figure 30 : Distribution mensuelle des dépenses internationales

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.

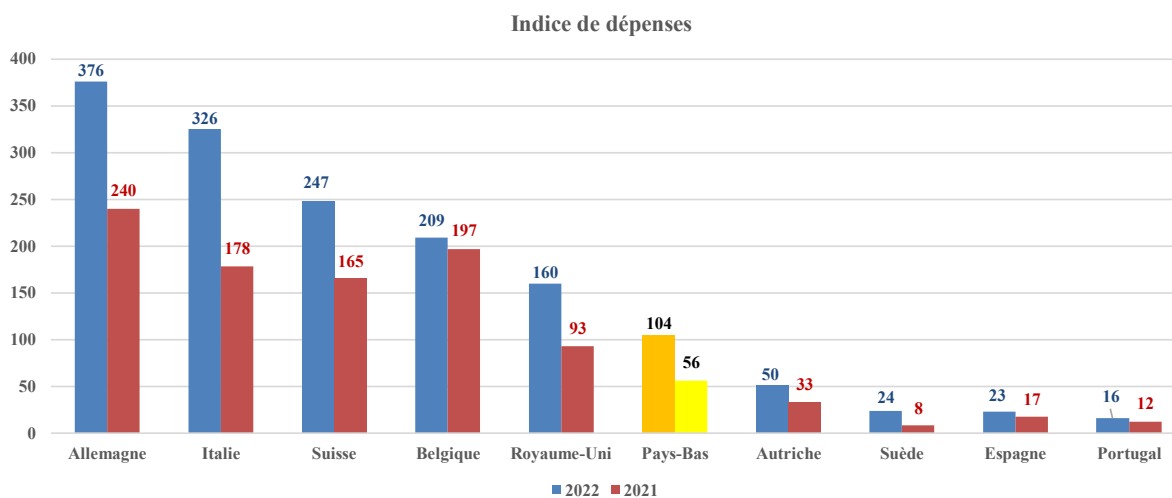


Figure 31 : Indice de dépenses par marché émetteur - comparaison 2022 vs 2021

Ainsi, les Pays-Bas sont le sixième marché émetteur en termes d'indice de dépenses avec un indice égal à 104 en 2022. Cela signifie que les dépenses issues du marché néerlandais sont supérieures de 4 % à la moyenne des marchés analysés. 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.

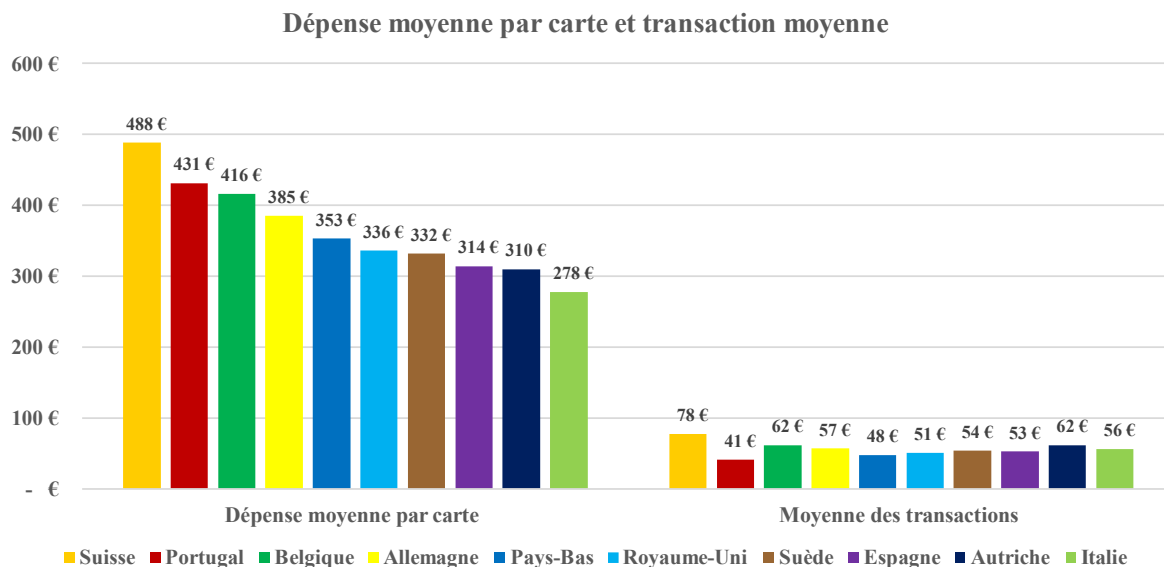


Figure 32 : Dépense moyenne par carte et transaction moyenne par marché émetteur

La clientèle néerlandaise présente une dépense moyenne par carte inférieure à la moyenne égale à 353 €. Elle présente également une moyenne de transactions plus faible : 48 €.

### 6.4. Dépenses effectuées par catégories de marchands

En moyenne, en 2022, parmi les dépenses réalisées par la clientèle néerlandaise, 26,2 % étaient destinées aux dépenses liées à la restauration, et 16,5 % aux dépenses d’hébergement. La clientèle néerlandaise se démarque justement par le fait qu’elle est la deuxième clientèle qui dépense le plus pour la catégorie « Restauration », après la clientèle suédoise. Elle est également une de celles qui dépense le moins pour la catégorie « Alimentation et épicerie ».

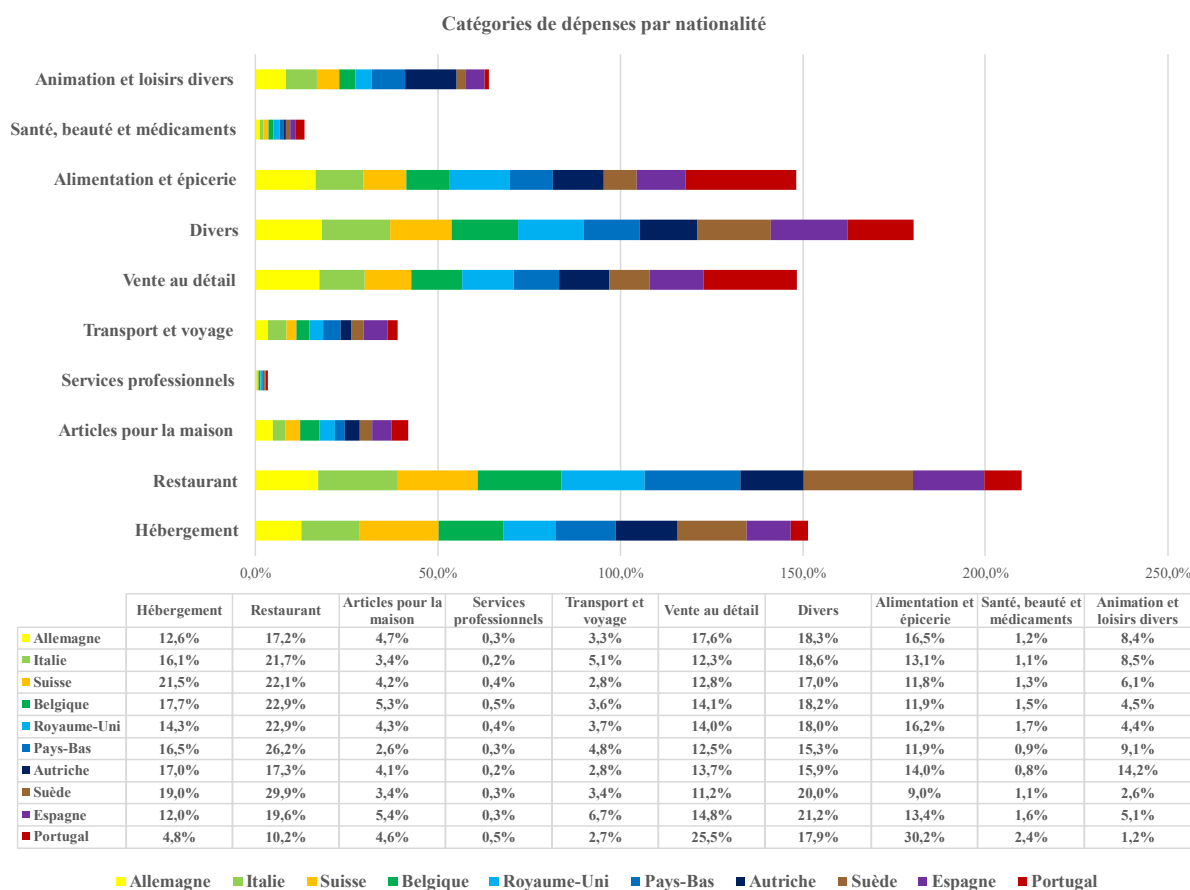


Figure 33 : Catégorie de dépenses par marché émetteur et tableau détaillé

## 7. Conclusion

Ainsi, les Pays-Bas s'avèrent présenter les caractéristiques d'un marché présentant de vraies opportunités de développement en termes de lignes aériennes.

Le PIB par habitant du pays est d'environ 53 000 € versus 36 000 € pour le marché français.

La demande issue des bassins d'Amsterdam et Rotterdam représente une véritable opportunité pour la Corse de se connecter de manière pérenne à un hub international (aéroport d'Amsterdam Schiphol) et d'attirer à la fois de la clientèle néerlandaise mais également des clientèles transitant sur ce hub (plus de 300 destinations dont 120 intercontinentales en 2019).

Il faut également rappeler que cet aéroport est la base principale de la compagnie aérienne KLM et qu'il est le troisième aéroport du continent européen en nombre de voyageurs après Londres-Heathrow et Paris-Charles-de-Gaulle.

Problématique majeure : la durée totale d'un vol Amsterdam – Ajaccio est d'environ 03h15 minutes, ce qui complexifie la pénétration de ce marché en termes de développement et de pérennisation de lignes existantes.

L'intérêt de la population néerlandaise pour la Corse semble en perte de vitesse depuis les dix dernières années. Les demandes de vols issues des principaux bassins de population que sont Amsterdam et Rotterdam restent tout de même assez importantes pour envisager des études plus poussées sur la potentialité de pénétration de ce marché entre les mois d'avril à novembre.

En conclusion, le marché néerlandais est une réelle opportunité de développement pour la destination corse dans les prochaines années via l'ouverture de lignes aériennes connectant Amsterdam Schiphol à Ajaccio ce qui permettrait de contribuer à une internationalisation plus importante de la clientèle touristique visitant la Corse annuellement.



## 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 de 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 € divisée 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