



Bilan saisonnier 2018 de l'Observatoire touristique



72%
Clientèle
française

Les
+

- Accueil
- Paysages
- Produits locaux

Sommaire

Introduction	p. 4
---------------------------	------

A. Volet quantitatif

I. La fréquentation

1. Les clients renseignés en vis-à-vis à Office de Tourisme	5
2. Les flux entrants à l'Office de Tourisme	6
3. a) Observation des flux aériens à l'aéroport Napoléon Bonaparte.....	7
b) Ventilation des flux aériens sur les 4 aéroports de l'île (mai à septembre 2018)	8
4. a) Observation des flux maritimes sur le port d'Ajaccio	9
b) Ventilation des flux maritimes sur les 7 ports de l'île (mai à septembre)	10
5. Le nombre de croisiéristes renseignés à l'OIT et leur nationalité.....	11/12
6. Les taux d'occupation dans les hôtels sur le territoire CAPA en 2018, comparatif avec 2017	13
7. A propos de notre site web ajaccio-tourisme.com	14
Fréquentation sur ajaccio-tourisme.com les 3 dernières années	15

B. Volet qualitatif

II. L'identification des clients

- 1. Répartition des typologies visiteurs de l'OIT 16/17
- 2. Les 10 principales nationalités étrangères (avril-octobre 2018) 18
- 3. Ventilation des régions émettrices avril- octobre 2018 19

III. Les comportements touristiques

- 1. Les moyens utilisés pour préparer son séjour 20
- 2. Les raisons du choix de la destination21
- 3. Ventilation des transports utilisés sur place22/23
- 4. Ventilation des hébergements choisis24/25
- 5. Les demandes d'activités..... 26/27

IV. Appréciation des niveaux de satisfaction et ressentis de la clientèle

- 1. Le tableau de satisfaction selon différents thèmes 28
- 2. Partie réponses ouvertes : Points positifs/ Points à améliorer 29

Conclusion 30

INTRODUCTION

L'Office Intercommunal de Tourisme du Pays d'Ajaccio s'est doté au printemps 2016 d'un Observatoire touristique territorial.

L'objectif de la création de celui-ci est double.

Il permet d'orienter selon les résultats des différentes études, les choix stratégiques opérationnels de l'Office de Tourisme mais aussi des structures extérieures qu'elles soient dans le domaine public ou privé.

Cet observatoire s'appuie sur des indicateurs la plupart du temps internes, mais aussi externes avec les contributions d'organismes tels que l'INSEE, la CCI de la Corse du sud ou encore l'Observatoire Régional des Transports de la Corse.

Les outils mis en place par l'OIT pour mener à bien ces études sont les suivants :

- Cellule de comptage infra-rouge mesurant les flux de visiteurs à l'Office de Tourisme
- Le logiciel Tourinsoft mis à disposition des conseillers en séjour qui leur permet d'enregistrer les informations qualitatives et quantitatives sur les clientèles renseignées.
- Un questionnaire distribué durant la phase de préparation du séjour
- Une enquête de satisfaction destinée aux visiteurs une fois rentrés de leur voyage.

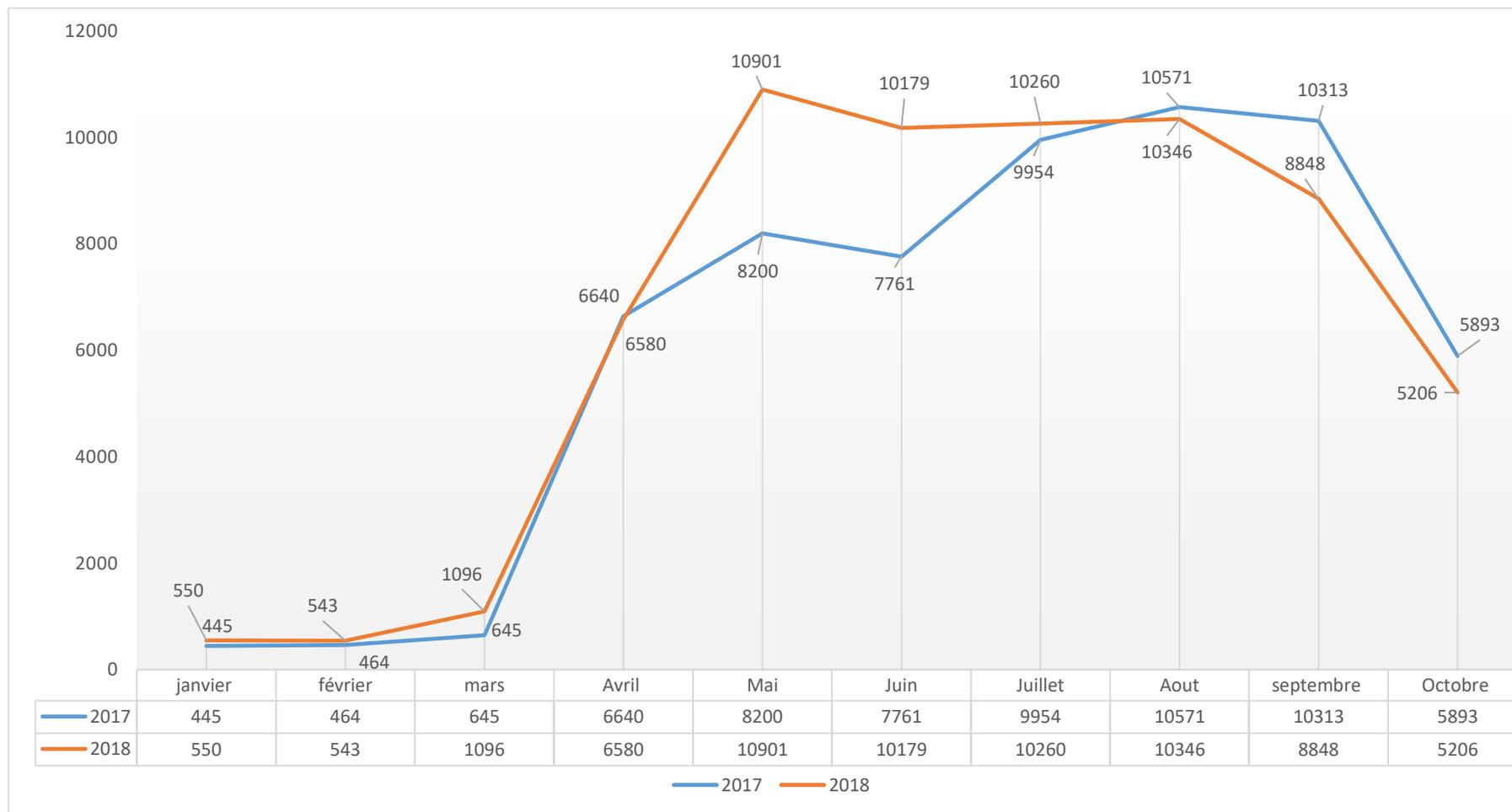
Ces indicateurs nous permettent de suivre les tendances en termes de fréquentation (de clientèles ou dans le domaine numérique), un volet plus qualitatif avec l'identification de ces clientèles et leurs comportements touristiques.

Enfin, le dernier volet concerne les niveaux de satisfaction et le ressenti des visiteurs de notre territoire.

A. Volet Quantitatif

I. La fréquentation

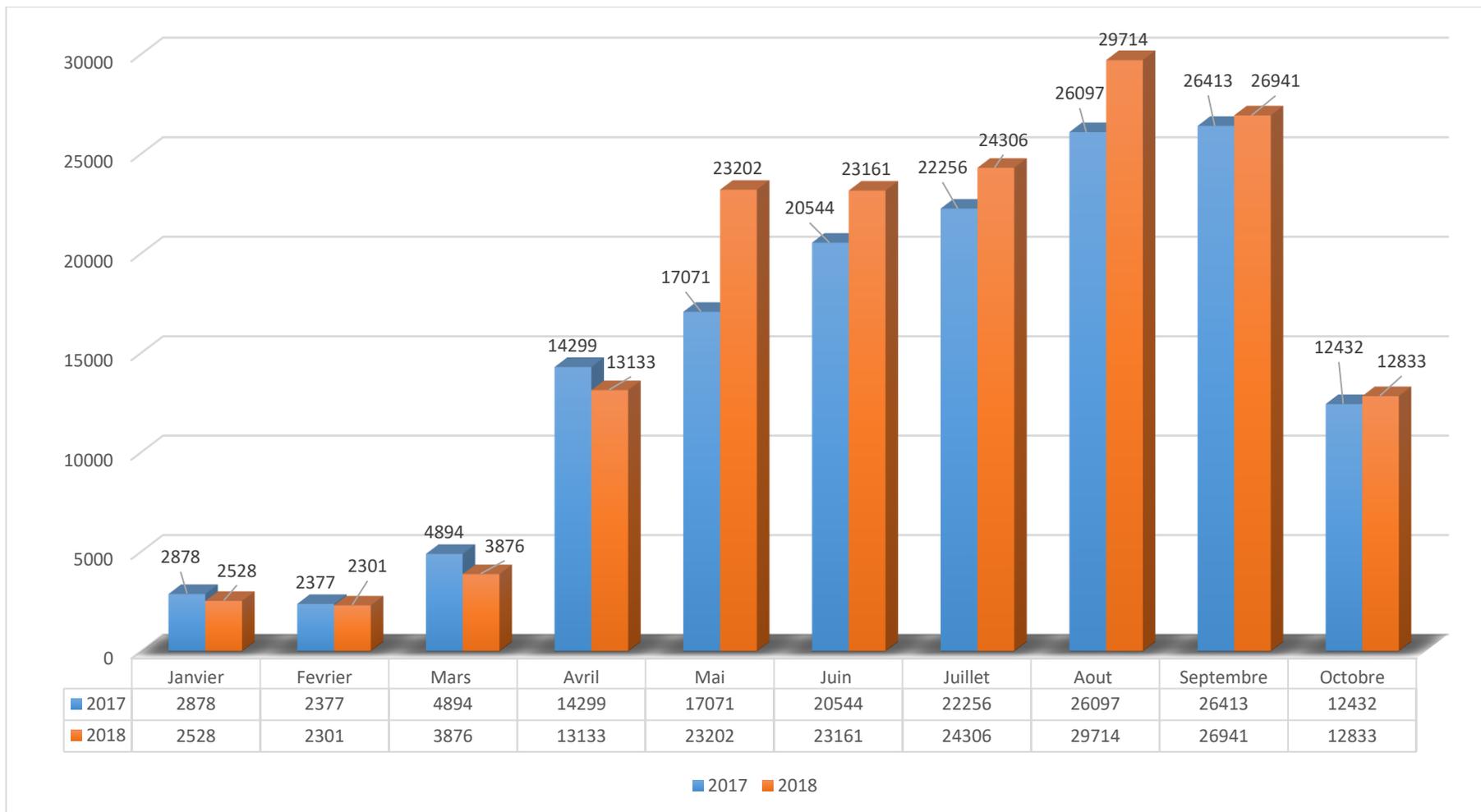
1. Les clients renseignés en vis-à-vis à Office de Tourisme



Source OIT : Nombre de visiteurs renseignés et enregistrés par les conseillers en séjour sur le logiciel Tourinsoft

Remarques : Nous avons renseigné **64 509 clients** entre janvier et octobre 2018, soit **5.95%** de plus que l'année précédente sur la même période.

2. Les flux entrants à l'Office de Tourisme

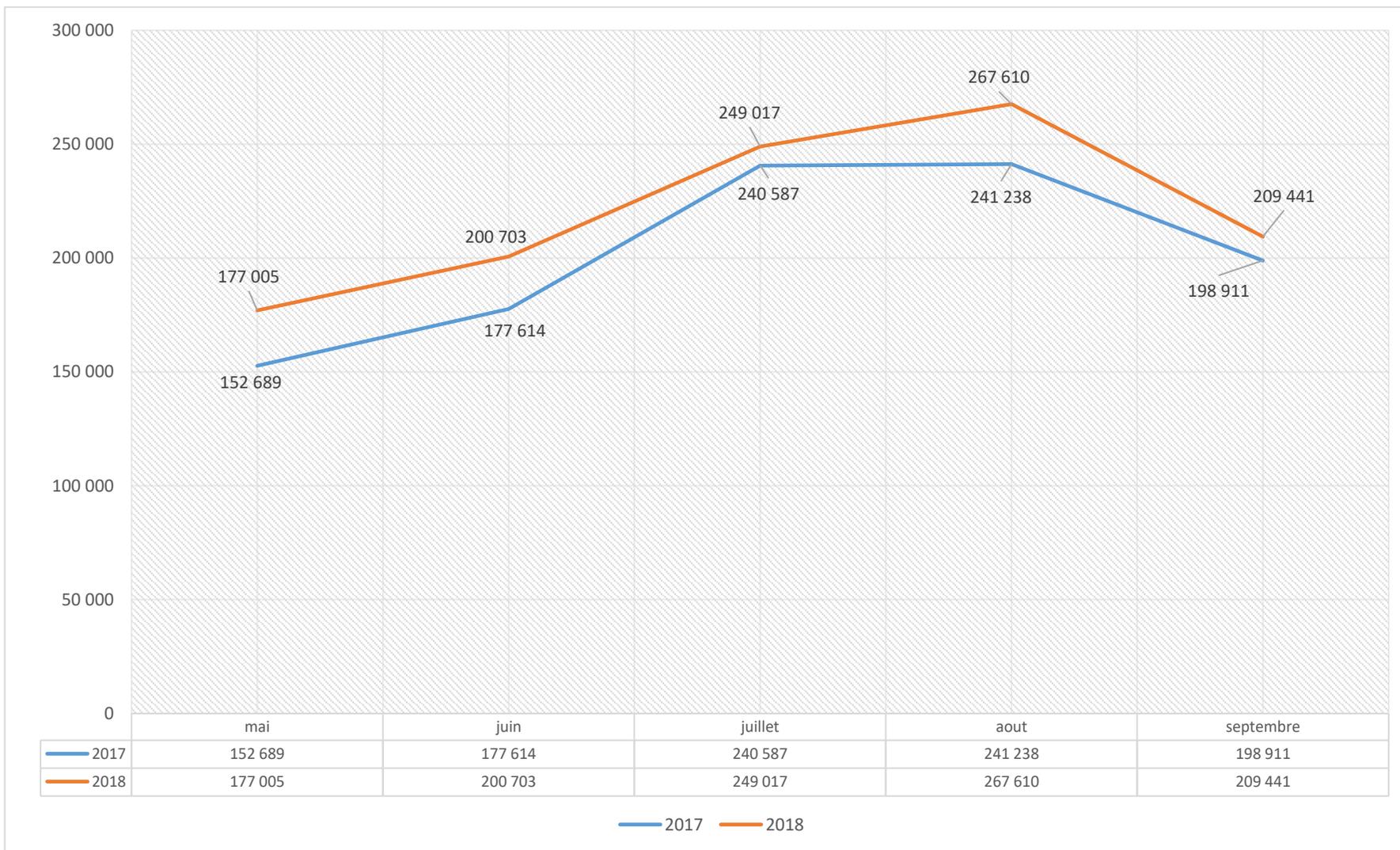


Source OIT : Nombre d'entrées comptabilisées par la cellule de comptage

Nous avons accueilli **162 016 visiteurs** entre janvier et octobre 2018 soit **8.55%** de plus que 2017 sur la même période.

Cette hausse a été freinée durant la période du printemps par les mauvaises conditions météorologiques. Celles-ci ont très certainement eu un impact sur les courts séjours.

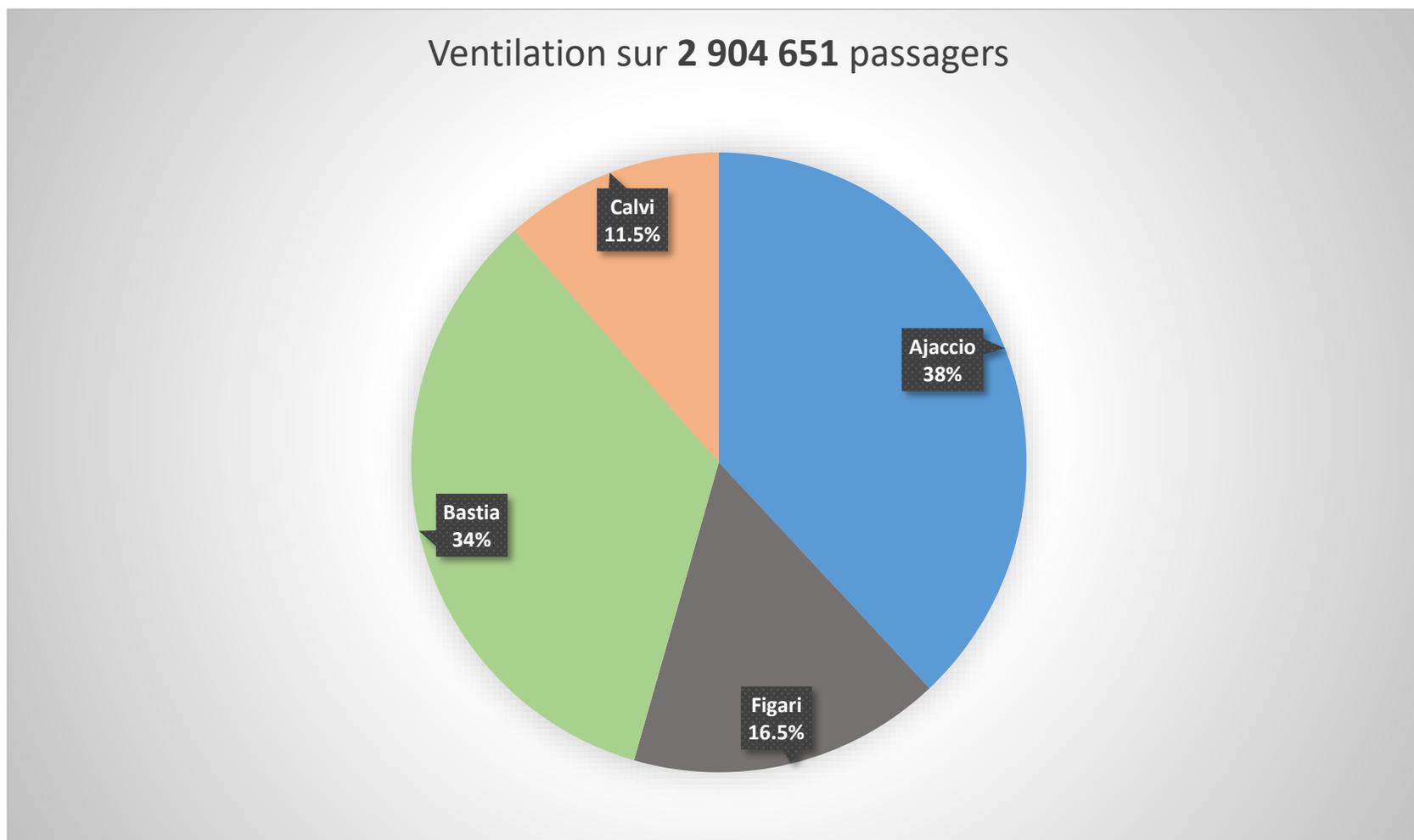
3. a) Observation des flux aériens à l'aéroport Napoléon Bonaparte



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

En moyenne, le transport aérien est en hausse de **9.17 %** par rapport à 2017.

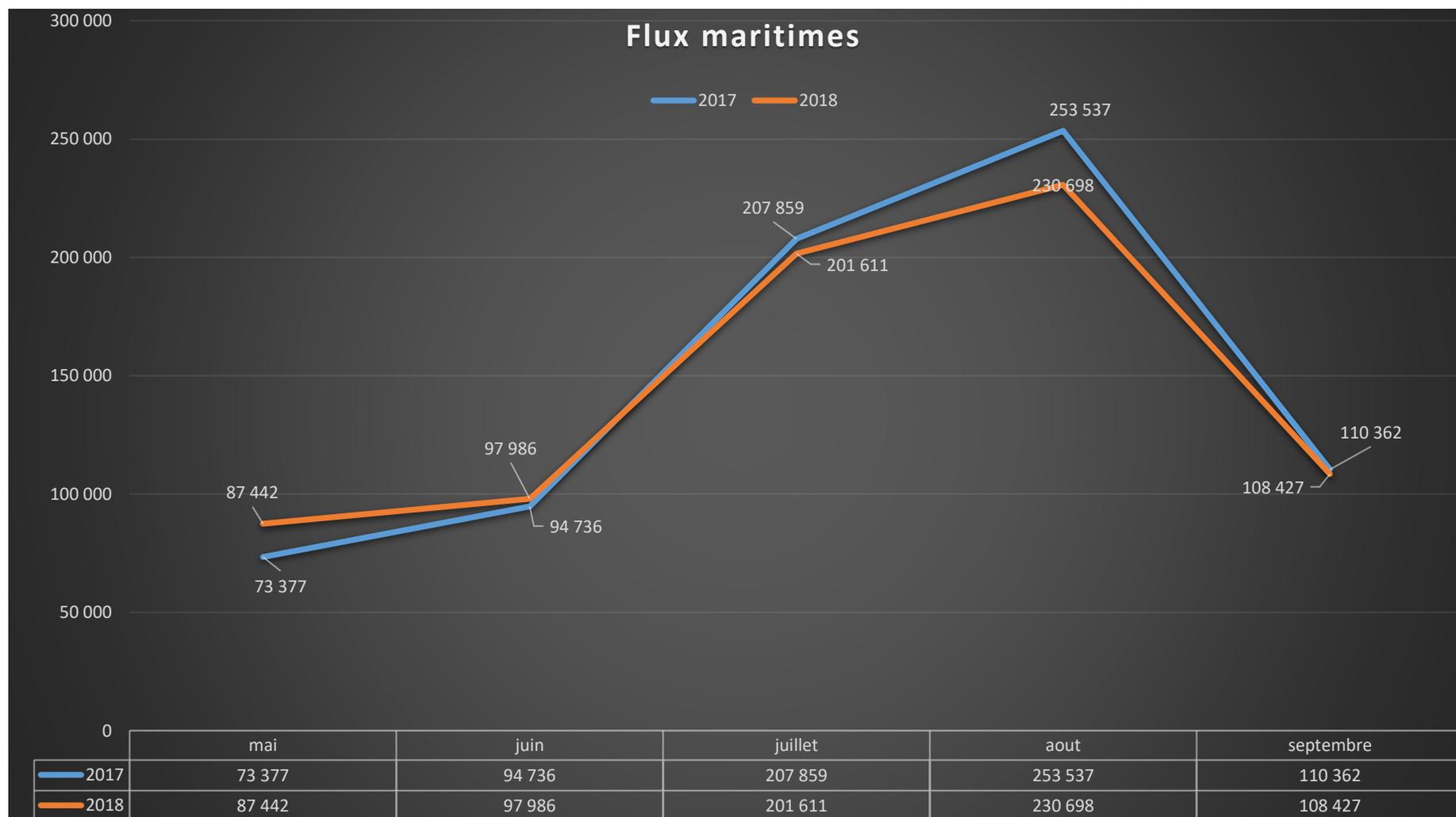
b) Ventilation des flux aériens sur les 4 aéroports de l'île (mai à septembre 2018)



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

Le transport aérien connaît une hausse de fréquentation de **+ de 8%** tous aéroports confondus.

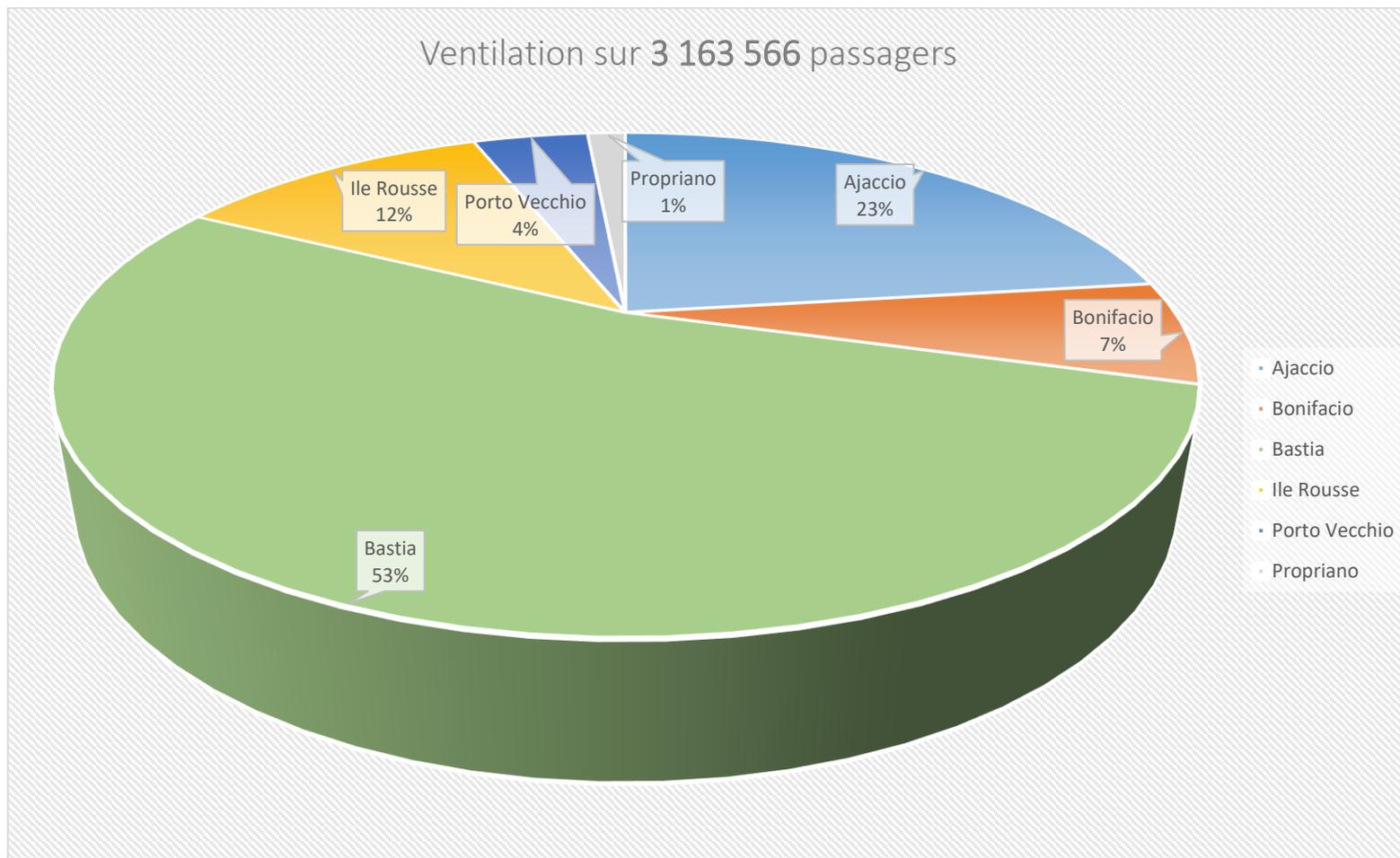
4. a) Observation des flux maritimes sur le port d'Ajaccio



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

Le transport maritime connaît une légère baisse de **1.85%** par rapport à 2017.

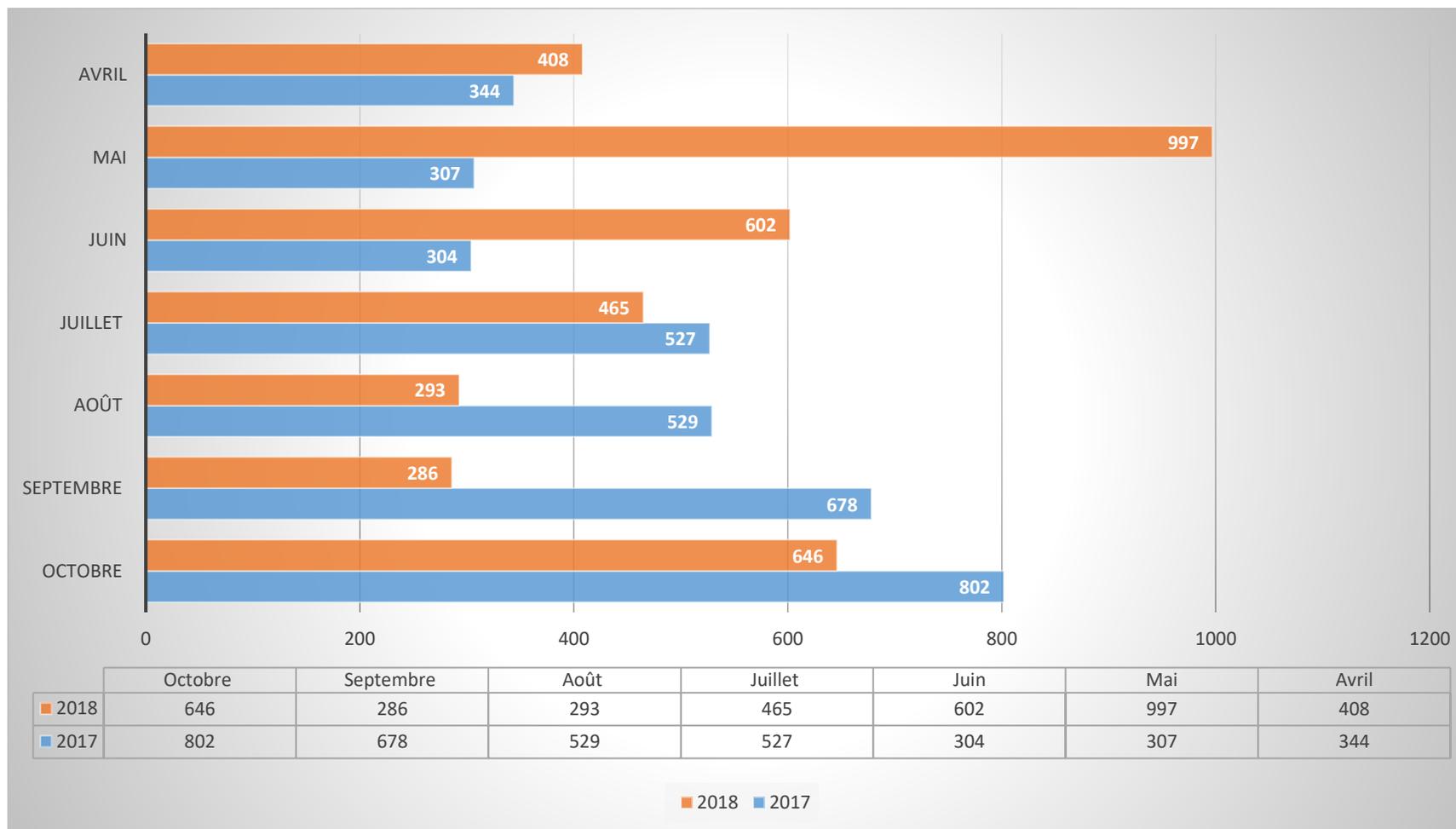
b) Ventilation des flux maritimes sur les 7 ports de l'île (mai à septembre)



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

Remarque : Au même titre que l'année précédente, le port de Bastia concentre plus de la moitié des voyageurs qui utilisent la voie maritime pour se rendre sur l'île parmi les 7 ports.

5. Le nombre de croisiéristes renseignés à l'OIT et leur nationalité



Cette clientèle connaît une très forte hausse en avant saison sur les mois d'avril, mai et juin, leur présence à l'office de Tourisme est multipliée par 2, puis accuse une baisse durant les 2 mois de haute saison (juillet et août).

Les escales sur le port d'Ajaccio ont en effet été plus nombreuses en 2018 sur les 3 mois d'avant saison (+19) et moins nombreuses sur juillet/août (-9) (source site de la CCI de la Corse du Sud)

Les principales nationalités de croisiéristes enregistrés au guichet de l'OIT sont les suivantes :

- Les Allemands qui représentent plus de 31% des visiteurs renseignés
- Les Espagnols quasiment 18%
- Les Américains environ 15%

En 4^{ème} et 5^{ème} position viennent les anglais et les français

6. Les taux d'occupation dans les hôtels sur le territoire CAPA en 2018, comparatif avec 2017

	Hôtels du parc		Hôtels enquêtés		Nuits totales		Chambres occupées		Chambres offertes		Taux d'occupation	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Avril	26	25	25	25	34 879	36 074	21 387	21 804	35 394	34 019	60.43%	64,1%
Mai	31	30	29	30	53 892	59 103	31 877	34 159	43 958	44 175	72.52%	77,3%
Juin	31	30	29	30	60 810	64 820	35 388	36 994	42 540	42 750	83.19%	86,5%
Juillet	31	30	29	30	66 583	63 632	34 331	33 909	43 958	44 175	78.10%	76,8%
Aout	31	30	29	30	77 544	74 874	38 172	37 672	43 958	44 175	86.84%	85,3%
Septembre	31	30	29	30	67 468	64 869	38 934	37 411	43 140	42 750	90.25%	87,5%
Octobre	29	29	27	29	43 214	36 247	28 132	22 787	39 762	38 266	70.75%	59,5%
Total					404 390	399 528	228 222	224 738	292 710	290 310	77.97%	77.4%

Source : INSEE

Taux d'occupation moyen :

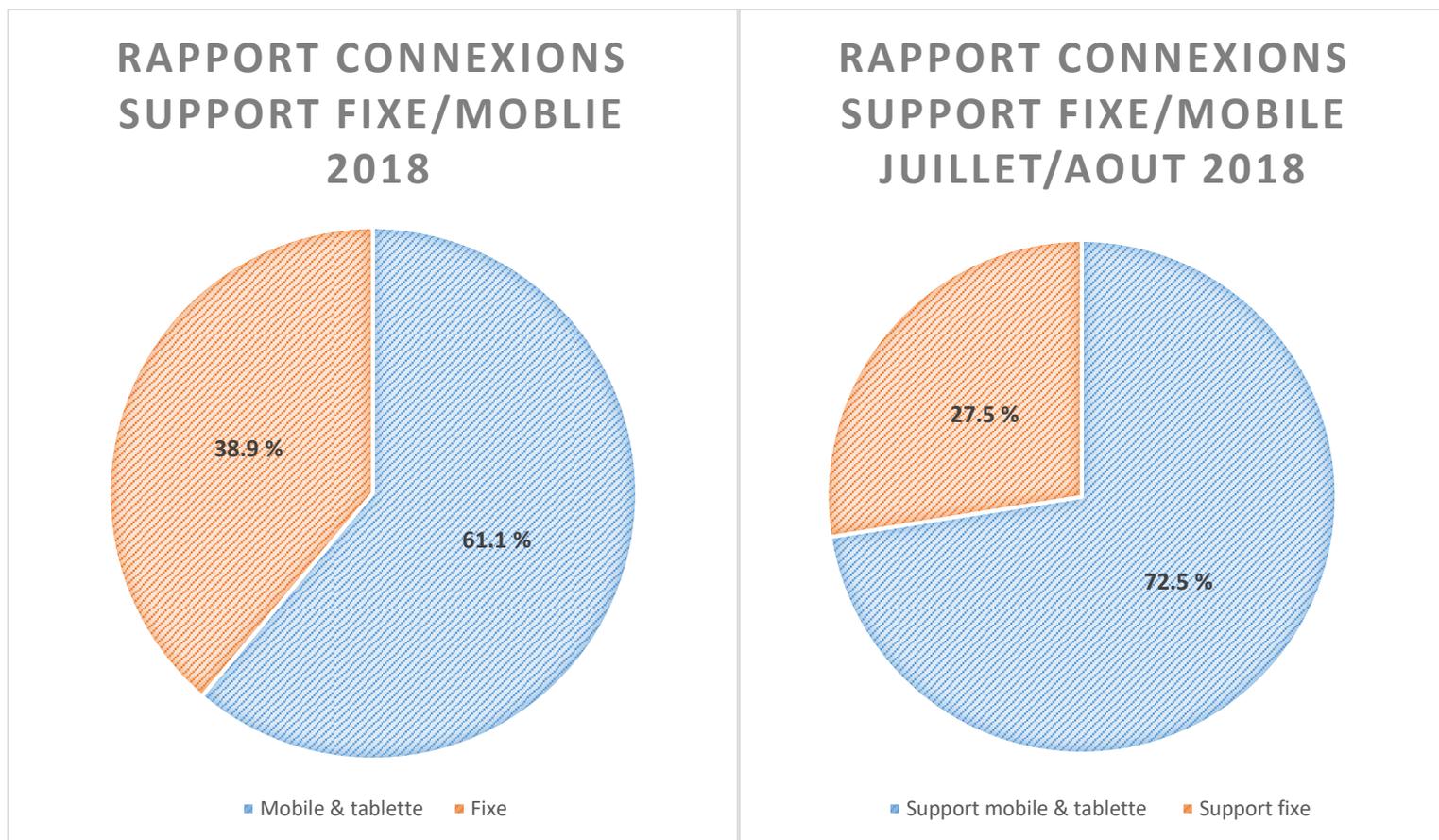
2015 : 71,41% **2017 : 77.97%**

2016 : 73,79% **2018 : 77.40%**

L'hôtellerie dans la région CAPA accuse une très légère baisse (0.57%) sur l'ensemble de la saison 2018.

Cependant, nous remarquons que cette baisse se situe sur la pleine saison et l'arrière-saison, le printemps connaît une forte hausse par rapport à 2017.

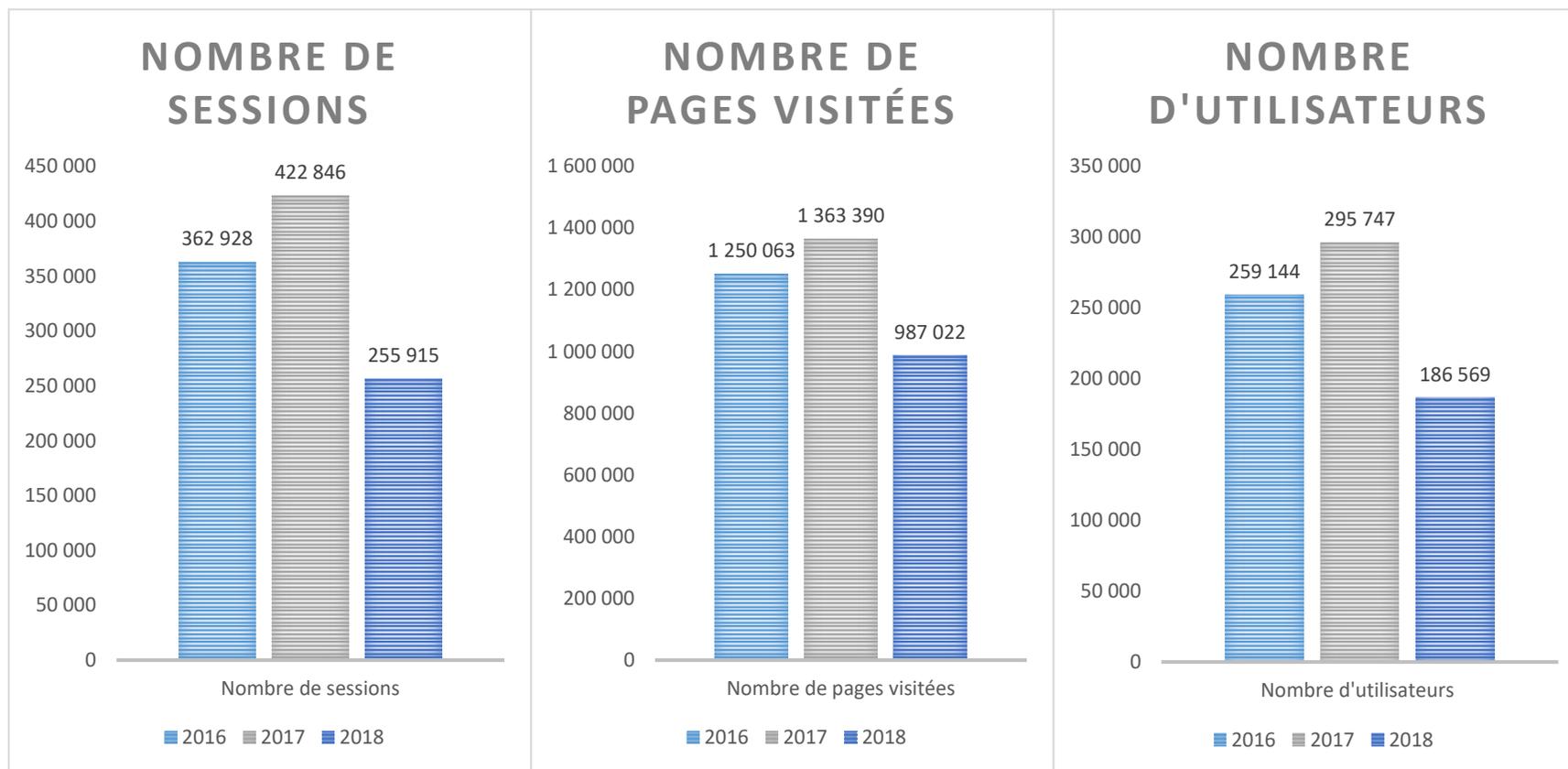
7. A propos de notre site web : ajaccio-tourisme.com



Source : Google Analytics

Remarque : Les connexions sur les appareils mobiles tels que les téléphones ou tablettes représentent une part de plus en plus importante en comparaison des connexions sur supports fixes. Nous constatons également que cette prédominance s'intensifie pendant le cœur de la saison touristique, les visiteurs étant sur place, se connectent sur leurs appareils mobiles.

Fréquentation sur ajaccio-tourisme.com les 3 dernières années



Source : Google analytics

Remarque : En termes de pages visitées, nous accusons une baisse supérieure à 27% cette année par rapport à 2017, la refonte de notre site en cours, entraînant une perte de référencement des offres sur les moteurs de recherches (google, bing...) en est la raison.

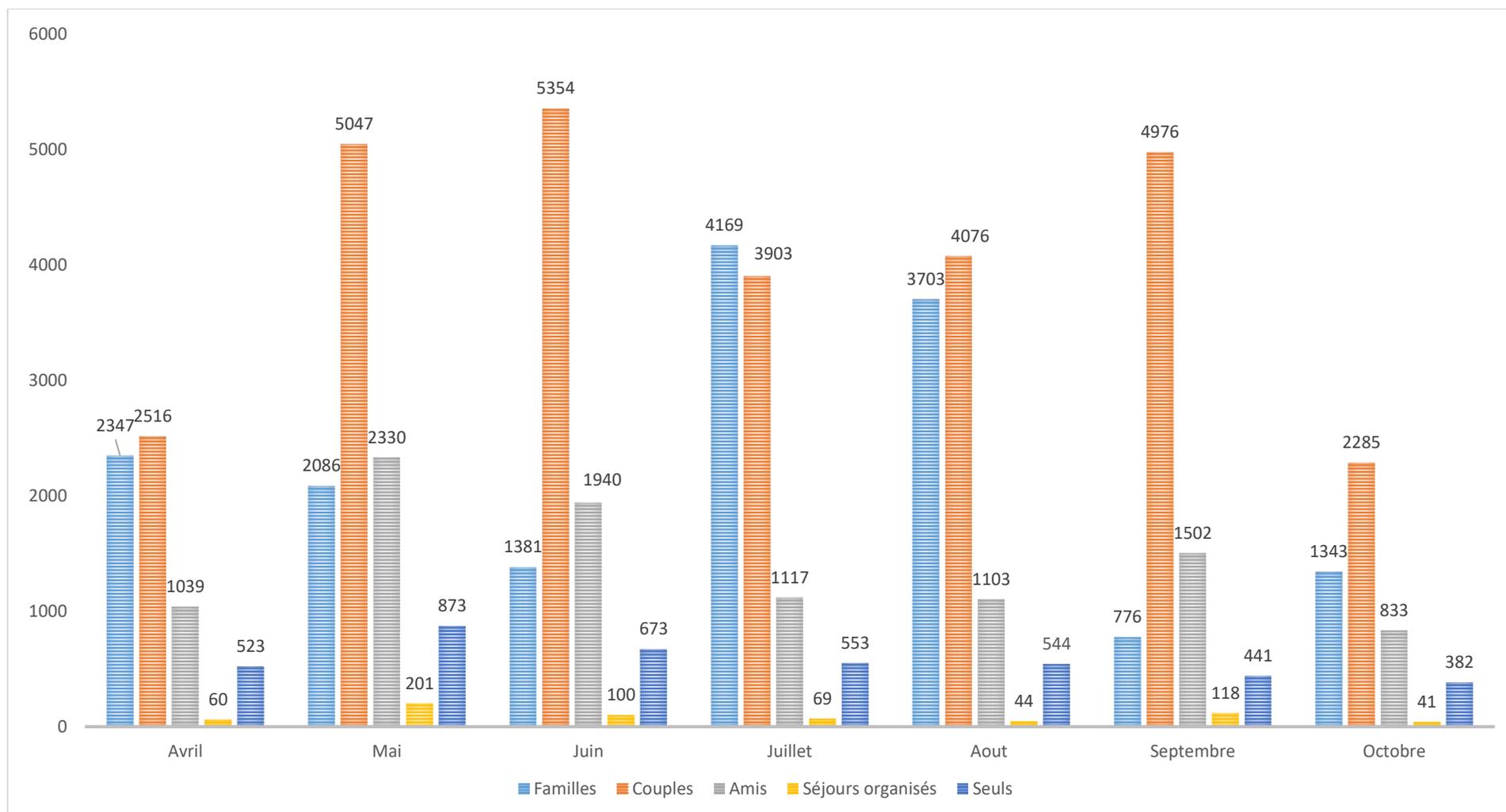
Le retour à la normale concernant une baisse de fréquentation de site suite à une refonte s'opère environ un an après celle-ci.

Pour information, plus de 75% des utilisateurs passent par les moteurs de recherche pour accéder à notre site selon google analytics.

B. Volet Qualitatif

II. L'identification des clients

1. Répartition des typologies visiteurs de l'OIT



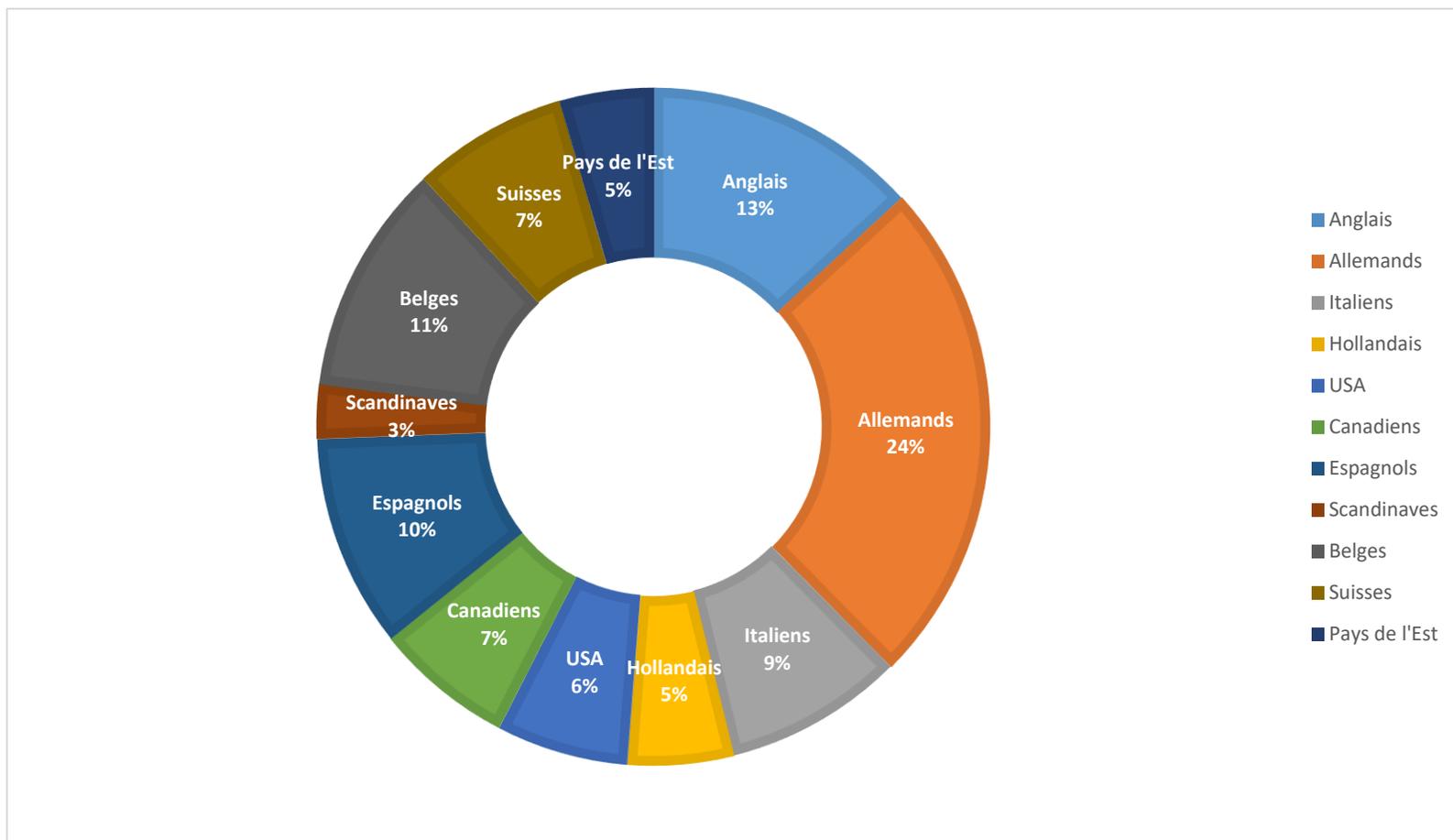
Source : Logiciel Tourinsoft

Remarques : Les typologies sont directement liées à la présence de vacances scolaires. C'est durant les grandes vacances d'été que les familles sont le plus présentes, mais également en Octobre avec les vacances de la Toussaint. Le pays Ajaccien reste une destination adoptée par les couples tout au long de l'année.

Ces enseignements sont exploités par l'OIT dans le cadre ensuite de la conduite de nos campagnes promotionnelles affinitaires. Ils peuvent également influencer sur la conception des divers évènements

2. Les 10 principales nationalités étrangères (avril-octobre 2018)

- La clientèle française de l'OIT représente 72.37% des visiteurs, contre 72.30% en 2017

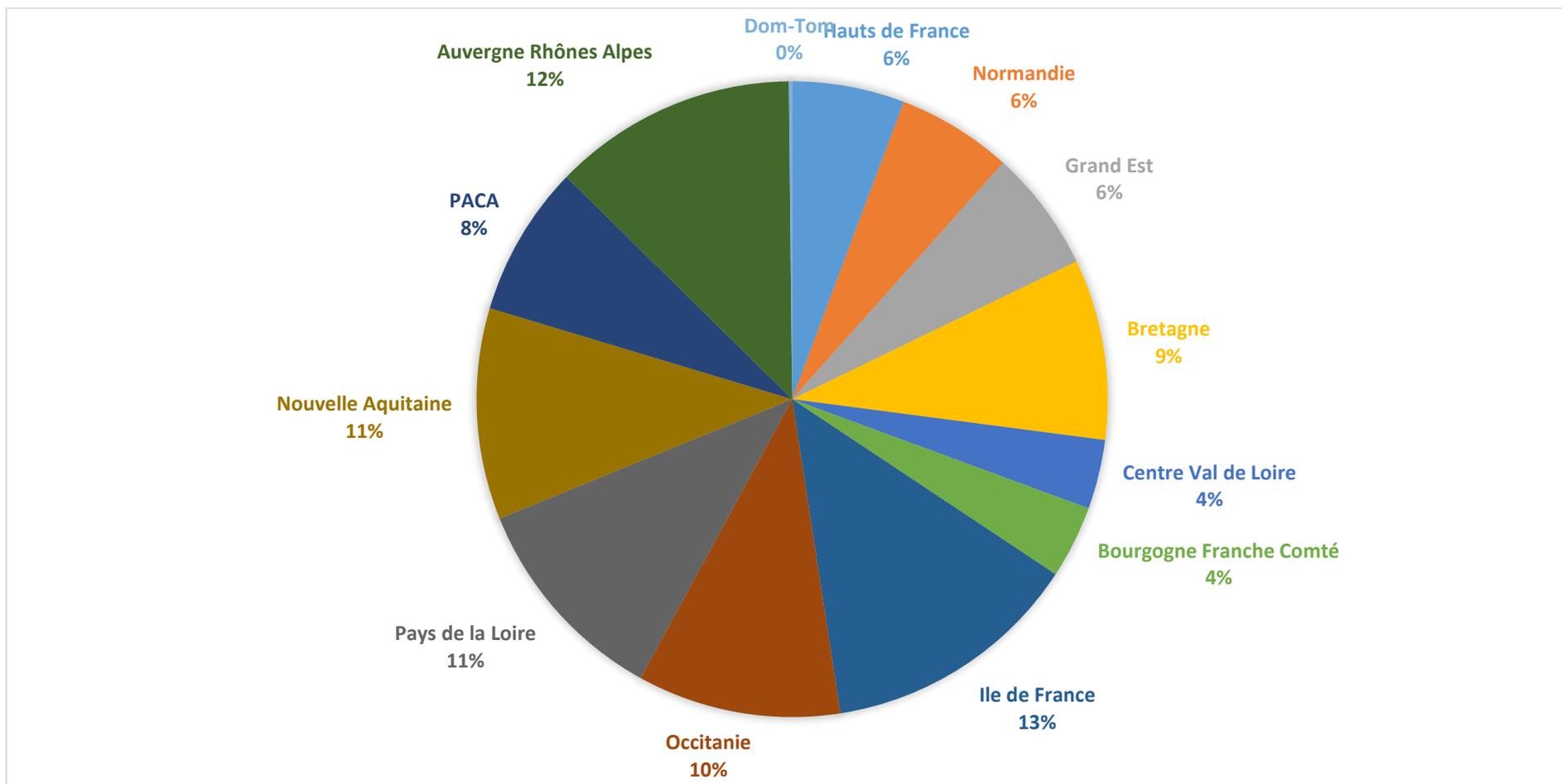


Source : logiciel Tourinsoft

Remarque : Le ratio français/étrangers est le même que celui de 2017 soit 72,37% de visiteurs français. Même si l'ordre des nationalités représentées à l'Office de Tourisme reste identique à l'année dernière, nous constatons quelques fluctuations minimales parmi celles-ci.

En effet, les allemands, anglais, espagnols et scandinaves sont en hausse tandis que les clientèles hollandaises, suisses et belges sont en léger recul.

4. Ventilation des régions émettrices avril-octobre 2018



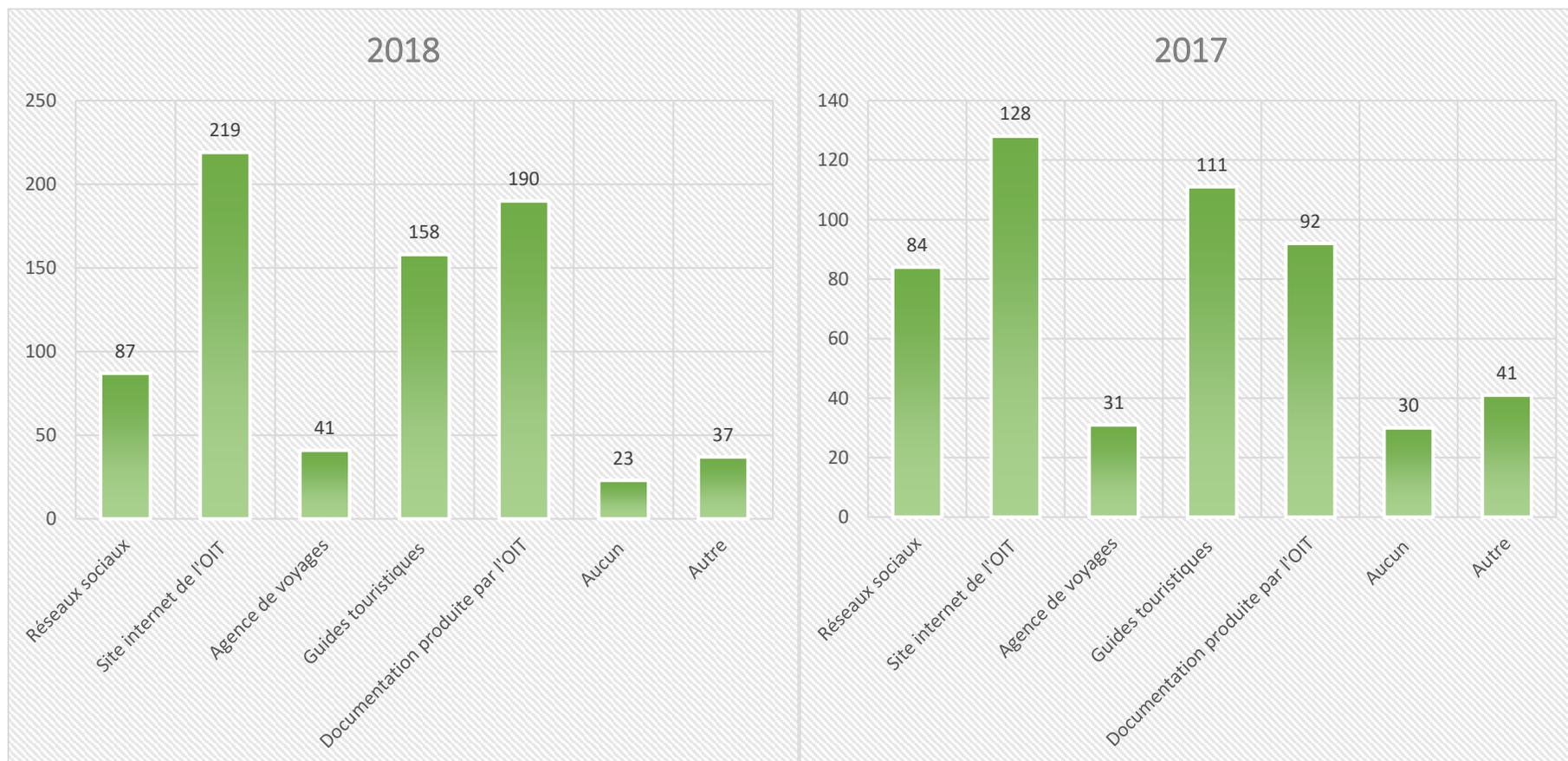
Source : logiciel Tourinsoft sur 42289 personnes renseignées

Remarque : La répartition des bassins émetteurs est quasi similaire par rapport à 2017.

Cependant nous remarquons la baisse des visiteurs provenant de la région PACA et la hausse sensible de ceux qui viennent de Bretagne.

III. Les comportements touristiques

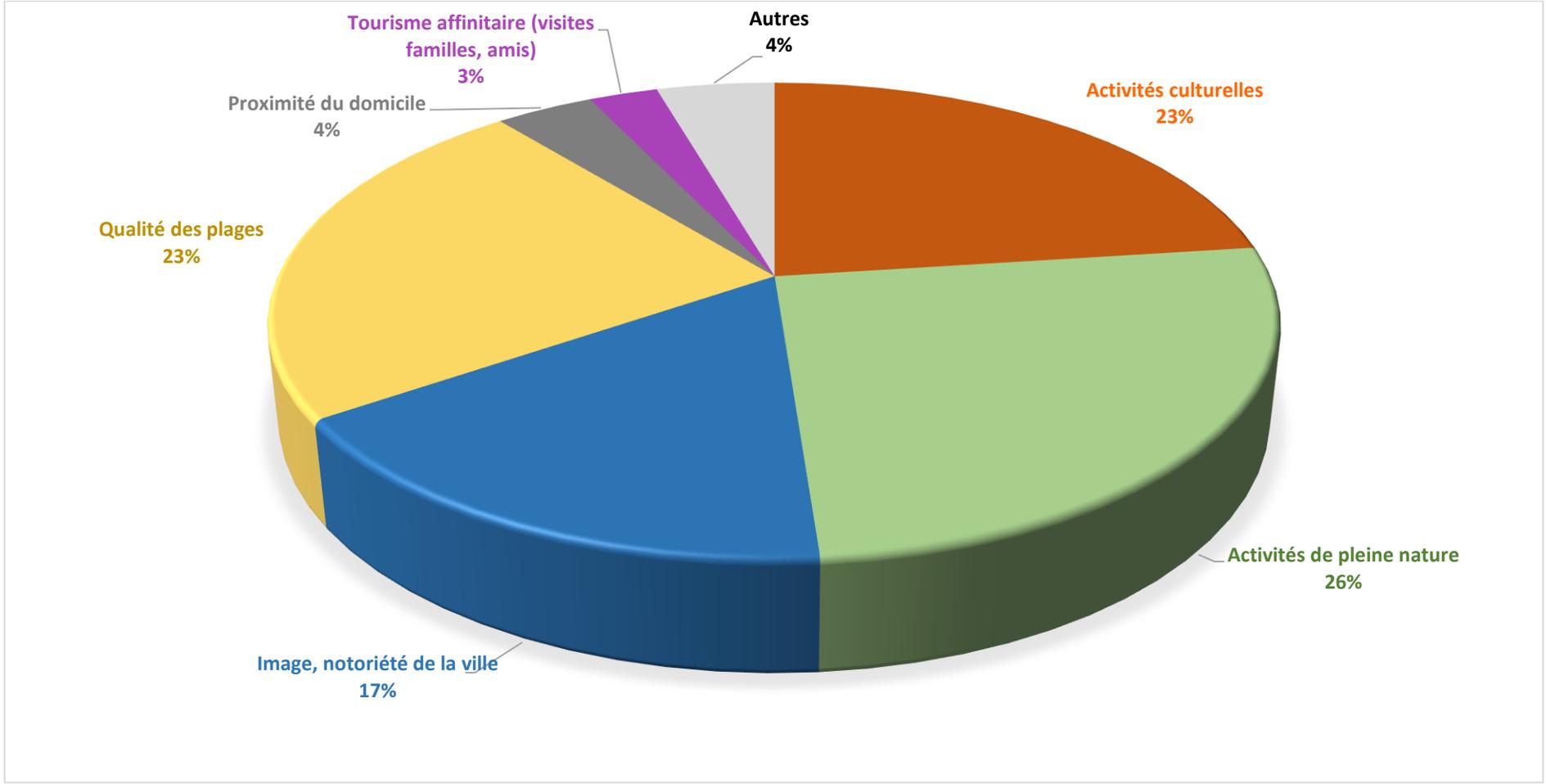
1. Les moyens utilisés pour préparer son séjour



Source : Résultats de différents questionnaires distribués entre janvier et octobre 2018. (385 questionnaires réponses au total)

Remarque : Si l'on compare les résultats des deux années, on peut constater que le site internet « ajaccio-tourisme.com » et la documentation produite par l'OIT prend de l'ampleur dans la phase de préparation de séjour.

2. Les raisons du choix de la destination

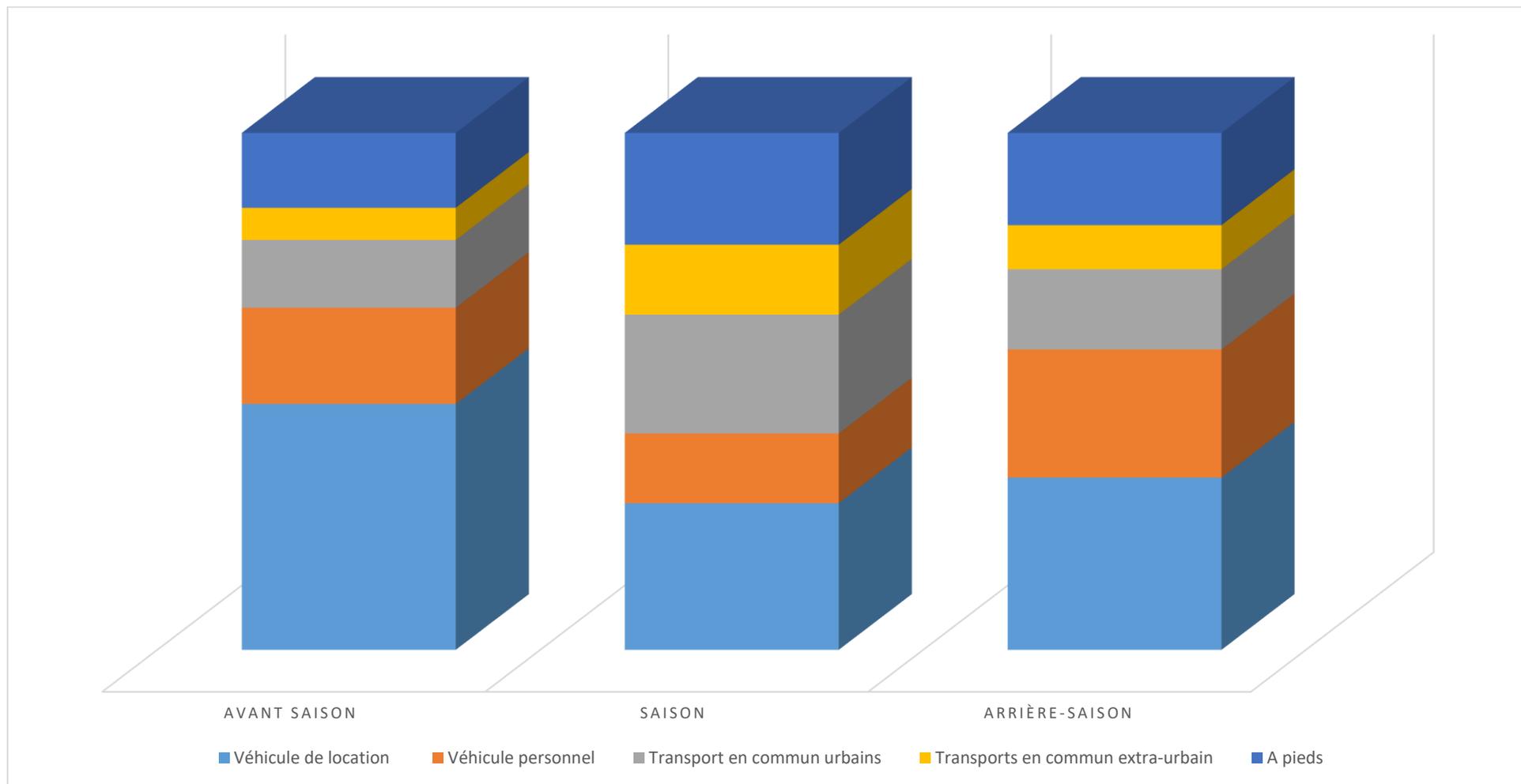


Source OIT : Réponses aux questionnaires pré-séjour distribués entre janvier et octobre 2018. 385 au total

Remarque : Dans la plupart des cas, le choix de la destination ajaccienne est motivé par les activités de pleine nature telles que la randonnée, les activités et patrimoine culturel du territoire et enfin la qualité du littoral ajaccien.

A noter que dans les réponses « Autres » on évoque régulièrement des séjours à l’occasion d’un mariage, la position géographique stratégique d’Ajaccio à l’occasion d’un séjour en Corse (point de départ ou d’arrivée) ou encore la présence de la maison natale de Napoléon.

3. Ventilation des transports utilisés sur place.



Source : Questionnaires post séjour - 296 retours -

Avant saison : avril, mai, juin

Saison : juillet, aout

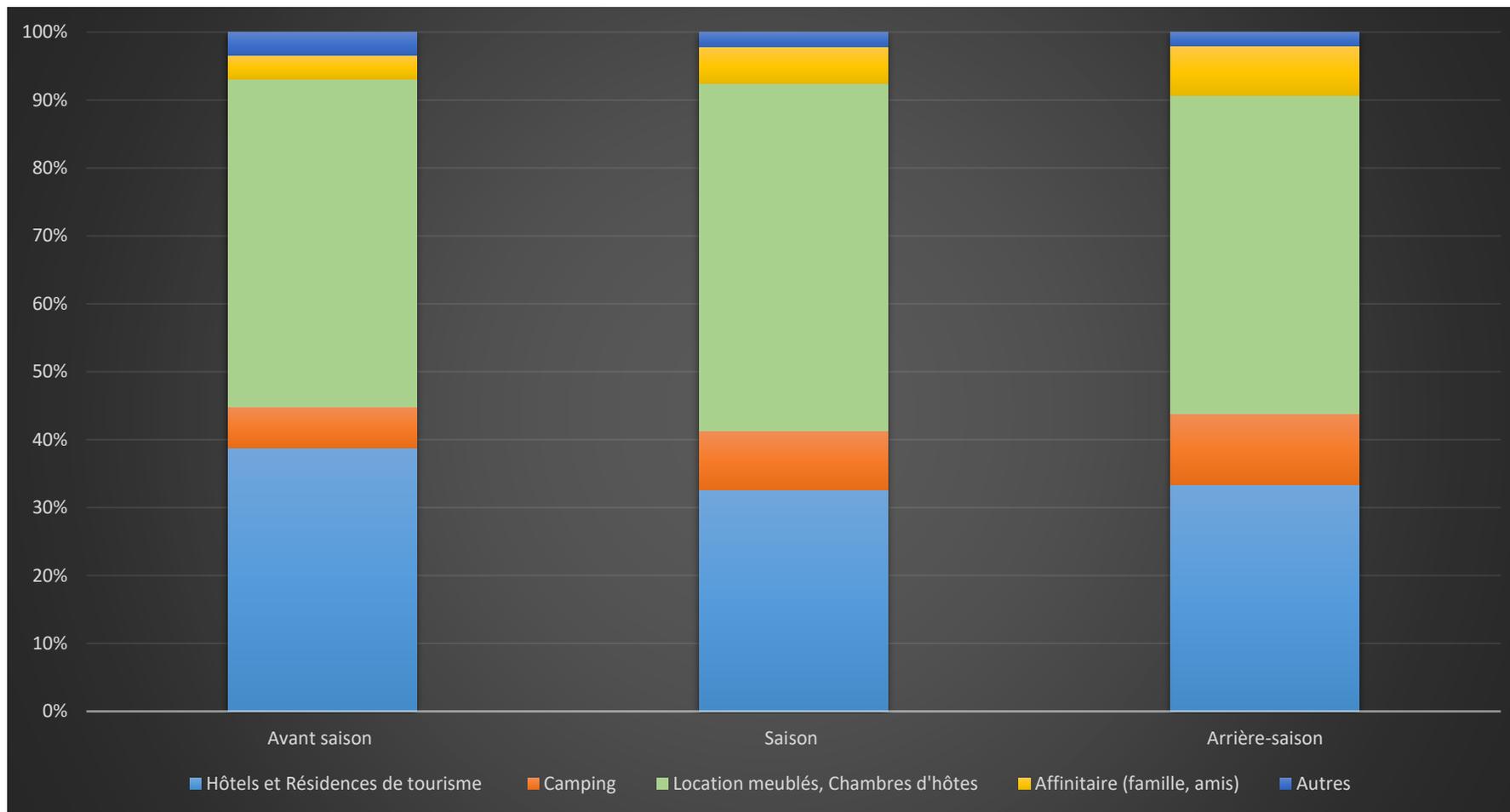
Arrière-saison : septembre, octobre

Remarque :

Transports urbains = bus, taxi

Transports extra-urbains = car, train, navette maritime

4. Ventilation des hébergements choisis.



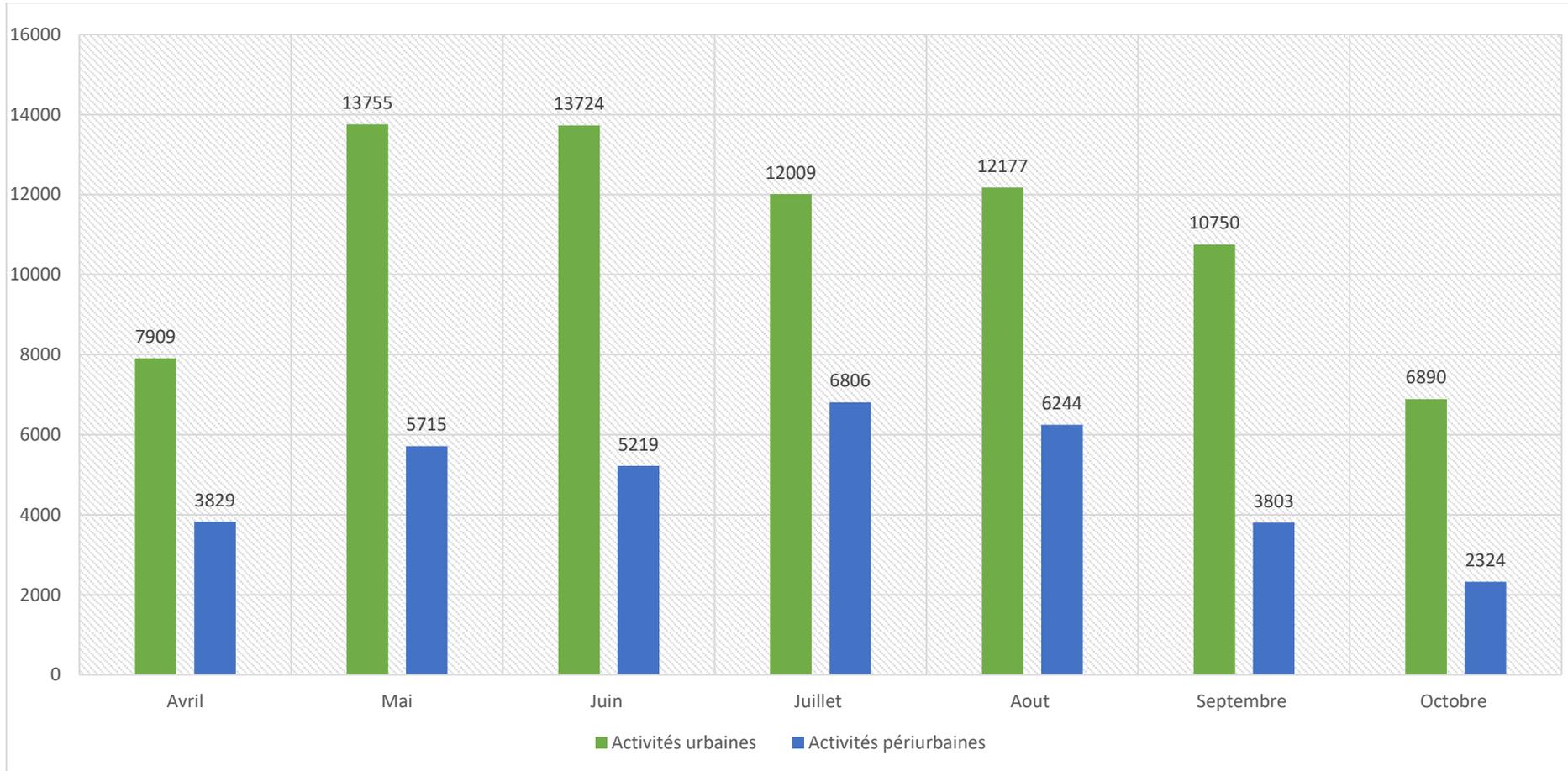
Source : Questionnaires satisfaction séjours - 304 retours –

Avant-saison : avril, mai, juin **Saison** : juillet, août **Arrière-saison** : septembre, octobre

Nous pouvons voir sur le graphique ci-dessus, la prédominance des locations de meublés par rapport à l'hôtellerie. Cette différence est encore plus marquée pendant la période de haute saison.

Concernant la localisation de ces hébergements, près de la moitié des personnes interrogées étaient logées dans le centre-ville d'Ajaccio, 38% dans le pays d'Ajaccio, et 12% dans le reste de l'île.

5. Les demandes d'activités



Source : Tourinsoft. Sur 111 154 demandes clients enregistrées.

Les activités urbaines regroupent les activités culturelles, les visites de la ville, le shopping, le marché, les activités nocturnes...

Les activités péri-urbaines regroupent les activités de pleine nature, le nautisme, le « farniente », la randonnée...

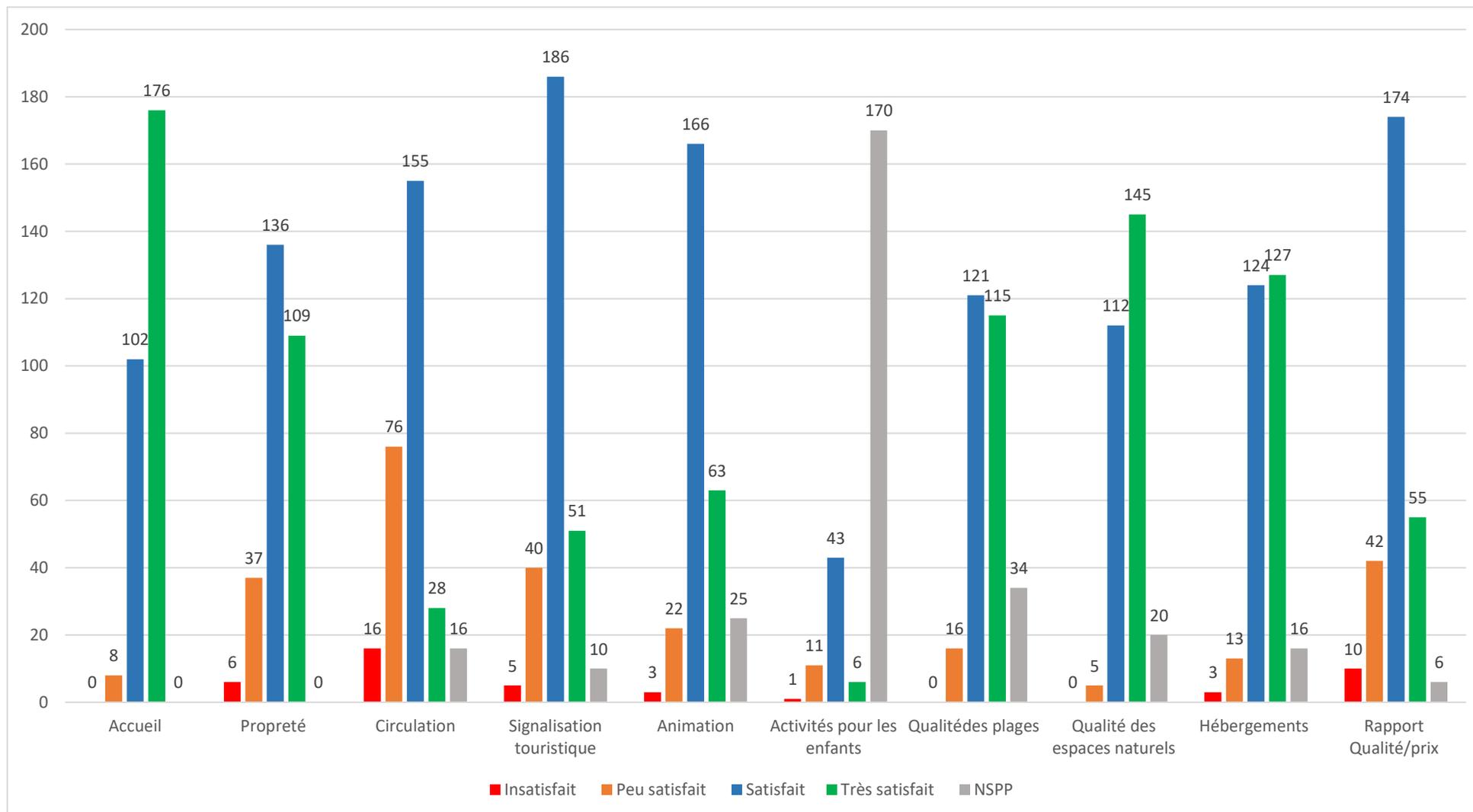
Remarques :

1- Quelles que soient les saisons étudiées, le tourisme urbain est toujours largement plébiscité par rapport aux activités extra-urbaines. Néanmoins, cette tendance s'amenuise légèrement pendant la pleine saison. Les demandes concernant les visites de la ville et les musées sont majoritaires parmi les activités urbaines.

2- Selon une autre étude qui génère le type de demande générale formulée (vis-à-vis, téléphone, site ou mail), les visiteurs prennent contact avec l'OIT pour des informations et des conseils sur les activités à faire dans environ 75% des cas, le reste se partageant entre les demandes de transports et d'hébergements.

IV. Appréciation des niveaux de satisfaction et ressentis de la clientèle

1. Tableau de satisfaction selon différents thèmes



Source : Résultats des 296 questionnaires « satisfaction séjour » d'avril à octobre 2018

2. Partie réponses ouvertes : Points positifs/ Points à améliorer

Sur 296 retours de questionnaires satisfaction séjour

En couleur, les réponses les plus fréquemment reçues.

Positif :

- Qualité de l'accueil des locaux : de la part des professionnels comme de la population locale
- Beauté et diversité des paysages et de la région en général
- L'atmosphère de la ville : les visiteurs apprécient la quiétude de la ville, tout particulièrement en avant et en arrière-saison
- Le panel d'offres concernant les activités sportives et la randonnée dans l'arrière-pays sont très appréciés

Points à améliorer :

- Les problèmes de circulation
- Les problèmes de places de stationnement et leur coût
- Le coût de la vie en général : du transport pour se rendre sur l'île aux prestations sur place. La restauration est le plus régulièrement cité, mais également l'hébergement et les produits alimentaires.
- Problèmes récurrents de propreté et ordures apparentes en centre-ville
- Le manque de fiabilité des transports en commun, notamment les horaires de bus qui ne sont la plupart du temps pas respectés

CONCLUSION

La saison 2018 a été plutôt positive sur le territoire du pays ajaccien, et connaît une légère hausse en termes de fréquentation touristique. Cependant, il y a des disparités et des nuances quant à cette progression.

L'Office de Tourisme connaît une forte hausse de croissance par rapport à 2017 avec une augmentation de plus de 8.5% entre janvier et octobre inclus, l'aérien est également en progression constante (+ de 9%) sur la période de mai à septembre inclus, seul le maritime accuse une très légère baisse (- de 2%)

Les mauvaises conditions météorologiques du printemps ont cependant freiné les courts séjours sur notre territoire.

La proportion de clientèles étrangères stagne par rapport à l'année précédente soit environ 28%, les nationalités rencontrées à l'OIT ne changent pas même si nous avons constaté une augmentation de la clientèle allemande, très présente chez les croisiéristes notamment.

Dans le domaine de l'hébergement, et particulièrement sur le pic de saison, les comportements des visiteurs vont vers les hébergements de type non professionnels tels que les locations de meublés, chambres d'hôtes, Airbnb.

Dans le domaine de l'hébergement professionnel et plus précisément de l'hôtellerie, nous pouvons remarquer une très légère baisse du taux d'occupation. (- 0.57%)

Cependant, des disparités entre les périodes sont à relever, en effet, nous pouvons constater une forte hausse en avant saison -avril, mai, juin- tandis que le reste de la saison est en baisse, notamment sur l'arrière-saison ou cette tendance est encore plus marquée.

Notre observatoire est voué à être consolidé et à se développer au fil des années, notamment en multipliant les partenariats avec les structures externes.

En 2019, nous avons pour projet de finaliser un partenariat avec Orange afin de mesurer les mouvements de nos visiteurs sur le territoire via l'exploitation de données cellulaires.

Un travail de veille concernant les locations Airbnb est également envisagé.

Pour toute question ou demande de précision sur le contenu de ce bilan, je suis disponible à l'adresse suivante s.blanc@ajaccio-tourisme.com