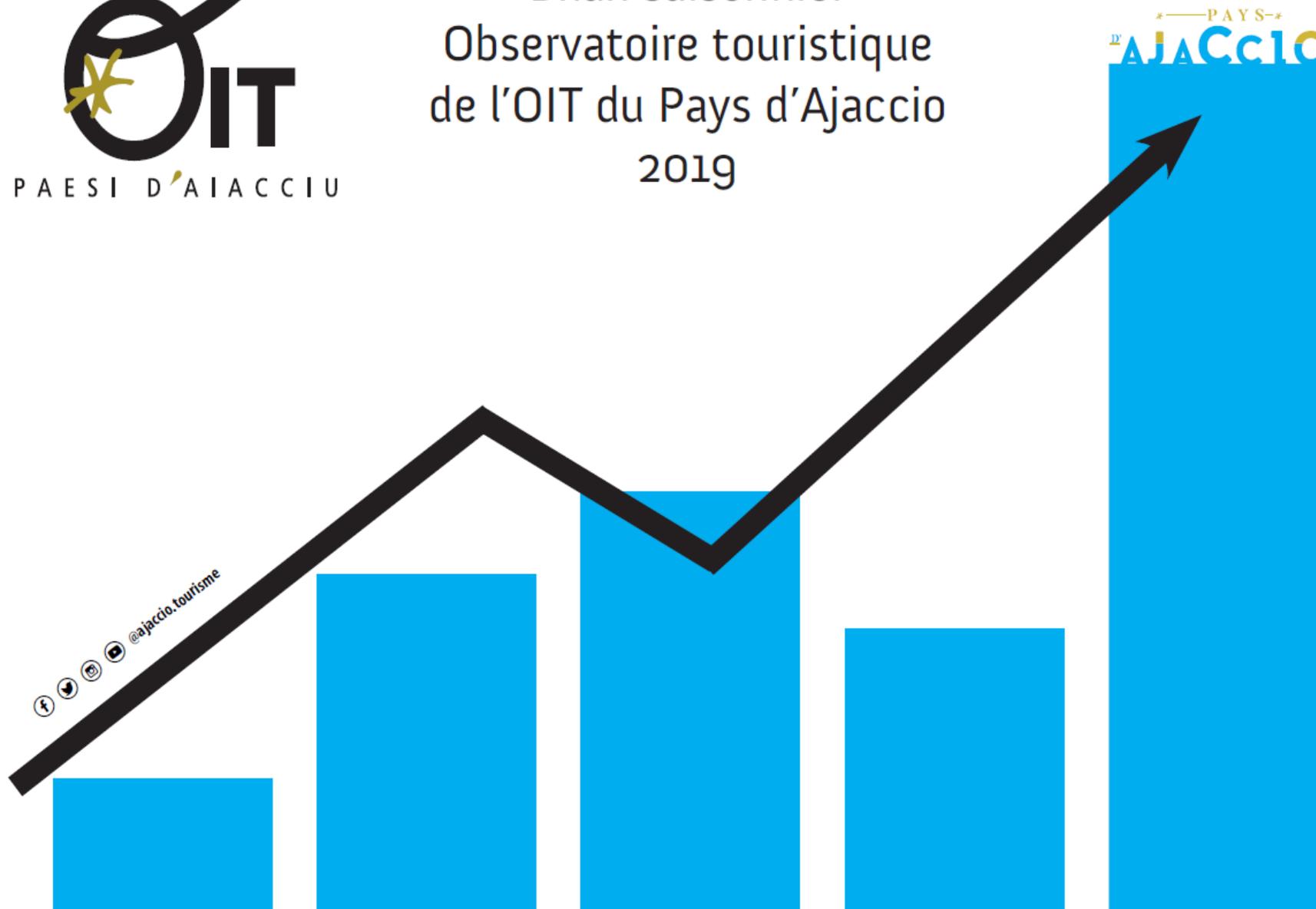




Bilan saisonnier Observatoire touristique de l'OIT du Pays d'Ajaccio 2019



SOMMAIRE

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

A. Volet quantitatif

I. La fréquentation

1. Les flux entrants à l'Office de Tourisme	5
2. a) Observation des flux aériens à l'aéroport Napoléon Bonaparte.....	7
b) Ventilation des flux aériens sur les aéroports de l'île (mai à septembre 2019)	8
3. a) Observation des flux maritimes sur le port d'Ajaccio	9
b) Ventilation des flux maritimes sur les ports de l'île (mai à septembre)	10
4. Les taux d'occupation dans les hôtels sur le territoire CAPA en 2019, comparatif avec 2018	11
5. Evolution du TO des hôtels de la CAPA depuis 2015.....	12
6. A propos de notre site web ajaccio-tourisme.com	13
7. Fréquentation sur « ajaccio-tourisme.com » les 3 dernières années	14

B. Volet qualitatif

II. L'identification des clients

1. Répartition des typologies visiteurs de l'OIT	15
2. Les 10 principales nationalités étrangères (avril-octobre 2019)	17
3. Ventilation des régions émettrices avril- octobre 2019	18

III. Les comportements touristiques

1. Les moyens utilisés pour préparer son séjour	19
2. Les raisons du choix de la destination	20
3. La durée de séjour des visiteurs	21
4. Ventilation des transports utilisés sur place	22
5. Diagnostic des hébergements sur le territoire CAPA	24

6. Evolution de la taxe de séjour entre 2016 et 2019	25
7. Ventilation des hébergements choisis	26
8. Les thématiques d'activités demandées	27
IV. <u>Appréciation des niveaux de satisfaction et ressentis de la clientèle</u>	
1. Le tableau de satisfaction selon différents thèmes	29
2. Réponses ouvertes : Points positifs/ Points à améliorer	30
Conclusion	31

INTRODUCTION

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

Celui-ci a pour but d'orienter, selon les résultats des différentes études, les choix stratégiques opérationnels de l'Office de Tourisme en matière d'évènementiel, ou encore de promotion du territoire via nos différents outils numériques.

Certaines structures extérieures, publiques ou privées, peuvent être également en demande d'informations dans le cadre de leurs stratégies opérationnelles.

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, l'Agence de Tourisme de la Corse ou encore l'Observatoire Régional des Transports de la Corse.

Ils nous permettent de suivre les tendances en termes de fréquentation : de clientèles, sur notre site internet, les flux aériens et maritimes, et dans les différents types d'hébergements.

Un volet qualitatif avec l'identification de ces clientèles (leur provenance, leur typologie) et leurs comportements de consommation touristique.

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

Ces 3 types d'indicateurs se collectent de la manière suivante :

Une 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 permettent d'enregistrer les informations qualitatives et quantitatives sur les clientèles renseignées.

Un questionnaire distribué durant la phase de préparation du séjour.

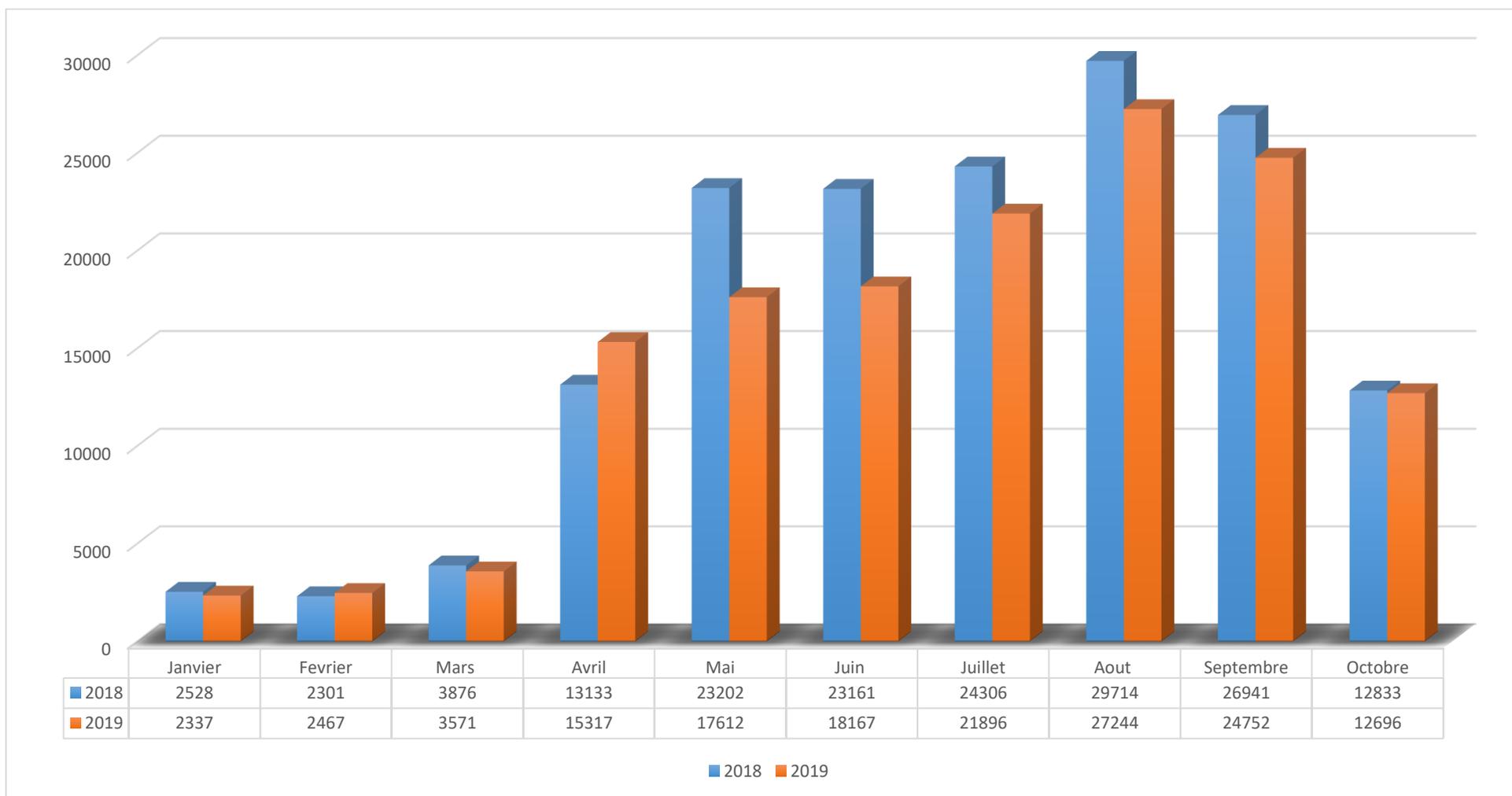
Une enquête de satisfaction destinée aux visiteurs une fois rentrée de leur voyage.

Le logiciel 3D ouest qui permet aux hébergeurs professionnels ou non, de déclarer leur taxe de séjour.

En espérant que chacun d'entre vous en tire profit pour la réalisation de vos activités respectives.

A. Volet Quantitatif
I. La fréquentation

1. Les flux entrants à l'Office de Tourisme



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

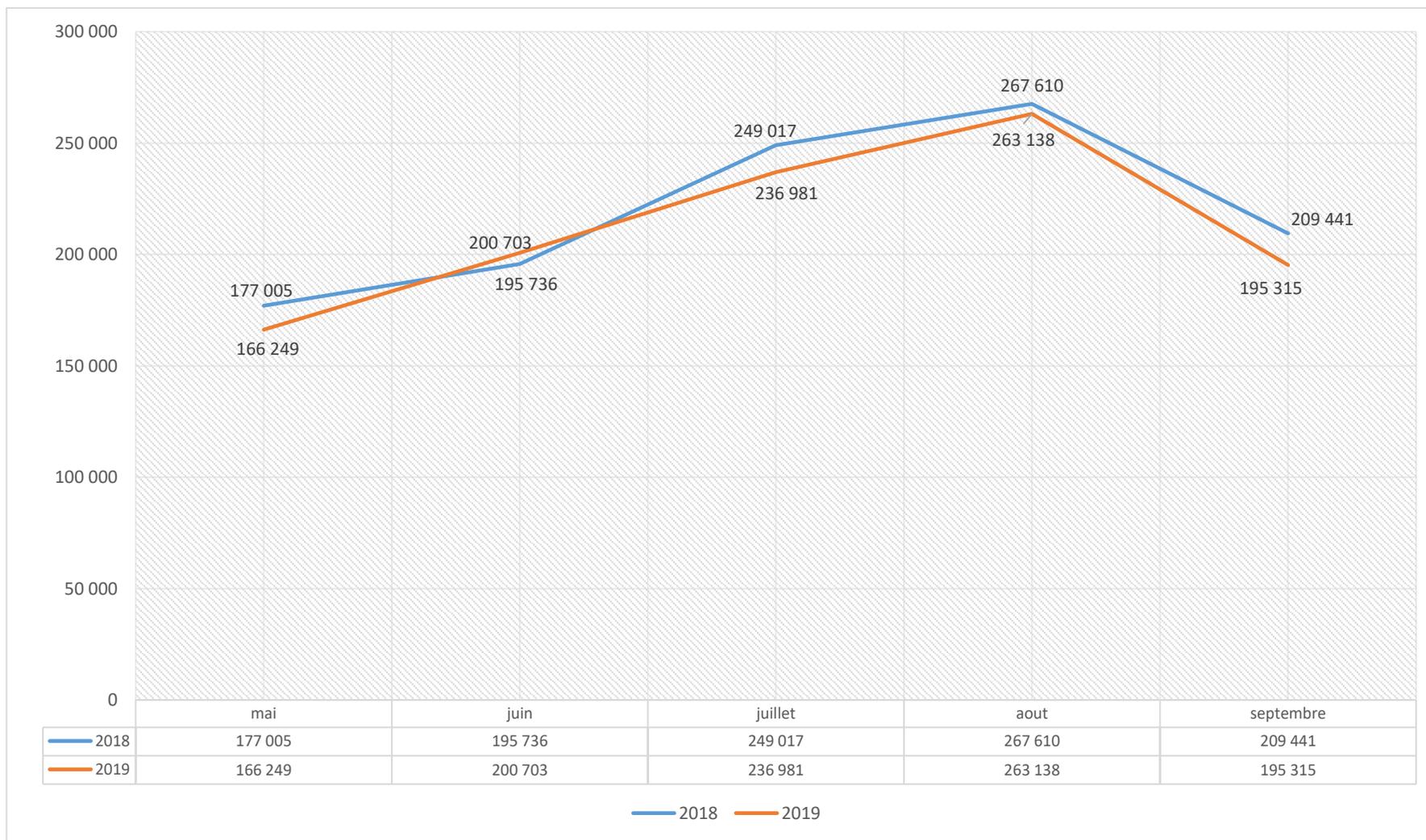
Remarques :

Entre janvier et novembre inclus, l'OIT du Pays d'Ajaccio a enregistré 147 400 visiteurs contre 165 272 en 2018 sur la même période, ce qui correspond à une baisse de **10,81%**

Seuls les flux entrants de février et avril sont en hausse (respectivement +7,21% et +16,44%)

En revanche les baisses d'avant saison sont particulièrement significatives avec des baisses de 24.09% en mai et 21.56% en juin.

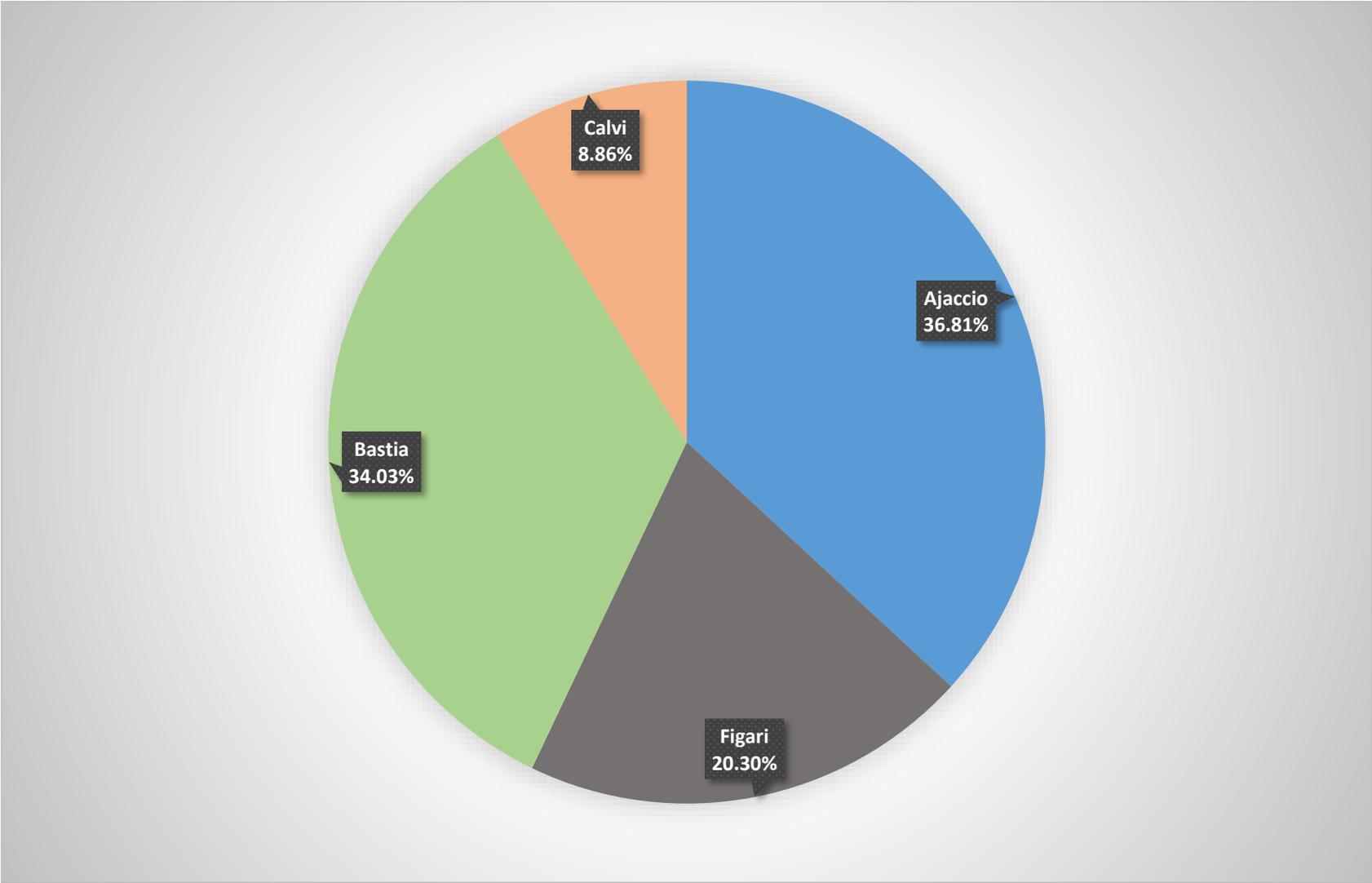
2. a) Observation des flux aériens à l'aéroport Napoléon Bonaparte



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

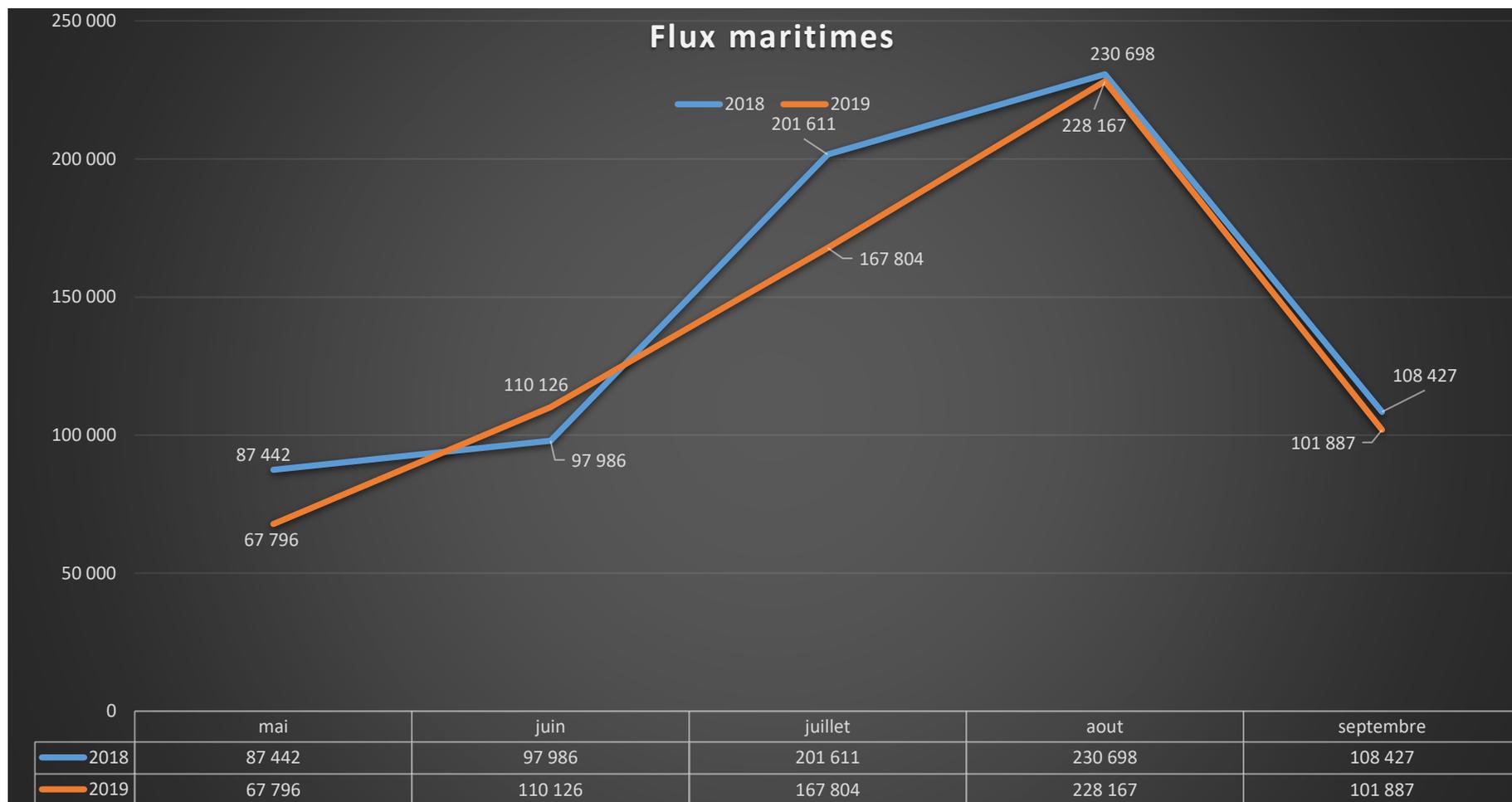
Durant cette saison, seul le mois de juin connaît une hausse dans l'aérien. En moyenne, celui-ci est en baisse de **3.27 %** par rapport à 2018.

b) Ventilation des flux aériens sur les aéroports de l'île (mai à septembre 2019)



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

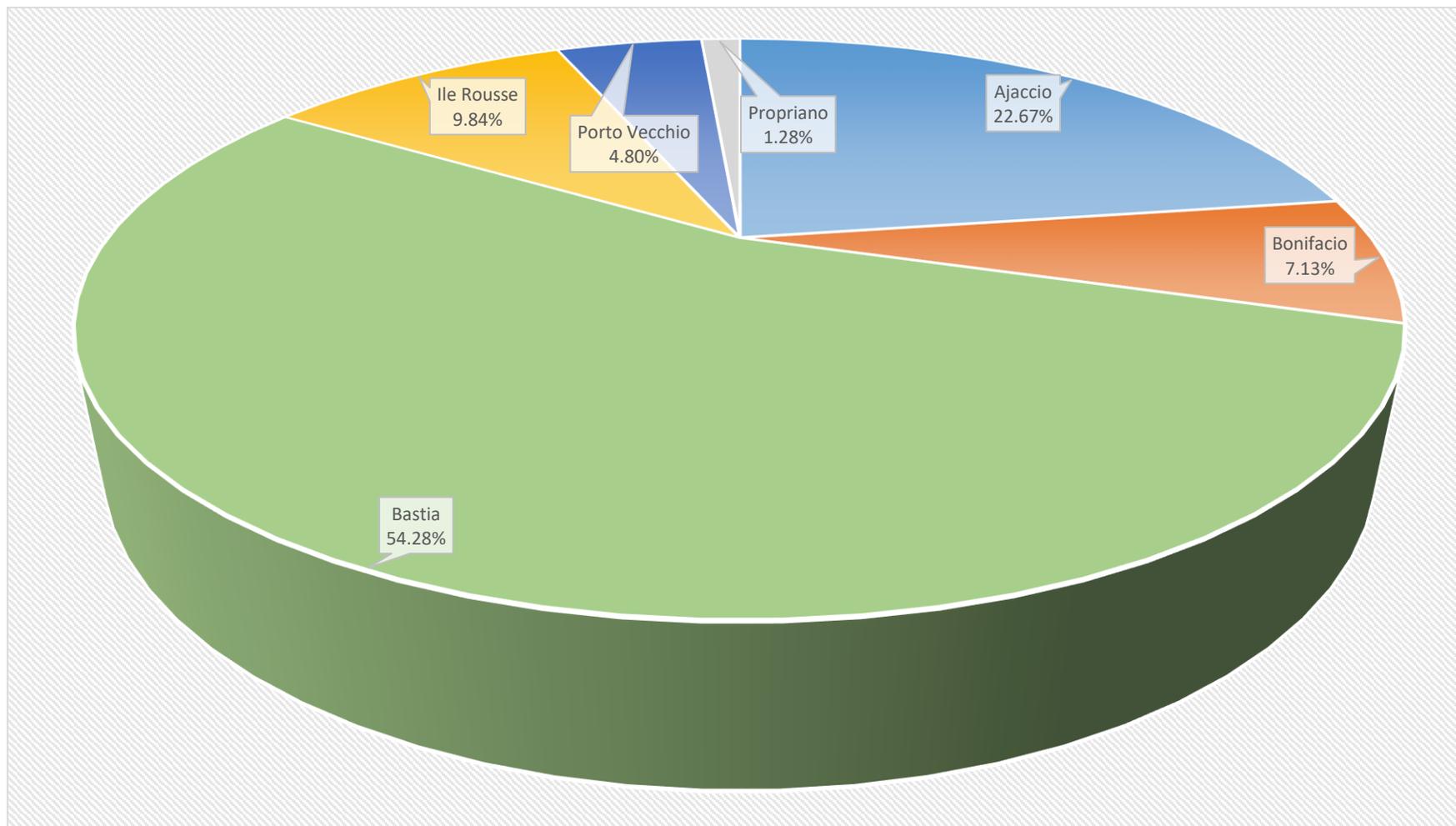
3. a) Observation des flux maritimes sur le port d'Ajaccio



Source : Observatoire régional des transports de la Corse

Mise à part le mois de juin qui connaît une hausse de plus de 12%, les autres mois de cette saison sont en déficit pour une moyenne de **6.94%** dans le transport maritime

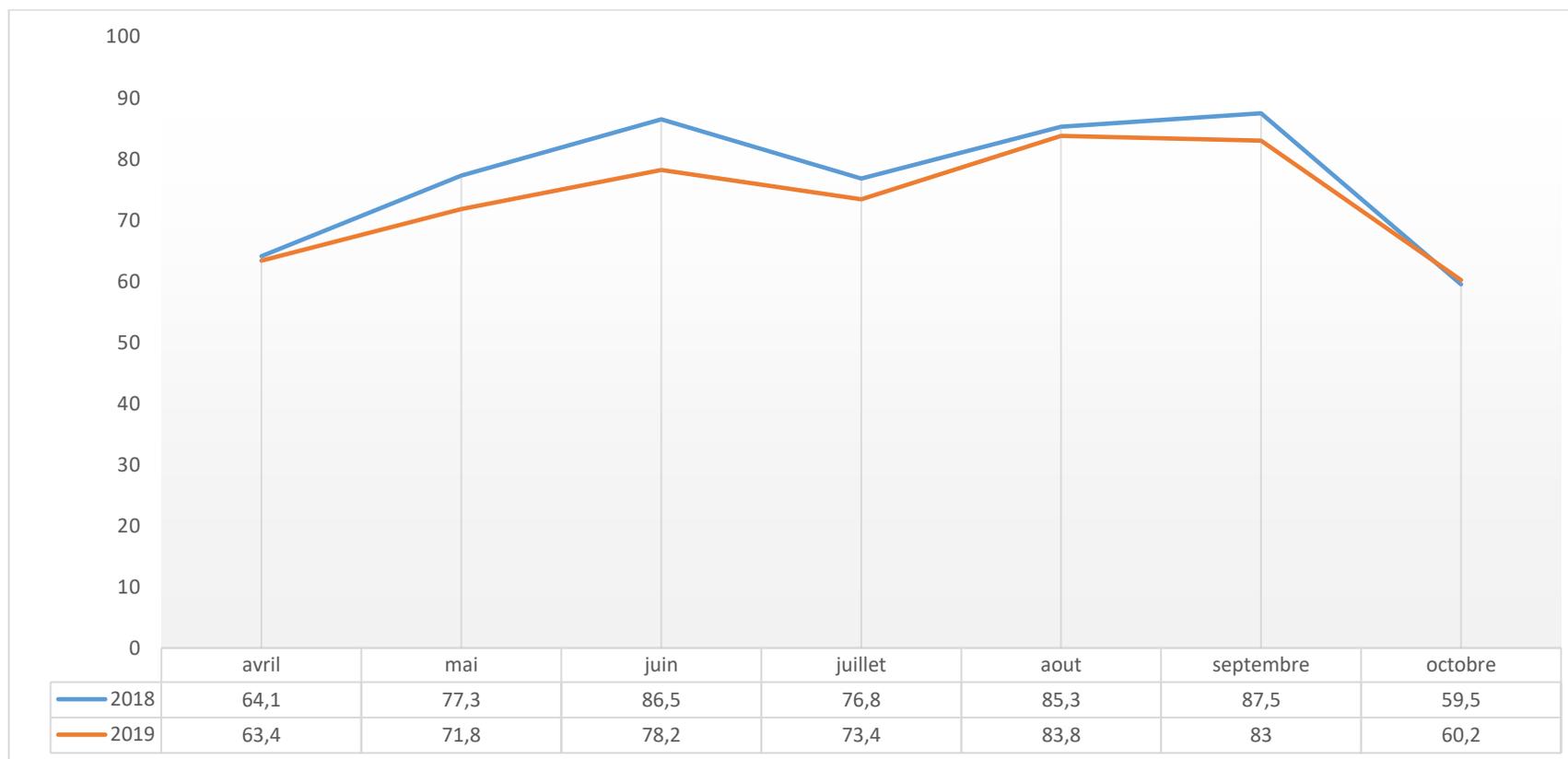
b) Ventilation des flux maritimes sur les ports de l'île (mai à septembre 2019)



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 6 ports baisse de **5.75%**

4. Les taux d'occupation dans les hôtels sur le territoire CAPA en 2019, comparatif avec 2018

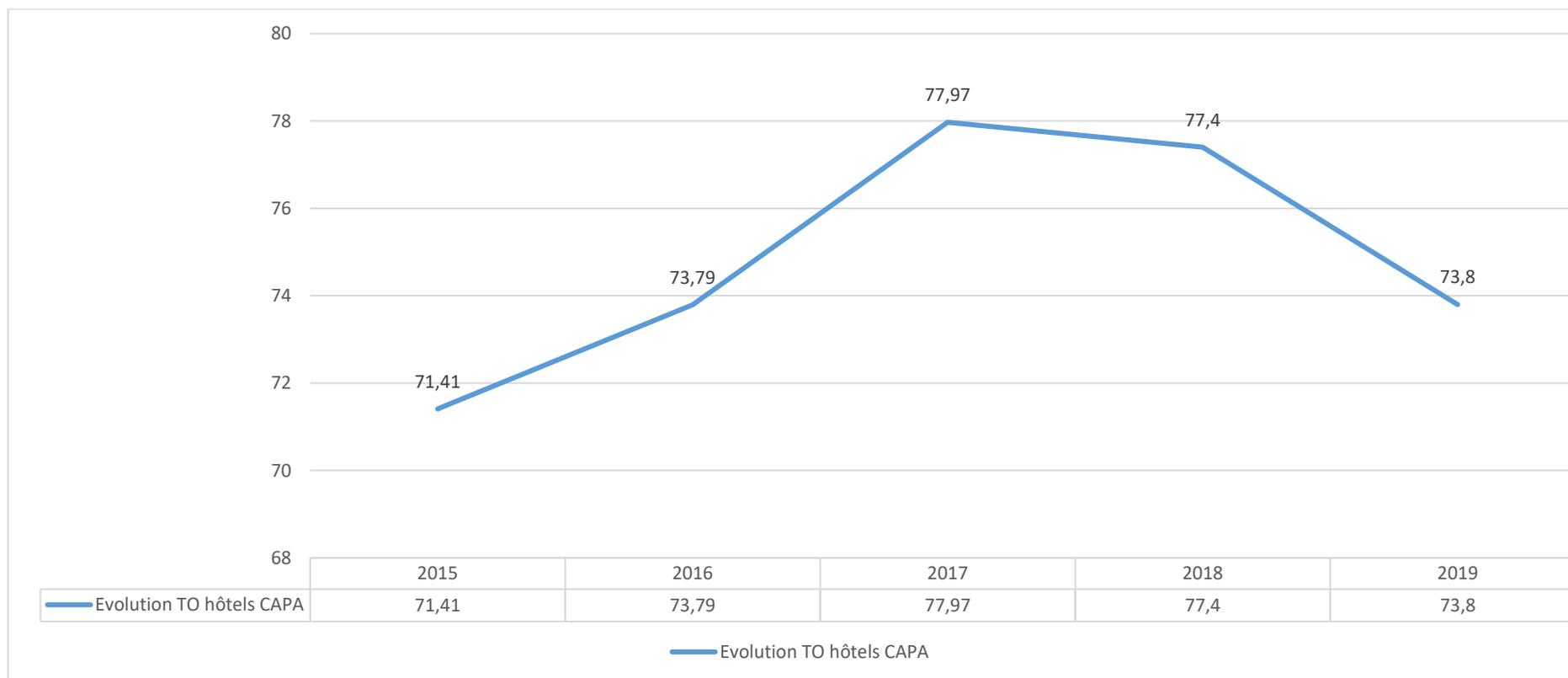


Source : INSEE

Les taux d'occupation des hôtels dans la région CAPA accusent une baisse de **3.6%** en moyenne sur l'ensemble de la saison 2019.

Le secteur hôtelier n'est pas celui qui a souffert le plus cette saison. Les AHCT (les résidences de tourisme ou encore les villages de vacances) ont subi de plein fouet la baisse de fréquentation

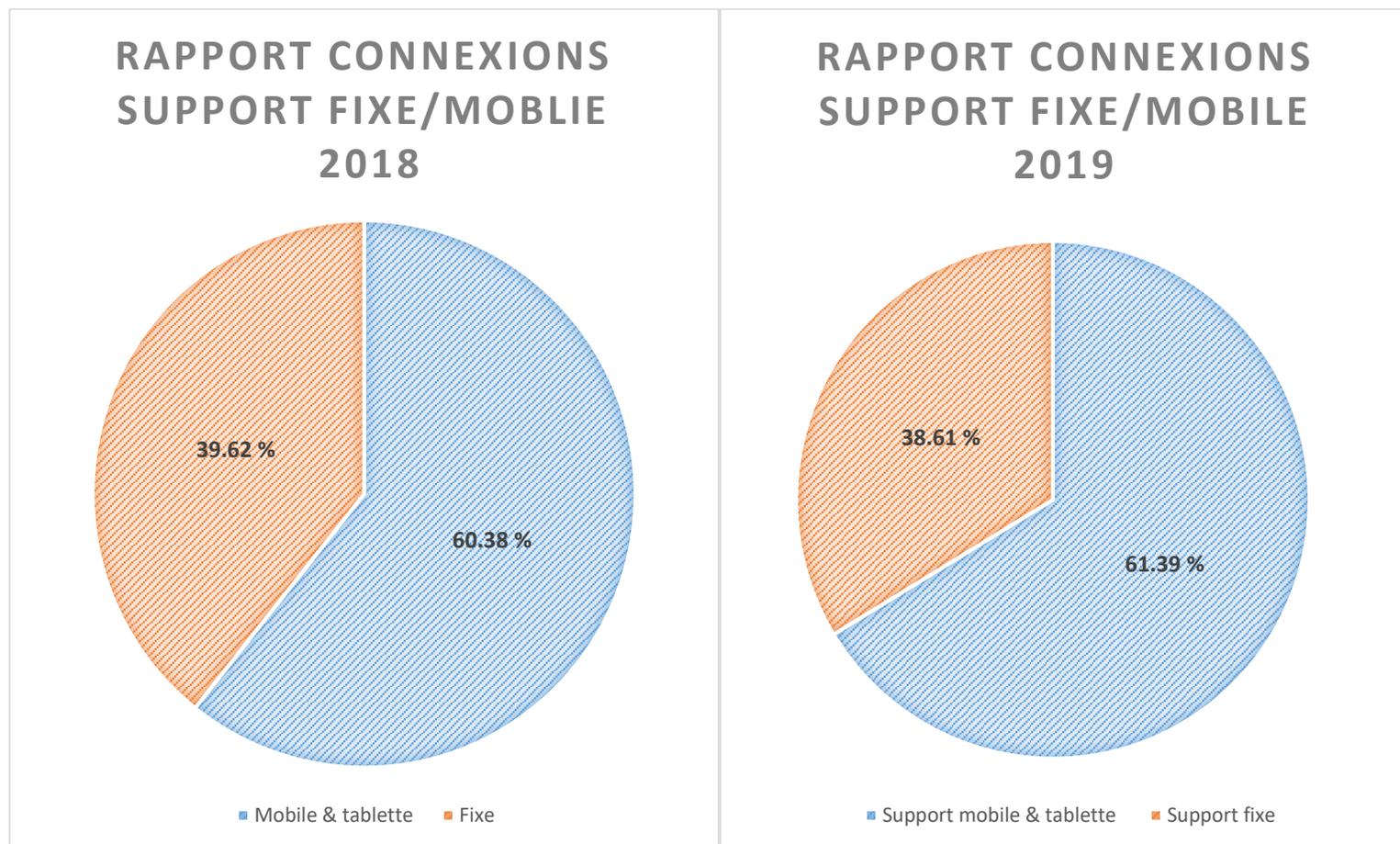
5. Evolution du Taux d'occupation des hôtels de la CAPA depuis 2015



Source : INSEE

Le graphique ci-dessus nous montre le fléchissement du taux d'occupation des hôtels de la CAPA depuis 2017. Phénomène qui s'est accentué durant l'année 2019

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

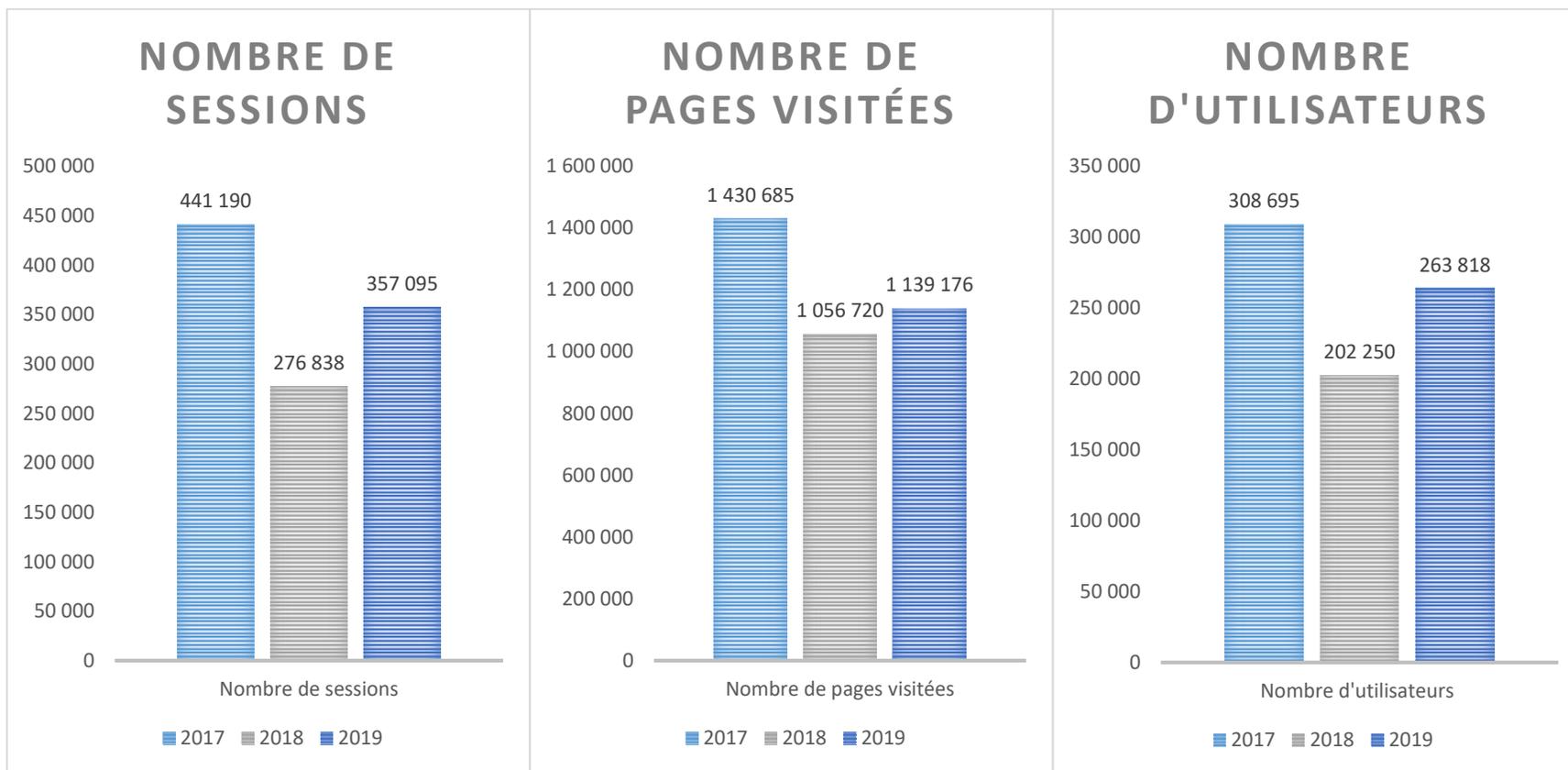


Source : Google Analytics

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.

A noter que cette tendance s'amplifie nettement au cœur de la saison touristique avec un rapport connexions **Fixe/Mobile de 24/76**

7. Fréquentation sur ajaccio-tourisme.com les 3 dernières années



Source : Google analytics

Remarque :

La refonte du site opérée fin 2017, a eu un impact incontestable sur le trafic de notre site.

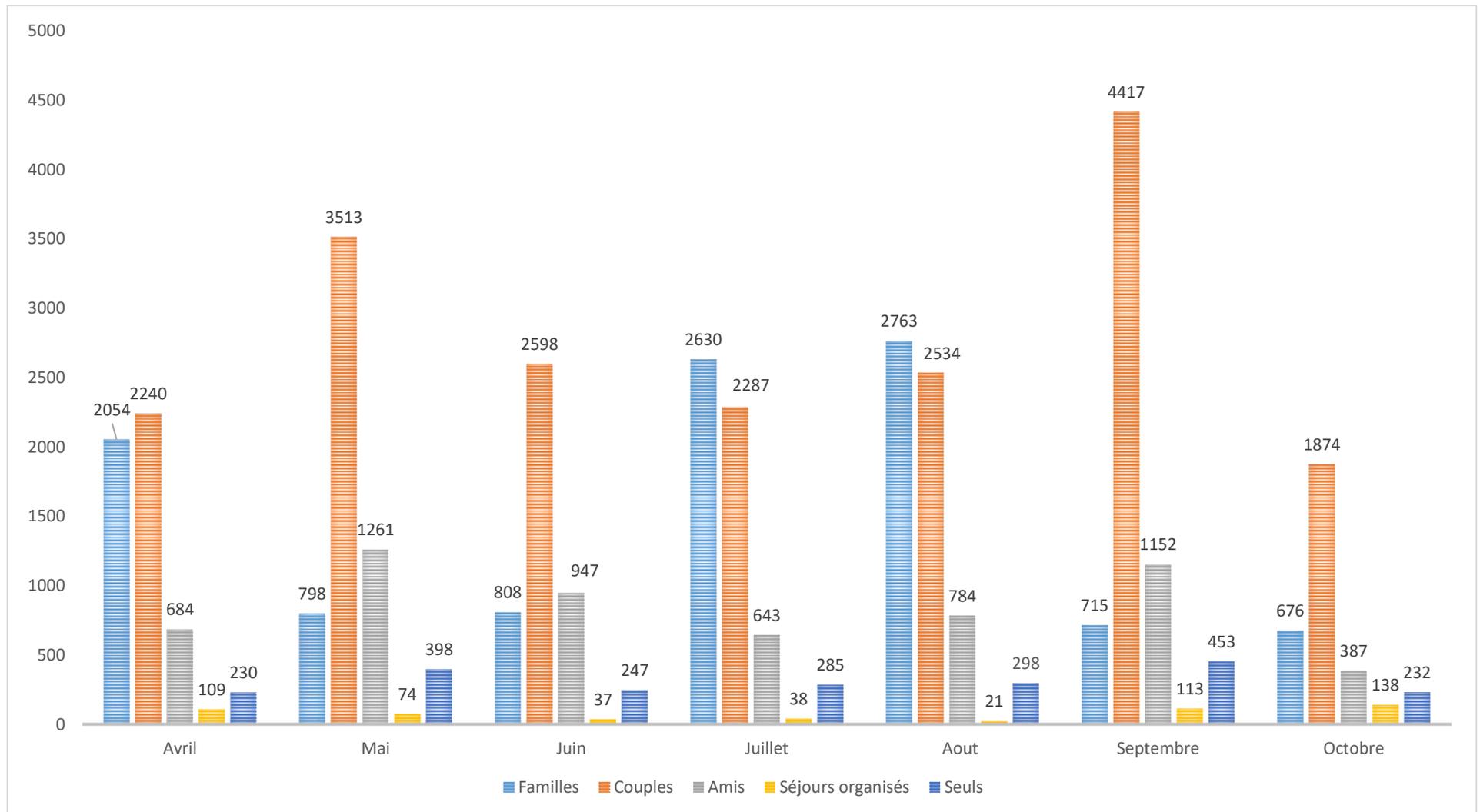
La cause principale étant la perte de référencement naturel de nos pages sur les moteurs de recherche (SEO).

En 2018 nous avons eu plus de 34% d'utilisateurs en moins par rapport à 2017. Cependant, celui-ci a repris 30% d'utilisateurs en plus en 2019.

B. Volet Qualitatif

II. L'identification des clients

1. Répartition des typologies visiteurs de l'OIT - Avril-Octobre 2019 –



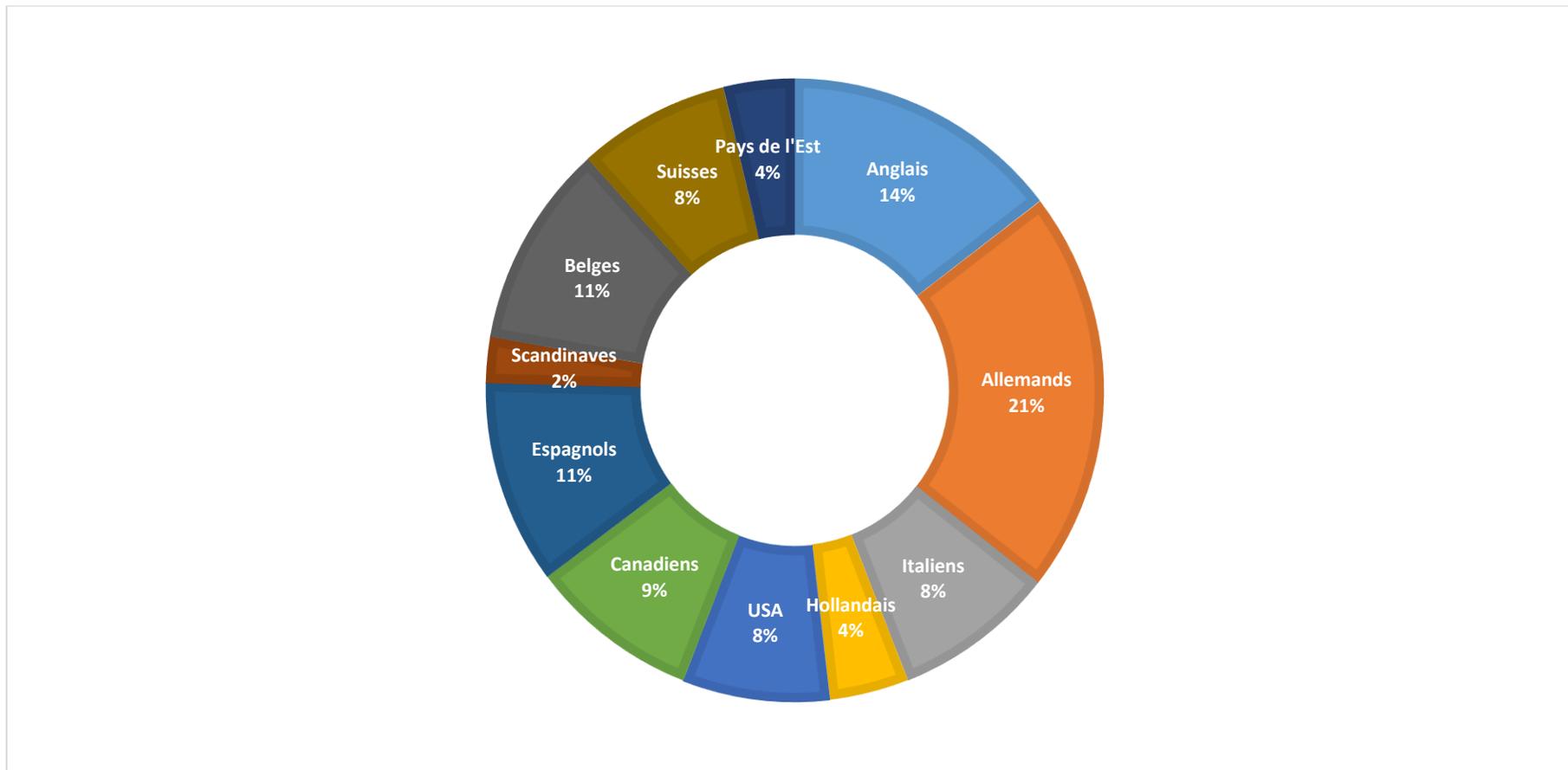
Source : Logiciel Tourinsoft (38 438 demandes enregistrées)

Remarques : Les typologies sont directement liées aux 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'Office de Tourisme 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 à l'OIT (avril-octobre 2019)

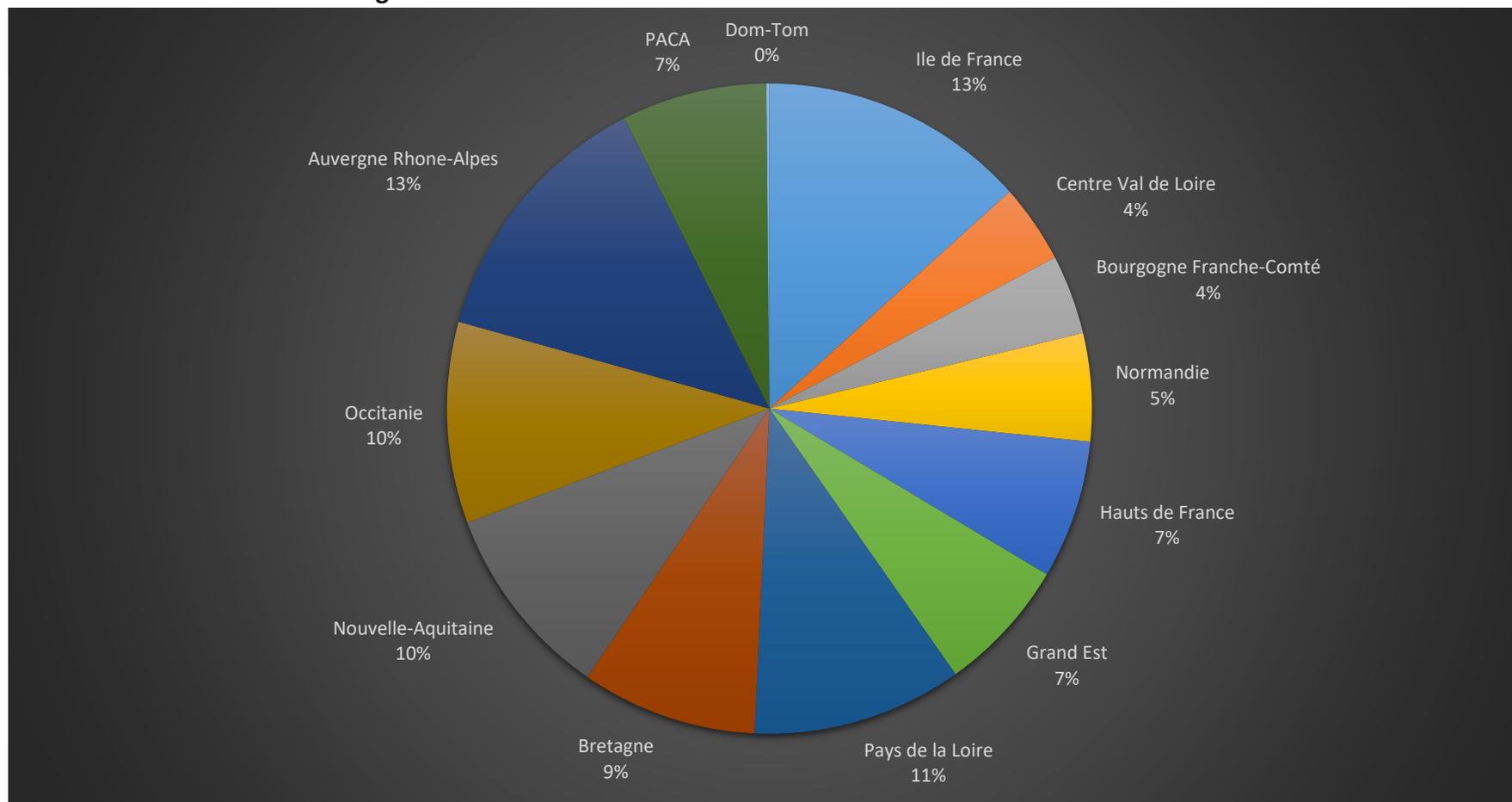
- La clientèle française de l'OIT représente **73.23%** des visiteurs, contre **72.37%** en 2018



Source : logiciel Tourinsoft

Remarque : Au même titre que les années précédentes, la clientèle allemande est la plus représentée à l'OIT du Pays d'Ajaccio, les britanniques sont toujours en 2^{ème} position. Les espagnols se hissent à la hauteur des belges pour partager la 3^{ème} place de ce podium. A noter la progression de la clientèle canadienne qui gagne 2 points par rapport à 2018.

4. Ventilation des régions émettrices avril-octobre 2019



Source : logiciel Tourinsoft sur 28786 personnes renseignées

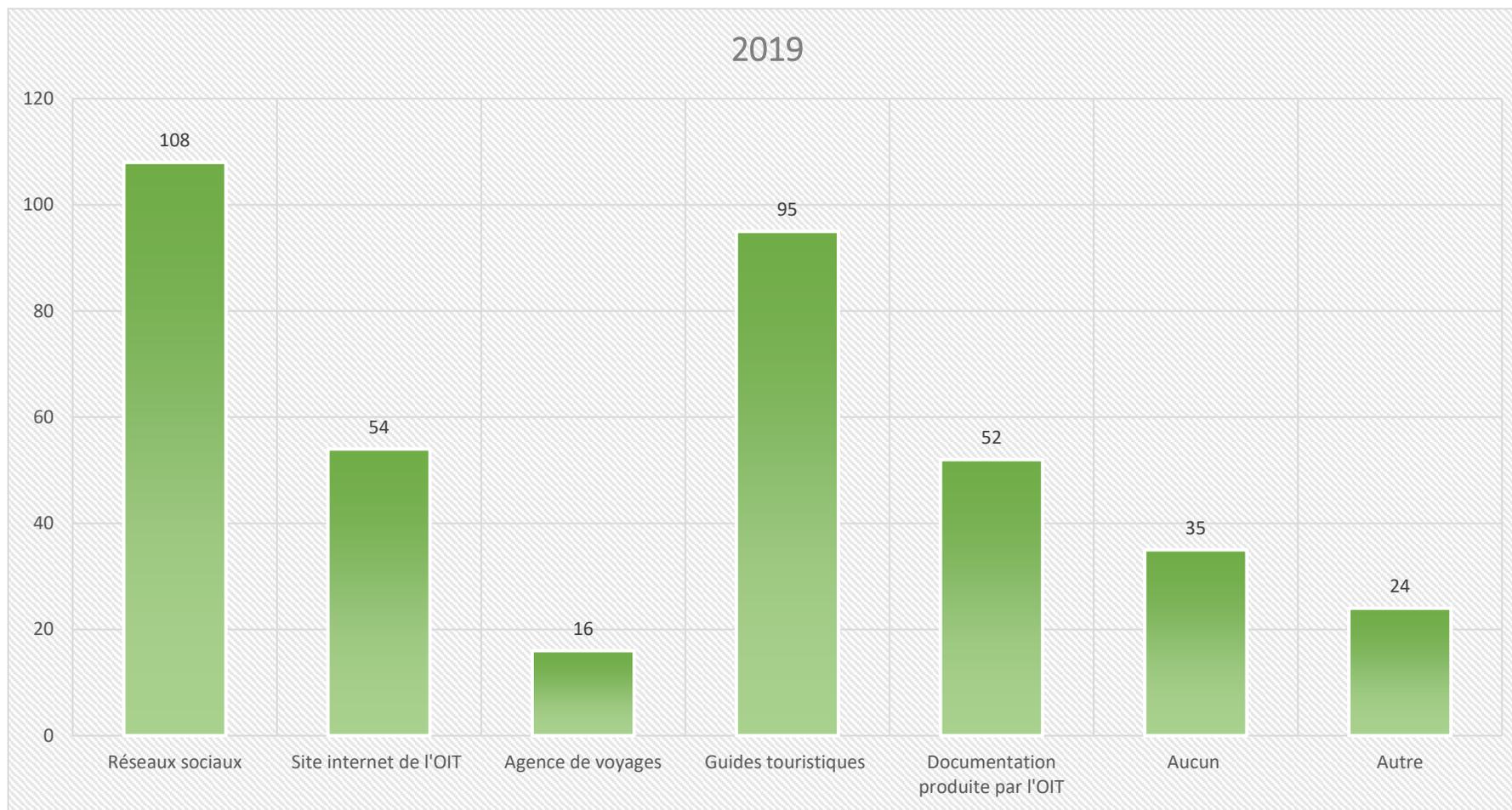
Remarque : Les principaux bassins émetteurs sont les suivants :

- 1- Ile de France
- 2- Auvergne Rhône-Alpes
- 3- Pays de la Loire

A noter que la répartition des bassins émetteurs est quasi similaire par rapport à 2018.

III. Les comportements touristiques

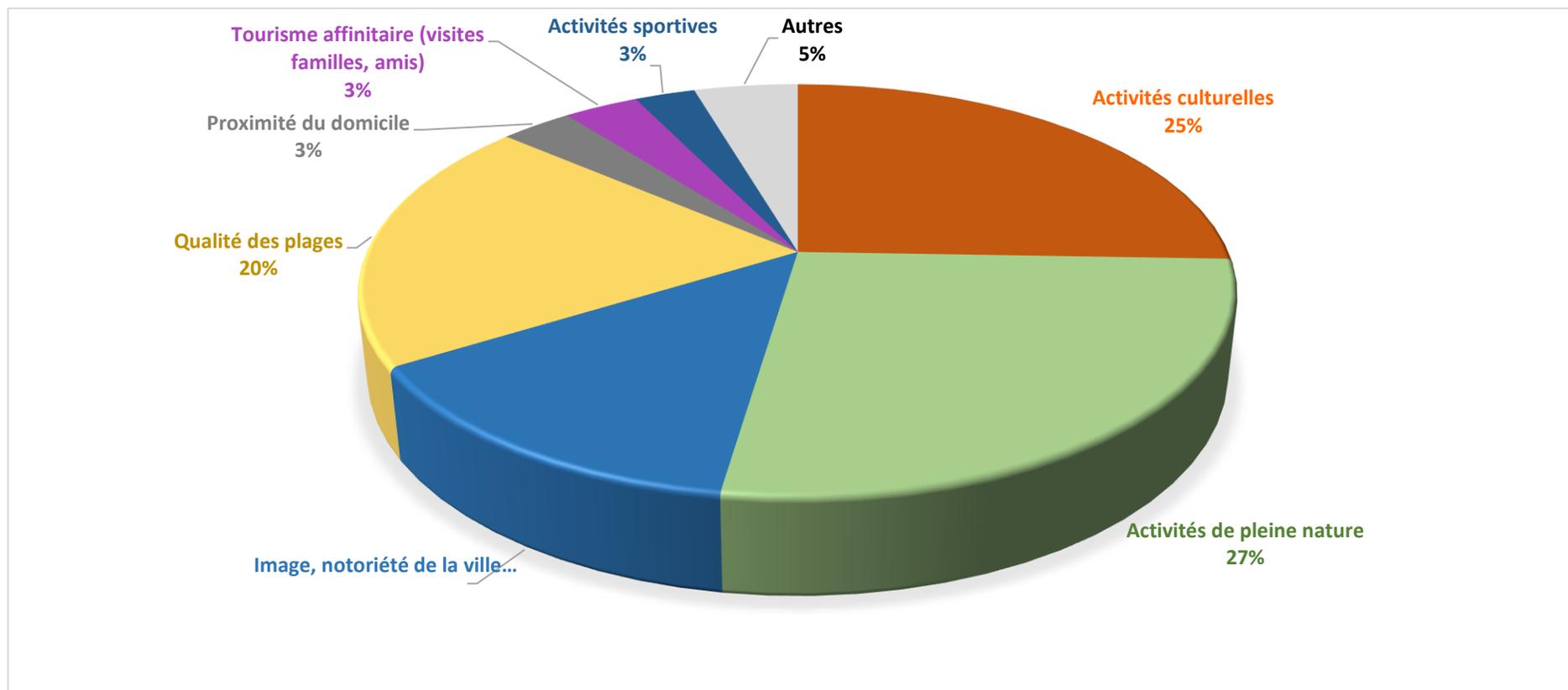
1. Les moyens utilisés pour préparer son séjour (janvier-octobre)



Source : 384 réponses de questionnaires satisfaction séjour

Remarques : Même si le numérique a pris le pas sur le papier, nous pouvons constater que les guides touristiques et les documents de l'Office de Tourisme ont encore leur place 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 2019. 359 au total

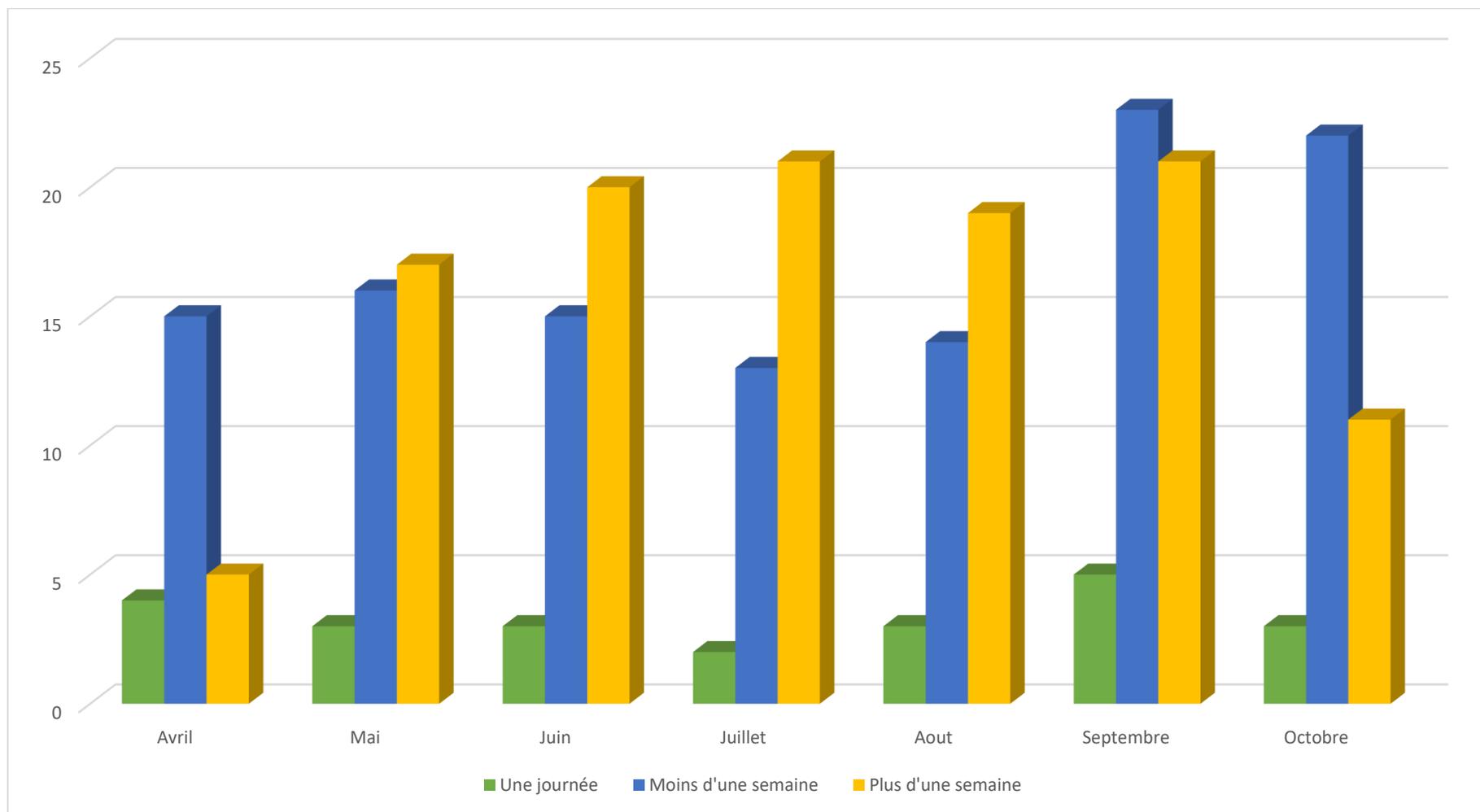
Remarque : Dans la plupart des cas, le choix de la destination ajaccienne est motivé par les activités de pleine nature telles que la randonnée, les activités et patrimoine historique et culturel du territoire. Ces deux thèmes représentent 52% des réponses sur les motivations du prospect à choisir notre destination.

En faisant une étude comparative avec l'année 2018, on se rend compte que ces 2 thèmes ont augmenté. La qualité des plages et la notoriété de la destination baissent de 3% chacun.

A noter que dans les réponses « Autres » on évoque régulièrement la situation géographique stratégique d'Ajaccio à l'occasion d'un séjour en Corse (point de départ ou d'arrivée)

Ou encore des séjours à l'occasion d'un événement (mariage, concert...)

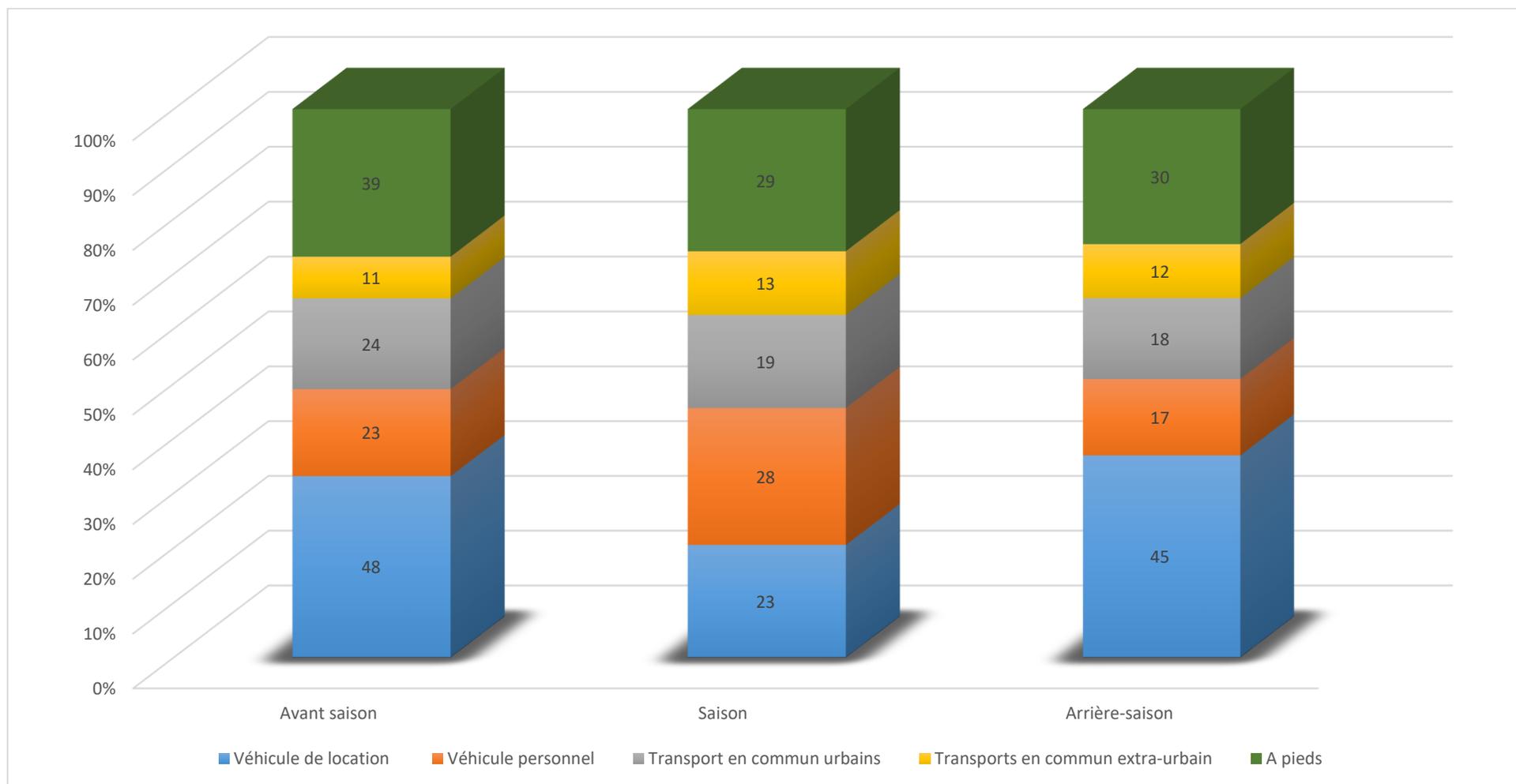
3. La durée de séjour des visiteurs



Source : Réponses aux questionnaires satisfaction séjour – 255 réponses

On s'aperçoit que la durée du séjour des visiteurs interrogés est nettement supérieure dans le cœur de la saison touristique. En effet, les séjours de plus d'une semaine dépassent ceux de moins d'une semaine en juillet et aout, mais également sur le mois de juin. Ainsi, plus nous sommes en ailes de saison, plus la durée est faible.

4. Ventilation des transports utilisés sur place.



Source : Questionnaires post séjour - 379 retours -

Avant saison : avril, mai, juin

Saison : juillet, aout

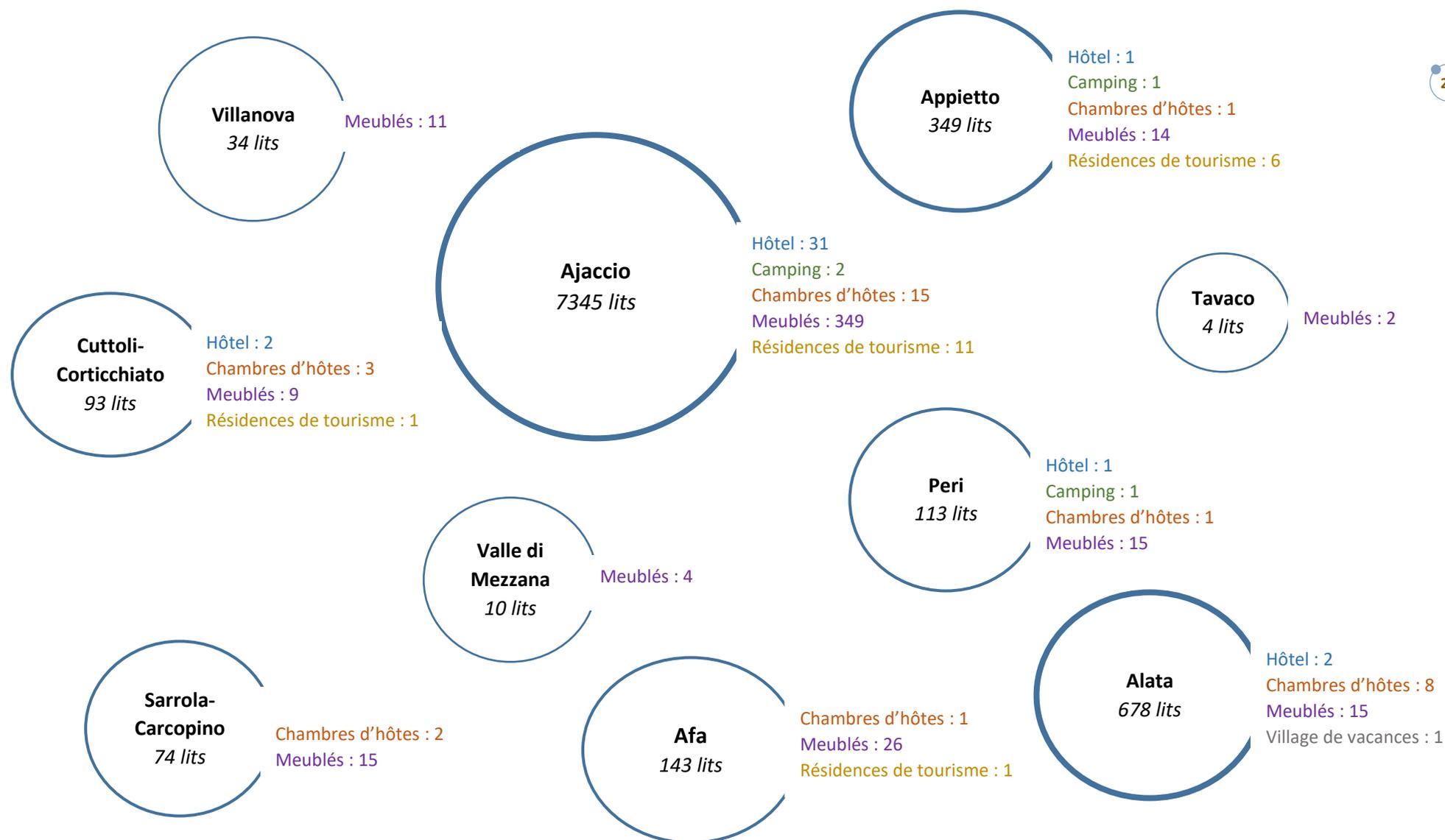
Arrière-saison : septembre, octobre

Remarque : On s'aperçoit que plus la durée de séjour est longue (pleine saison), plus les véhicules personnels sont prédominants par rapport aux véhicules de location.

(Transports urbains = bus, taxi

Transports extra-urbains = car, train, navette maritime)

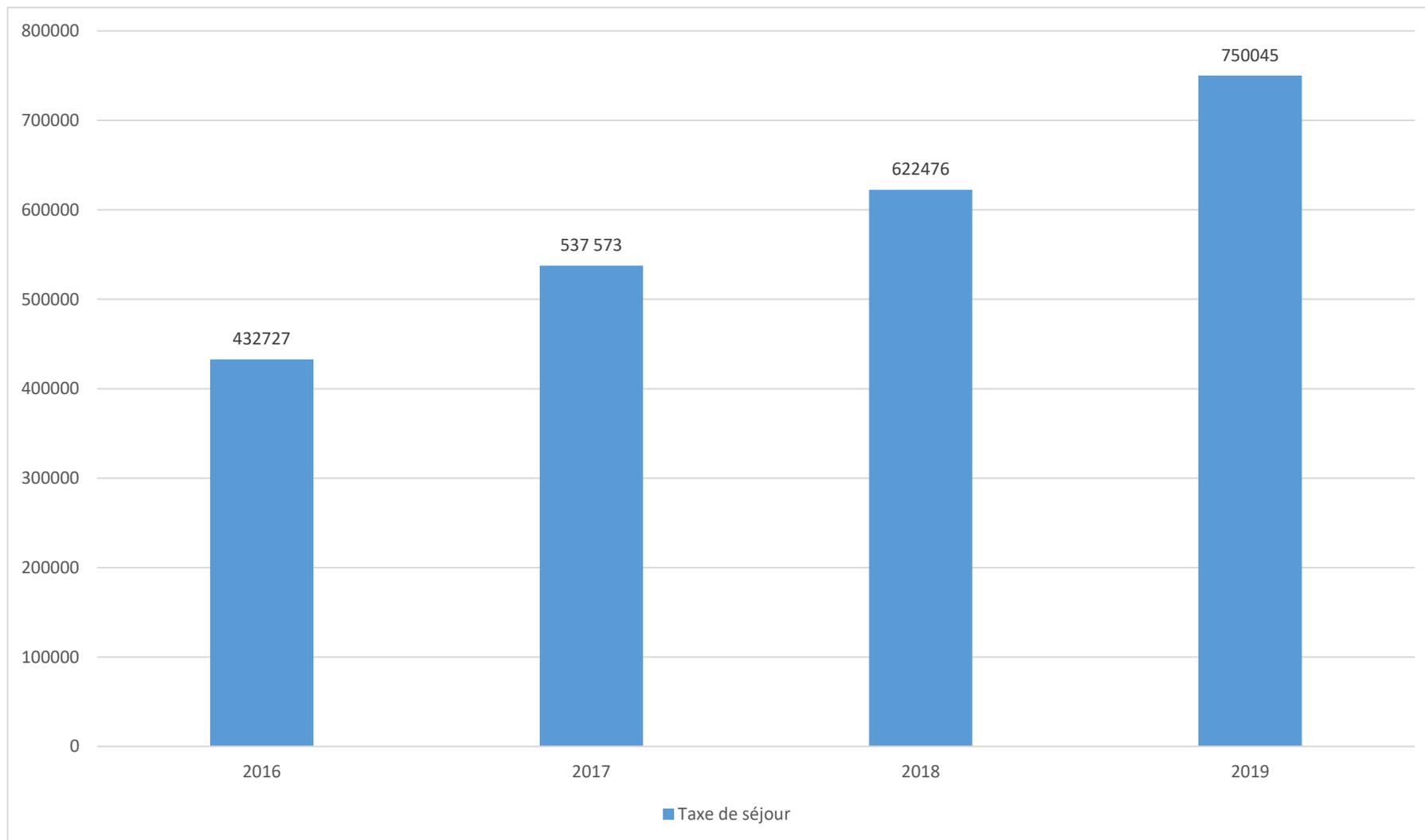
5. Diagnostic des hébergements territoire CAPA



Source : 3D Ouest

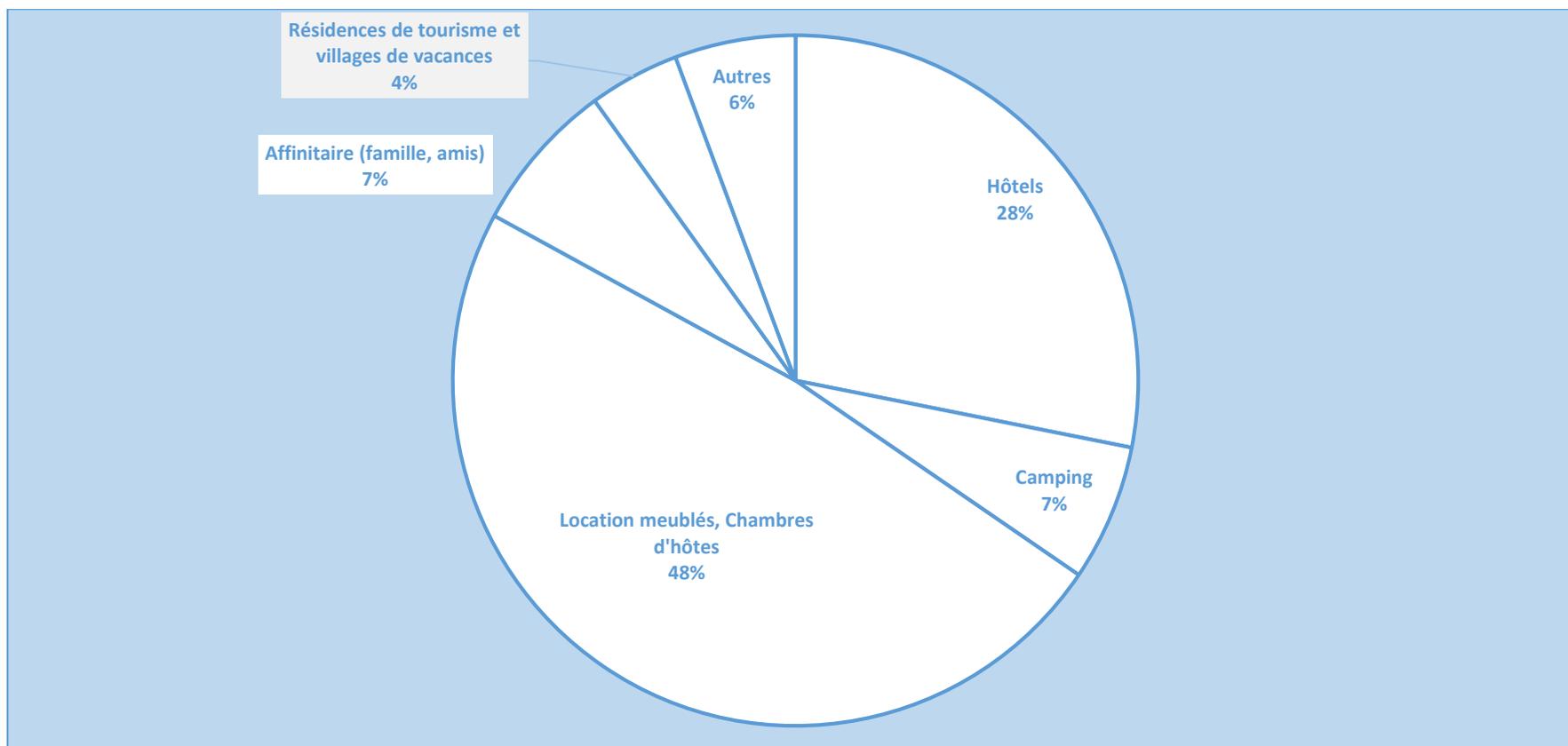
OIT CAPA
SB le 02/03/2020

6. Evolution de la déclaration de la taxe de séjour entre 2016 et 2019 (tous hébergements confondus)



Source : 3D Ouest

7. Ventilation des hébergements choisis.



Source : Questionnaires satisfaction séjours - 281 retours –

Nous pouvons voir sur le diagramme circulaire ci-dessus, la prédominance des locations de meublés par rapport à l'hôtellerie.

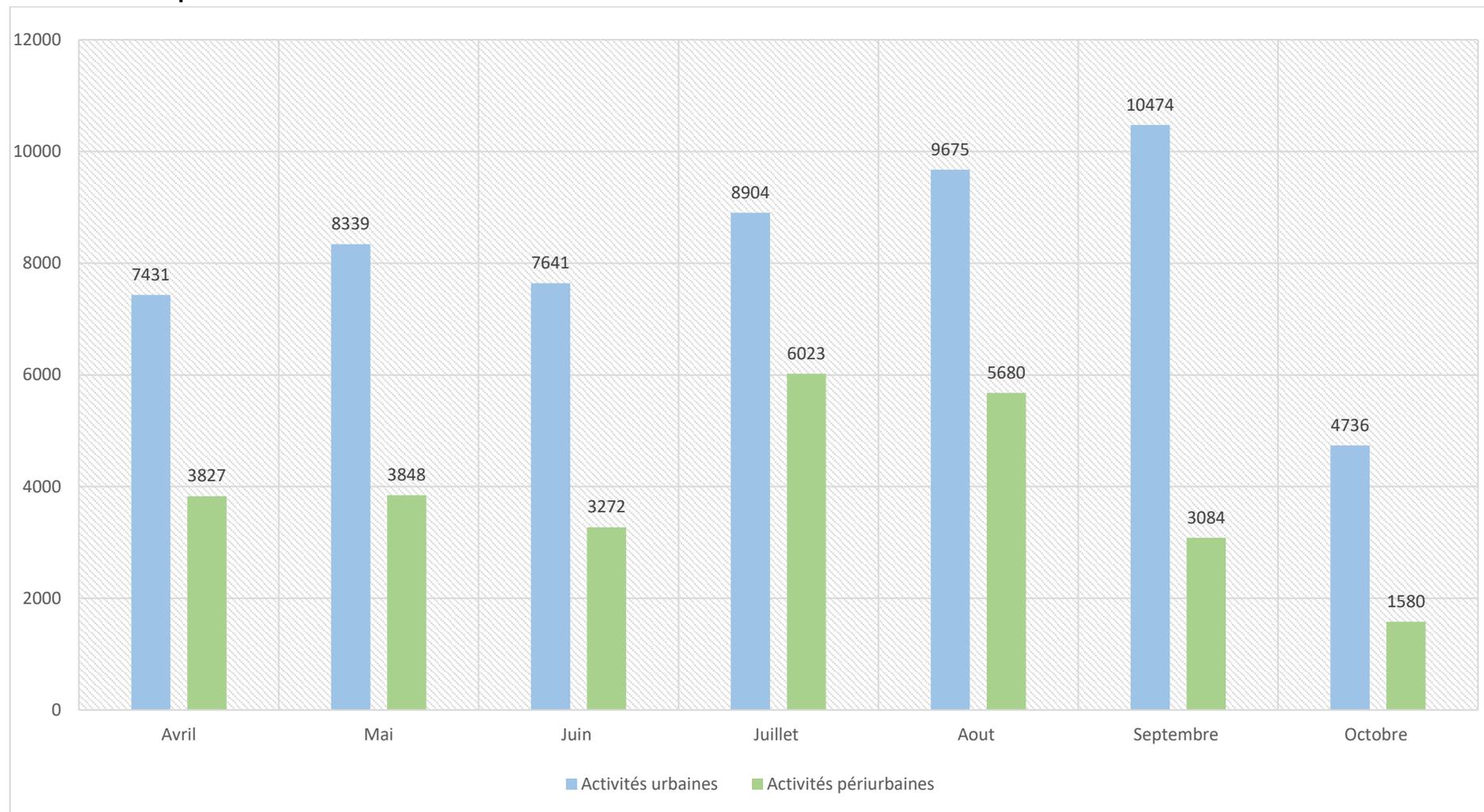
En effet près de la moitié des personnes interrogées était logée dans des meublés de tourisme ; cette prédominance de l'hébergement collaboratif (ou non professionnel) par rapport à l'hébergement professionnel, s'accroît au fil des ans.

Concernant la localisation de ces hébergements, près de 57% des personnes interrogées étaient logées dans le centre-ville d'Ajaccio, 28% dans le pays d'Ajaccio, et 15% dans le reste de l'île.

La localisation des hébergements est sensiblement recentrée sur Ajaccio puisqu'en 2018 on était à moins de 50% sur le territoire Ajaccien et 38% pour le pays d'Ajaccio.

Nous restons donc dans une tendance de tourisme urbain

8. Les thématiques d'activités demandées



Source : Tourinsoft. Sur 84 515 demandes clients enregistrées.

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

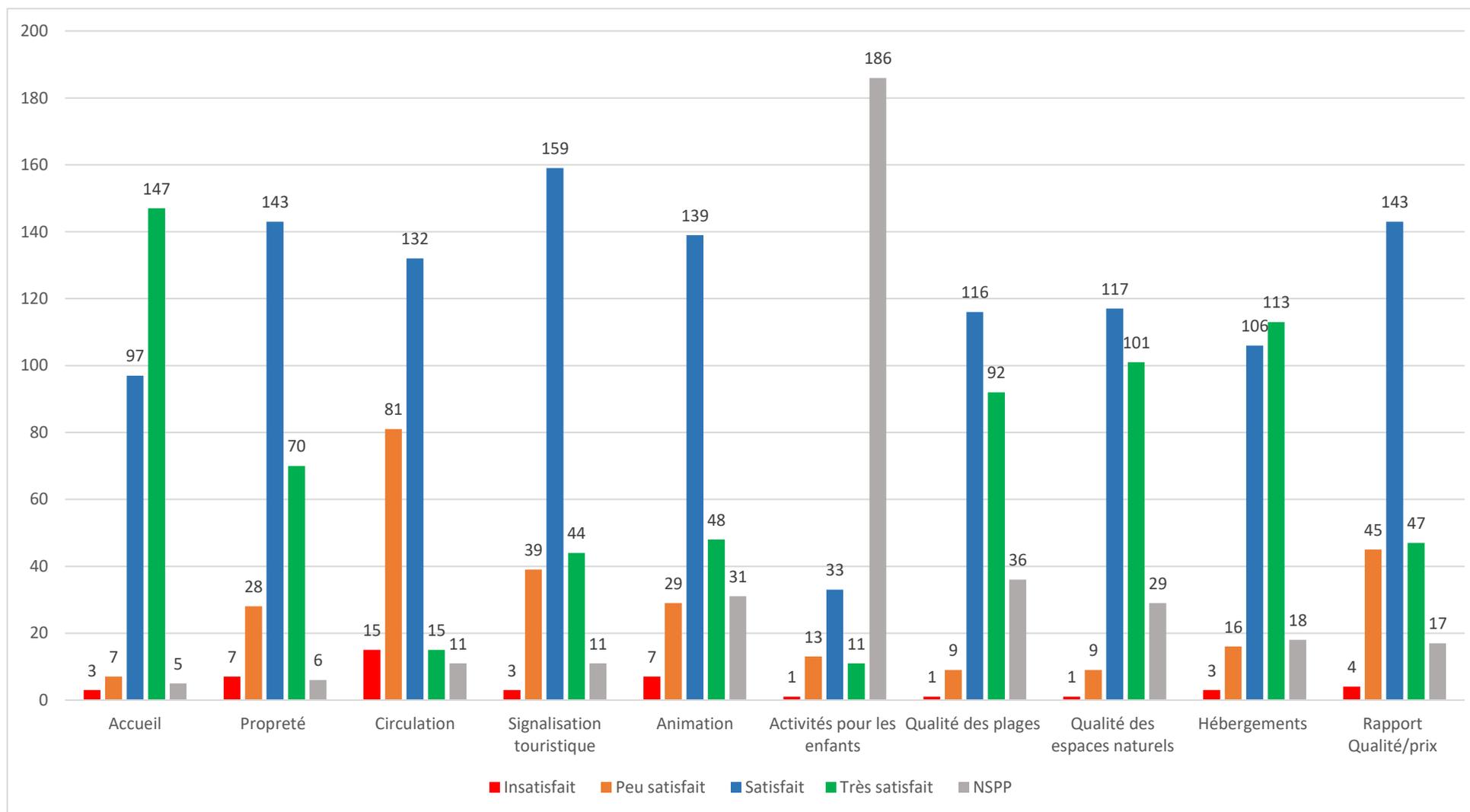
Les activités péri-urbaines regroupent les activités de pleine nature, le nautisme, le « farniente », la randonnée...

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 en grande majorité sur les activités (environ 79% 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 257 questionnaires « satisfaction séjour » d'avril à octobre 2019

2. Réponses ouvertes : Points positifs/ Points à améliorer

Sur 257 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, ils apprécient la dualité mer/montagne
- La qualité des produits gastronomiques
- La richesse de notre patrimoine historique et culturel
- La diversité des activités proposées par les prestataires touristiques

Points à améliorer :

- La circulation et le stationnement fréquemment pointés du doigt
- Les transports en commun, notamment les horaires de bus qui ne sont la plupart du temps pas respectés
- Le coût de la vie en général : du transport aux prestations proposées sur place (prestataires d'activités, restaurants...)
- En aile de saison (avril et octobre) le manque d'activités proposées et le nombre importants de restaurants fermés

CONCLUSION

A la lecture des différents indicateurs quantitatifs de ce bilan, nous constatons une fréquentation globalement en baisse par rapport à la saison précédente. La fréquentation à l'Office de Tourisme du Pays d'Ajaccio est touchée, au même titre que les flux maritimes (-7%) et l'aérien (-3%). En termes de nuitées, le bassin ajaccien subi un recul de 6.5% mais souffre moins que l'extrême sud (7%) et la Balagne (-10,3%) à savoir que tous les types d'hébergements sont touchés par cette baisse.

Cependant il y a différentes raisons de ne pas s'alarmer face à ce fléchissement.

Tout d'abord, ces résultats sont à relativiser par rapport à l'excellente saison 2018 et particulièrement l'avant saison qui a été exceptionnelle en raison des ponts de mai et des conditions météorologiques idéales et propices aux courts séjours.

Ensuite la vague de chaleur estivale (3eme été le plus chaud depuis 1959) a pu avoir une incidence sur l'attractivité d'une destination ensoleillée comme la nôtre.

Au niveau national, la croissance est en hausse de +2.2% mais les résultats ne sont pas homogènes, en effet le pourtour méditerranéen et la région parisienne connaissent une stagnation tandis que les destinations telles que la Bretagne, Normandie, Hauts de France ou encore Auvergne, Rhône Alpes, des régions dites plus fraîches, connaissent une forte hausse de fréquentation grâce aux conditions météorologiques optimales.

Enfin, le contexte social au niveau national a pu constituer un frein à la fréquentation touristique.

En effet, le mouvement des gilets jaunes a sans aucun doute influencé le consommateur, et a notamment pu impacter les agences de voyages dans les grandes villes.

Notre observatoire touristique, qui tend à évoluer chaque année, se focalise de plus en plus sur l'offre hébergement et sur l'évolution des comportements des visiteurs en termes de logement ;

Une veille concernant la taxe de séjour a été rajoutée à ce bilan et un suivi plus en profondeur de l'évolution de l'hébergement collaboratif est envisagé pour les prochaines échéances en lien avec la plateforme AirBnB.

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