

Progetto “ART 2”

Fase 3 “Analisi, audit e mappature delle competenze”

Attività 3.2 “Analisi delle tipologie di turismo”

PARTNER N. : 2

DENOMINAZIONE : ATC et les partenaires

NOME DEL RESPONSABILE DI PROGETTO : JL MORETTI

TERRITORIO DI RIFERIMENTO : CORSE

DATA: 25 mars 2015

1. Le tourisme dans l'économie

La place du tourisme dans l'économie est significative dans la zone transfrontalière, près de 20% du PIB.

Pour la zone transfrontalière les points forts du tourisme sont :

- **une offre de structures touristiques importante et diversifiée,**
- **une évolution favorable et continue du tissu économique touristique,**
- **une fréquentation touristique élevée.**

Pour la Corse, avec 70 % des séjours touristiques se répartissant sur 5 mois (de Mai à Septembre), le secteur touristique corse est soumis à une forte saisonnalité qui génère des effets pervers sur les plans économiques, sociaux et environnementaux, qui peuvent mettre en péril la durabilité du développement touristique. En données générales la fréquentation touristique se présente ainsi :

- 3,2 millions de touristes annuels pour une population résidente de 310 000 habitants
- 7,4 millions de passagers transportés dans les deux sens (hors croisiéristes)
- 30 millions de nuitées

L'observation du flux de passagers sur une décennie amène à un double constat d'une croissance quasiment constante et d'une perte de vitesse du maritime compensée par une montée en puissance de l'aérien.

Enfin, les clientèles composant ces flux se répartissent sur l'année comme suit : 57% de clientèle française et 43% de clientèle étrangère (dont Allemands (20%), Belges (15%), Italiens, Suisses, Hollandais (10%).

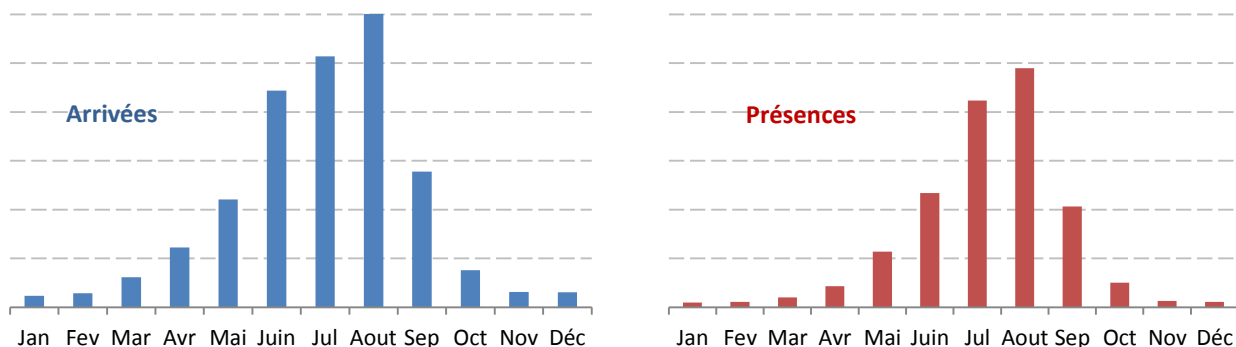
Dans l'hôtellerie, de mai à septembre le taux d'occupation moyen est de 68%, ce qui représente une baisse de 2,5% par rapport à 2013 (70,5%). La durée moyenne de Séjour (DMS) est inférieure à 2 nuitées (1,98) (2,07 en 2012). La baisse s'accroît avec la montée en gamme des hôtels (- 3,9 en hôtels 4 et 5 *).

Pour la province de Livourne, majoritairement orienté vers le tourisme, l'offre des structures touristiques est

consistante, diverse et en évolution constante : en 2013 on a compté environ 1,2 millions d'arrivées pour 8,1 millions de séjours : données qui rendent Livourne la troisième province en Toscane pour les arrivées et la deuxième pour les séjours. Ces derniers sont répartis pour deux tiers dans les structures hôtelières, alors que l'incidence des présences étrangères, actuellement au 40%, est en croissance continue.

D'autre part le tourisme de Livourne résulte presque exclusivement de type balnéaire, il est donc concentré dans certains mois, et il n'est pas différencié relativement aux arrivées : plus de la moitié des Italiens sont représentés par deux régions (Toscane et Lombardie), tandis que presque deux tiers des touristes étrangers viennent de trois pays (Allemagne, Suisse et Hollande).

Arrivées et présences touristiques par mois en province de Livourne – An 2013



Elaboration Centro Studi e Ricerche CCIAA Livorno sur données Province de Livourne

Pour tous les partenaires, **la typologie des touristes** reste majoritairement des couples (40%) et des familles (25%). Les groupes et les célibataires sont peu représentés.

Avec le développement d'internet, les réservations sont de plus en plus directes, sans passer par les intermédiaires du type agences de voyages ou tour-opérateurs. La durée des séjours moyens a tendance à baisser dans les structures hôtelières (moins de 5 jours), tout comme la fréquentation, phénomène plus visible en Italie qu'en Corse.

Même si la Ligurie enregistre de très bons niveaux de vente, elle reste derrière la Toscane car :

- La Ligurie n'a pas un système bien formé pour la vente des séjours,
- La Ligurie n'est pas assez présente sur internet comme les autres régions (seulement - de 10% de réservations par internet),
- Pendant le mois de juillet les structures réceptives balnéaires enregistrent 69,7% de chambres occupées sur le total disponible, mais cela traduit une baisse des réservations par rapport aux années précédentes alors que la Toscane enregistre +15% à la même date,
- Dans le mois d'août la Ligurie enregistre le 82,4% de chambres occupées sur la côte,
- Pendant le mois de septembre, les structures réceptives enregistrent 40% de chambres occupées, à savoir une diminution du 1,5%.

Pour ce qui concerne les réservations, les entreprises réceptives en Ligurie utilisent leur propre site internet (84%).

Mais **la saisonnalité du tourisme** est à remarquer pour tous les partenaires, de mai à octobre avec un pic en juillet et août pour un hébergement majoritairement en structures extrahôtelières, le camping étant moins utilisé.

Pour la Sardaigne, la tendance à long terme souligne l'existence d'un secteur hautement spécialisé dans le segment de bain marin, ce qui confirme :

- **La tendance à la concentration spatiale de la capacité de l'hébergement et du tourisme le long de la côte** pour plus de 90%,
- Une saisonnalité marquée au trimestre d'été à plus de 80% des nuitées,
- La diminution des indices d'utilisation des hébergements hôteliers.

Le secteur de l'hébergement emploie environ 4300 installations (930 hôtels et 3370 complémentaires) pour un total de 181 500 personnes.

Entre 2012 et 2013, le tourisme en Sardaigne a enregistré une croissance des arrivées totales en hausse de 10,2%, qui provient essentiellement d'une augmentation de 18,3% des arrivées internationales.

L'internationalisation de l'application est bénéfique puisqu'elle sert à l'ajustement saisonnier des flux touristiques : en 2012, seulement 14% des touristes nationaux a visité la Sardaigne en dehors des mois de Juin à Septembre contre 22% pour les étrangers.

Pour la zone transfrontalière les points faibles sont :

- **un tourisme de type balnéaire et saisonnier, parfois soumis aux aléas météorologiques,**
- **certaines structures touristiques à renouveler,**
- **la provenance des touristes reste nationale (60%) pour 40% d'Européens provenant majoritairement d'Allemagne et de Suisse.**
- **une concentration spatiale des hébergements sur le littoral**

2. Les typologies du tourisme

A/ Le tourisme balnéaire et nautique

Le tourisme balnéaire dans la zone transfrontalière de référence est favorisé par un potentiel naturel idéal pour les activités nautiques.

La province de Livourne, avec sa conformation géographique donnée sur la mer, base une bonne partie de son économie sur la richesse produite par l' *économie de la mer* (toutes entreprises confondues) : la valeur ajoutée générée frisait, à fin 2013, 1,3 milliards d'Euro et constituait 15,9% de la valeur ajoutée totale. Les secteurs de majeure importance sont les extractions marines, la logistique (transport et manutention marchandises et passagers via mer) et le tourisme. Dans l'ensemble, l'économie de la mer garantit un emploi à plus de 18.000 personnes, c'est-à-dire 13,8% des employés dans le territoire.

Les infrastructures portuaires, soit relatives au trafic commercial soit au nautisme de plaisance, constituent un indiscutable point de force pour le système économique local. Concernant le trafic commercial, selon le document de référence qui définit et identifie le système des ports de la Toscane¹, des trois ports d'intérêt régional, national et international où se situe l'Autorité Portuaire, deux sont sur le territoire de Livourne (Livourne et Piombino), en outre des cinq ports d'intérêt régional et interrégional deux sont présents sur les côtes de la province de Livourne (Marina di Campo et Porto Azzurro). Il y a enfin le port de Portoferraio qui a une importance considérable concernant le trafic des passagers. Les dernières années soit le transport des marchandises, soit des passagers ont toutefois subi un ralentissement due en première lieu à la crise globale du 2009, mais aussi à la perte de compétitivité des services portuaires.

Aussi important est la présence sur le littoral de Livourne, îles incluses, des structures portuaires adressées au nautisme de plaisance. En effet, si dans l'ensemble du territoire la Région Toscane relève 58 structures opératives distinguées selon la classification définie par la normative nationale² en ports de plaisance, accostages touristiques et points d'ancrage, 34 entre eux sont présentes à Livourne, c'est-à-dire 58,6%. A ces structures correspond un total régional de plus de 18.000 places d'amarrage bateaux recensés, et entre eux plus d'un tiers (6.853) est à Livourne.

La Corse compte 27 ports de plaisance soit 10 700 postes (8 174 anneaux et 2 525 bouées en AOT) dont 3 200 de passage. La filière nautique affiche un chiffre d'affaire global d'environ 120 000 000 € et 1 416 emplois en 2010 dans les 367 industries nautiques, ce qui est nettement en dessous des partenaires italiens. La filière nautique corse est en constante augmentation. Depuis 2000, certains segments de marché ont

continué à croître et le bilan sur 10 ans montre une croissance significative. On note :

- Un engouement croissant des clientèles locales pour la plaisance (le marché n'est pas encore "mûr")
> Une demande locale qui va continuer à croître
- Une tendance généralisée à l'allongement progressif de la taille des bateaux neufs et à la montée en gamme
- Une très forte attractivité du bassin de navigation > Dans un contexte qui va devenir de plus en plus concurrentiel entre les régions maritimes, la Corse dispose de solides atouts pour fidéliser et capter de nouvelles clientèles.

Il faut noter que la Corse n'est pas un site d'accueil de la Grande Plaisance résidente, ni un site d'hivernage. Cela s'explique par une carence en sites d'accueil sécurisés à terre et à flot, par l'absence d'une filière professionnelle, parce qu'une partie de la flotte de Grande Plaisance est exploitée aux Caraïbes pendant l'hiver mais aussi et surtout parce que les chantiers navals italiens, spécialement Viareggio, concentrent la majeure partie de la Grande Plaisance en Méditerranée.

La Ligurie a deux caractéristiques précises : elle a le plus grand nombre de places de port et le plus grand nombre de structure pour héberger les bateaux de plaisance grâce aux lieux et fonds adéquats.

Différemment des autres régions, la plus part des ports sont utilisée seulement pendant l'été, plus précisément pendant la période de mai à septembre. Malgré la plus part des structures sont positionnée à côté des villes (ou bien dans la ville !) l'utilisation pendant l'hiver est vraiment réduite. A noter les ports comme Marina di Varazze et Marina di Genova Aeroporto qui cherchent de rester actives aussi pendant l'hiver en proposant activités et services pas forcément liés aux activités nautiques.

La Sardaigne mesure 1850 km avec une répartition inégale sur la côte de 78 ports de plaisance, qui représentent un total d'environ 19 415 places, et une moyenne d'1 port tous les 24,6 km de côtes. Il existe donc un manque absolu d'homogénéité concernant les installations portuaires en Sardaigne, que ce soit par rapport à la quantité et à la qualité des services offerts ou encore par rapport à la propriété ou la gestion de la nature juridique des concessionnaires. Certaines installations sont situées souvent à proximité des centres villes, lorsque d'autres se situent à la périphérie des villes. Mais il y a aussi des ports lointains qui se retrouvent parfois déconnectés des centres de population.

Après analyse de la gestion des installations portuaires, il en ressort que certains ports sont construits et exploités par des personnes privées, d'autres sont gérés par des entités publiques telles que des municipalités ou des sociétés contrôlées par des municipalités, et enfin quelques cas où dans le port il y a un grand nombre de concessionnaires en concurrence les uns avec les autres.

Concernant le secteur productif de la navigation de plaisance, la majorité des entreprises, situées principalement dans le nord, est engagée dans le stockage, la location et la prestation de services, ce qui ne laisse qu'une minorité, bien que grandissante, qui opère dans la production de bateaux. Cette situation s'explique par la forte augmentation de la demande dans le domaine de la maintenance et du stockage. On notera enfin la présence de petits exploitants qui produisent des accessoires pour la production de produits semi-finis.

L'analyse du registraire des entreprises en Sardaigne du Nord en 2012 montre que, dans les deux provinces de Sassari et Olbia, ce sont principalement les entreprises les plus individuelles qui se sont établies. Les entreprises opérant exclusivement dans l'industrie maritime, dites « core business », sont en tout 927, tandis que 228 entreprises, appelées « activités secondaires », traitant partiellement ou marginalement de la navigation de plaisance, représentent près de 3000 personnes. En ce qui concerne la forme juridique, il y a une prévalence des entreprises et sociétés individuelles par rapport aux activités principales avec un pourcentage de respectivement 49% et 30%.

En termes d'activité, les secteurs les plus représentés dans le Nord de la Sardaigne sont :

- Location : 33%
- Construction navale : 10%
- Stockage : 13%

Le segment des croisières

En Corse, en 2010, le trafic de passagers croisière a explosé pour atteindre 861 000 passagers entrées/sorties contre 511 000 environ en 2009, soit une augmentation de 68%. Cette hausse profite à 88% à Ajaccio, qui a atteint 758 000 passagers, à 6% à Propriano (55 688 passagers) qui ont bénéficié d'un réaménagement de leurs ports.

Le port d'Ajaccio a vu, en 2008, la réalisation devant la gare maritime d'un nouveau quai de 350 mètres de long. En deux ans, le nombre de croisiéristes y a explosé passant, de 325 000 passagers en 2008 à 758 000 en 2010.

Le positionnement stratégique de la Corse au cœur de la Méditerranée est indéniablement un atout pour la promotion de notre destination auprès des armateurs qui trouvent dans notre zone de croisière une grande diversité de ports et donc de produits d'excursions à proposer à leurs clients. Revers de la médaille, la Corse est également voisine de ports gigantesques aux infrastructures colossales, notamment chez nos voisins italiens.

La croisière a été un déclencheur de développement pour de nombreux projets :

- portuaire (réaménagement ou construction de quais et gares maritimes et terminaux croisières, dynamisme des services portuaires (avitaillement...) à Ajaccio;
 - touristique : développement de stratégies spécifiques à l'activité croisière, prise en compte de la dimension portuaire dans la mise en tourisme de la ville, par son office du Tourisme et sa Chambre de Commerce.
- Idéalement, le développement de la croisière en Corse passe par d'autres ports qui pourraient se spécialiser dans cette activité (Bastia, Calvi, Bonifacio).

Dans la province de Livourne, le tourisme de croisière a des impacts intéressants sur le territoire en termes d'emploi et économiques si on considère les dépenses soutenues par les touristes une fois débarqués, les services portuaires et des terminaux et les fournitures de biens et services aux bateaux. En 2013 on a compté environ 740.000 passagers et 420 bateaux, valeurs qui ont placé Livourne à la 14^{ème} position dans le classement des ports de la Méditerranéenne.

Bateaux et passagers constituent la partie la plus « évidente » du phénomène qui comprend une ramification des rapports économiques capables d'impliquer même des secteurs moins prévisibles. De toute façon le tourisme de croisière est déjà un phénomène en mesure d'apporter au territoire de Livourne des effets directs à travers ses composantes productives et touristiques (plus de 22 millions d'Euro en 2013), qui sont à leur tour en mesure d'activer des effets indirects et induits même au niveau d'emploi.

En 2013, 10,8 Millions de passagers sont passés des ports de croisières italiens : un nombre qui augmente chaque année. (L'année 2011 est considérée comme une année record avec 11,5 Millions de passagers). La baisse de passagers depuis 2011 trouve sa cause avec la crise économique et la tragédie de la Costa Concordia qui a fait perdre la bonne image de la compagnie.

Les prévisions pour 2014 indiquent une augmentation de 6% de passagers dans les ports italiens, favorisée par un bon projet de marketing qui vante que la croisière est accessible à tous les revenus.

Les ports qui ont une position privilégié sont Savone et Gênes : cinquième et sixième ports de croisière en nombre de passagers (810mille et 797mille en 2014).

Selon une étude menée en mai et juin 2014 sur les croisiéristes qui ont fait escale à Gênes et Savone, on trouve un intérêt bien marqué vers les deux villes: 60% des croisiéristes visitent les villes sans un guide. A Gênes ils visitent surtout le centre historique (72%), le Porto Antico (65%), l'Aquarium (59%) ; à Savone ils visitent le centre historique (66%), les boutiques des artisans (17%) et les musées (13%). Le shopping est choisi pour le 48% à Savone et pour le 21% à Gênes ; la dégustation des produits typiques est préférée par le 28% à Savone et pour le 64% à Gênes.

Les croisiéristes voyagent en couples (57% à Gênes, 58% à Savone), avec les fils (29% de Savone), avec des amis ou des familiers (31% à Gênes).

Ils choisissent de visiter la ville pour simple curiosité ou après des conseils par des amis.

Pendant la visite ils cherchent des informations sur les lieux à visiter et les services offerts (54% Savone, 41% Gênes) près des points d'informations (34% Savone) ou par internet (22% Gênes).

Pendant les visites ils dépensent surtout aux bars et autres lieux de restaurations (le 71% des croisiéristes à Gênes dépenses jusqu'à 50€, à Savone ils dépensent au maximum 20€) ; pour acheter des produits typiques (50% à Gênes : 50€ ; 60% à Savone) ; pour entrer dans les musées (le 63% à Gênes : 50€ ; à Savone 20€).

Le port de Gênes est le sixième avec 797mille passagers en 2013.

C'est un port qui a une grande activité d'embarquements et débarquements (67% pendant le 2012) surtout pendant la période juillet/novembre (c'est-à-dire le 54% des passagers pendant tout le 2013).

Pour tous les partenaires, les retombées des croisières sont loin d'être négligeables. Si l'accueil des paquebots n'est pas une activité très rémunératrice pour le port lui-même, l'activité croisière profite aux différents acteurs portuaires (pilotes, lamaners, remorqueurs, agents maritimes) mais aussi pour la vente des excursions, et l'avitaillement; les dépenses à terre des croisiéristes et de l'équipage lors de l'escale de transit, la vente des services portuaires : taxes portuaires, assistance technique au navire (pilotage, remorquage, lamanage), consignation, avitaillement et services divers (débarquement et traitement des ordures...). Elle crée un dynamisme pour les ports auxquels elle procure une activité portuaire nouvelle en développement.

Même si dérivée par un secteur mûr, l'économie liée au nautisme de plaisance présente encore des aspects à développer en termes de services aux usagers, soit directs, c'est-à-dire connectés à l'activité d'accueil des bateaux, soit indirects (commerce, services touristiques, activités de divertissements, etc.).

Pour la province de Livourne, il est essentiel intercepter et maintenir sur le territoire provincial au moins une partie des touristes de croisière en transit dans le port de Livourne. Selon une étude récente, seuls 5 % des touristes de croisière décident de débarquer pour faire une excursion à pied dans la ville (en autonomie) et seulement 1% achète une excursion pour visiter Livourne (0,8%) ou sa province (0,2%). Les autres personnes qui décident de ne pas rester sur le bateau achètent des excursions pour les villes d'art, tels que Pise et Florence. Après tout, dans la plupart des brochures touristiques pour les croisières, Livourne, même si elle est touchée par l'itinéraire, n'est pas indiquée ou alors elle est présentée comme le « port de Florence ». En conséquence, le territoire doit se présenter et montrer accueillant, en agissant activement pour conquérir les préférences et les consommations des touristes, éventuellement en choisissant de s'engager davantage pour attirer une partie importante de cette cible.

Le Pescatourisme et l'Ittitourisme

L'activité pescatourisme permet une diminution de l'effort de pêche et une diversification des revenus du pêcheur.

En Corse, depuis 2013, 11 navires sont équipés pour recevoir des touristes à leur bord. Durant l'été 2013, 450 passagers ont été accueillis et ont découvert les métiers de la pêche professionnelle, les différentes variétés de poissons pêchés et le littoral marin.

La stratégie de diversification de la pêche professionnelle ne se limite pas à la seule pratique de l'embarquement. La valorisation de la ressource halieutique importe tout autant que celle des métiers. L'ittitourisme, fort bien représenté en Sardaigne, est connu depuis de nombreuses années des pêcheurs corses et tout particulièrement du Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins de Corse, du GRDD et de l'OEC.

Après le « *pescaturismo* », l'Italie a très vite donné la possibilité, au monde de la pêche professionnelle, d'exercer des activités d'hébergement et de restauration sur le même modèle que l'agritourisme. En 2006, le décret de loi 96/2006 a été publié donnant ainsi un cadre légal à « *l'ittiturismo* ».

En France, aucun cadre juridique n'autorise à ce jour des activités permettant de valoriser les produits de la pêche.

B/ Le tourisme environnemental, naturel et de plein air

Le développement des activités de pleine nature s'explique par un contexte favorable à ces pratiques sportives dû à l'accroissement du temps libre, au besoin d'un retour à la nature, un nouveau style de vie décontracté, la nécessité d'être bien dans son corps, à l'image du sport qui envahit le quotidien par le biais des médias.

Le marché des APN (Activités de Pleine Nature) concerne prioritairement une clientèle jeune, masculine, aisée et urbaine.

| Domaine | Nb. de prestataires |
|---|---------------------|
| Nautisme | 212 |
| Multisports | 71 |
| Plongée | 62 |
| Scooter de mer | 21 |
| Kayak, bouées, ski nautique, planches.... | 58 |
| Activités physiques de nature | 160 |
| andonnée pedestre | 38 |
| Canyoning | 38 |
| Equitation et randonnée équestre | 35 |
| Multisports | 49 |
| Culture (Artisanat, « routes », ...) | 73 |
| Total | 445 |

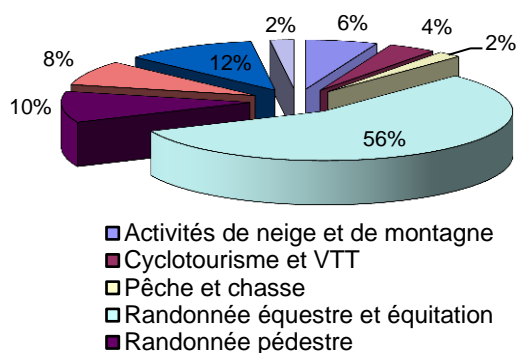
Sur 445 prestataires APN

Côte Orientale : 44

Balagne : 62

Ouest Corsica : 37

Pays Ajaccien : 106



Corse : La répartition des activités liées à la nature (source MS consulting 2013)

Les différentes problématiques rencontrées sur ce secteur sont la saisonnalité, les compétences et performances du personnel, la construction d'une culture et d'une organisation d'entreprise, la recherche d'une garantie d'activité sur un marché où la clientèle est très volatile et la lutte contre le para commercialisme.

Le Parc Naturel régional de Corse : Le syndicat mixte du PNRC créé en 1972, recouvre aujourd'hui plus du tiers de l'île et regroupe 145 communes en Corse pour le développement des activités de randonnée : près de 1 500 Km de sentiers balisés, plus de 1 350 lits proposés en gîtes d'étapes ou en refuges sur le parcours des sentiers, entre mer et montagne pour les "Mare e Monti", d'une mer à l'autre pour les "Mare a Mare", en altitude pour "le GR20" ou au sein des villages pour les sentiers de pays.

Il a pour vocation la protection et la valorisation du patrimoine naturel, culturel et humain par une politique innovante d'aménagement et de développement économique, social et culturel respectueux de l'environnement et la gestion et la préservation des sites naturels.

Depuis 2014, le syndicat mixte a entamé une étude pour la réhabilitation des refuges de montages en vue d'améliorer l'accueil des randonneurs.

La filière apparaît comme un marché au potentiel important dans le développement touristique car l'offre de loisirs devient un facteur essentiel de la différenciation.

Les entreprises réceptives de la Ligurie liées au tourisme vert sont surtout basées dans l'arrière-pays. De très bons résultats en terme de vente de chambres sont atteints de mai à octobre.

En effet, le printemps voit le 25,2% de chambres occupées, avec le 27,7% au mois de mai. Pendant juillet et août les chambres occupées arrivent à 47,8% et à 63,3%.

Le tourisme vert en Ligurie est souvent associé à autres tourisms, comme celui du sport et de la gastronomie, deux tourisms qui se lient très fort avec le ressources de la nature et les lieux de l'arrière-pays de la Ligurie.

Donc des vacances verts, mais avec des activités dédiée aux sports en plein air et à la découverte des lieux naturelles : à partir des promenades pour une journée aux dégustations des produits typiques, en passant des boutiques artisanales aux parcs naturels, des centre historiques au caves et routes des vins.

La promotion de ce tourisme passe surtout par les indications des amis ou des parents (49% des touristes), au contraire de internet et achats par internet qui rejoint seulement le 2% des touristes italiens et le 4,5% des touristes étrangers.

Le 66,2% du touriste de nature est italien (12,1% de la Ligurie, 27,7% du Piemont et le 19,1% de la Lombardie).

Le restant 33,8% de tourisme étranger voit l'Allemagne avec le 43,2%, suivie par la France (17,5%) et le Royaume Unit (11,9%).

Plus de la moitié des touristes a déjà passé une vacance en Ligurie.

Les touristes qui visitent les lieux de nature sont :

- Jeunes (41% de 31 à 50ans) et très jeunes (17,6% de 21 à 30ans), les plus de 60ans arrivent à 28%.
- Couples (44%) où avec amis (19,9%)
- Diplômé (59%), avec diplôme universitaire (24,4%)
- Employée (55,6%), entrepreneur (16,3%)
- Etrangers en retraite (13%)
- Avec voyages organisée par agences de voyage (4,5%)

Pour la province de Gênes, l'intérêt pour les lieux de nature est liée aux beautés de la nature et l'idée de relax, du repos (34%) surtout pour les Italiens (41,8%).

La beauté du paysage est la raison du voyage pour le 28,5% des touristes ; faire du sport pour le 25,4%. Les étrangers choisissent la Ligurie pour une vacance « active » pour le 33,2%. Les conseils des parents et des amis sont essentiels pour choisir les vacances pour 42,9% des touristes. Et 35,5% ont déjà passé des vacances en Ligurie.

La recherche par internet est utilisée par le 11,2% des touristes, pour avoir information (11,2%) ou pour avoir les offres du tourisme vert (seulement le 2,9%) : c'est à augmenter la présence sur les sites.

Pour ce qui concerne les moyens de transports: 59,8% utilisent la voiture, 13,7% l'avion (pour les étrangers arrive à 35,2% pour la moitié avec vols low cost), 11,3% la moto, et 8,9% le train.

La durée séjour est de 9 nuits. 23,4% des touristes choisissent les hôtels, 3 étoiles (58,8%), 20,3% en maison de location, et 12,9% en b&b. Le touriste dépense en moyenne 105€ (les étrangers 180€) et 40€ pour le logement. Ce qui apparaît important pour le touriste est la politesse et l'hospitalité (41,3%), la qualité de la nourriture (34%) et le respect pour la nature (28%) (*Source: Osservatorio turistico della Liguria*).

La Sardaigne a choisi d'investir des ressources importantes dans la revitalisation et le renforcement des territoires internes avec la promotion des ressources environnementales et culturelles. Chaque action vise à diversifier l'offre touristique régionale avec des produits et des services de haute qualité et durables d'un point de vue environnemental. Le tourisme durable « Sardaigne-On » est un parfait exemple de l'agrégation des acteurs touristiques officialisant leur collaboration dans un plan de contrat de réseau afin de partager

ensemble la promotion et la vente de services touristiques dans le Parc Naturel de l'Asinara.

La stratégie de croissance passe par la diversification (parcours accrobranche, via ferrata, base nautique pour de nouvelles clientèles telles que scolaires, nouveaux segments), la spécialisation (canyoning par exemple), ou le glissement (conception, coordination ou supervision de produits exécutés par des accompagnateurs de terrain et d'un réseau de prestataires complémentaires, voire concurrents). La transition d'une mono activité sportive à un positionnement en tant qu'ensemblier haut de gamme, en passant par l'intégration verticale correspond à la détection d'opportunités de marché, grâce aux réseaux de partenaires hébergeurs.

Les activités balnéaires et de loisirs : ce sont les activités à vocation récréative, sportive et de loisirs sur des embarcations qualifiées de "légère". On parle également de nautisme léger. Ces activités sont généralement rattachées aux sports de pleine nature.

En Corse, les loisirs et sports nautiques se caractérisent par une très forte diversité, en termes de :

- Types de pratiques : Voile légère, sports de glisse (funboard, surf, paddle), sports de rame, motonautisme et sports tractés, sports aquatiques et subaquatiques, pêche de loisir, pêche sportive, chasse sous-marine,
- Profils de pratiquants : jeunes à séniors, débutant à spécialistes, individuels à groupe...
- Modes de pratiques : annuel, intensif, ponctuel ... sportif, touristique ...
- Caractéristiques des prestataires : associations, privés, structures municipales...
- Localisation des pratiques : au départ des plages, des ports ...

On observe en Corse : une grande diversité de sites de pratique et une forte attractivité ; une capacité à pratiquer presque toutes les formes d'activités ; une destination reconnue pour certaines formes de pratique, la plongée notamment ; l'absence de marqueurs identitaires forts.

Mis à part pour la plongée ; le nautisme n'est pas un levier d'attraction de clientèles externes en Corse.

L'offre proposée par les prestataires corses, affiliés à des fédérations sportives, constitue 4% de l'offre nautique nationale. (Donnée non exhaustive car certains prestataires ne sont pas affiliés)

La Plongée sous-marine est une des activités touristiques les plus demandée en Corse qui a pris de l'essor ces 10 dernières années.

La polarisation de l'activité sur la saison estivale entraîne de nombreux déséquilibres, qui sont perçus par les acteurs sans toujours être inventoriés. L'activité hivernale demeure marginale et focalisée sur quelques produits ponctuels (en réponse). De plus, cette période est consacrée à la récupération des congés, par rapport à une saison estivale très prenante et consommatrice de ressources, et à la formation, qui est essentielle à l'atteinte d'une masse critique dans l'offre, par diversifications successives. La formation participe donc à la flexibilité de la structure et à sa rentabilité en accentuant grandement l'employabilité des salariés et la qualité globale des prestations (source MS Consulting 2013).

Pour la Corse, la stratégie de croissance passe par la diversification (parcours accrobranche, via ferrata, base nautique pour de nouvelles clientèles telles que scolaires, nouveaux segments), la spécialisation (canyoning par exemple), ou le glissement (conception, coordination ou supervision de produits exécutés par des accompagnateurs de terrain et d'un réseau de prestataires complémentaires, voire concurrents). La transition d'une mono activité sportive à un positionnement en tant qu'ensemblier haut de gamme, en passant par l'intégration verticale correspond à la détection d'opportunités de marché, grâce aux réseaux de partenaires hébergeurs.

C/ Le tourisme culturel, oenogastronomique et religieux

Pour la province de Livourne, la dotation des entreprises qui œuvrent dans le domaine des activités culturelles apparaît plutôt faible soit par rapport au numéro important des touristes qui envahissent la province de Livourne pendant l'été, soit si on fait une comparaison avec 240.000 résidents sur le territoire. Il faut quand même ajouter que certains musées, bibliothèques et archives sont gérés par les institutions publiques, donc ils ne sont pas inclus dans les données fournies dans ce rapport.

En général, dans la province de Livourne sont présents : parcs naturels (y compris une oasis WWF), parcs archéologiques et miniers, bourgs médiévaux, établissements thermales, pour conclure avec une des productions viticoles les plus aimées au monde. Cette liste, non exhaustive, montre un territoire avec des potentialités importantes, qui peuvent encore être exploitées du point de vue touristique.

Pour la Ligurie, il est difficile de faire une analyse par secteur quand on parle de tourisme culturel.

Le tourisme culturel est très diversifié et il est toujours très lié à l'attraction pour la mer.

Chaque ville de la Ligurie a des caractéristiques précises : Gênes est une attraction pour toute l'année sauf pendant les mois d'août et septembre : les touristes préfèrent des villes plus balnéaires.

Une fois en ville, les touristes suivent des différentes préférences :

- Les étrangers aiment les promenades (39%), les visites aux musées et expositions (45,6%), les monuments et les sites archéologiques (28,4%), les cathédrales, les châteaux et les parcs.
- Les italiens aiment des activités plus liées au lieu, aux traditions. Le 24% préfère les dégustations des produits typiques.

Les centres historiques attirent les touristes (7 sur 10).

Le tourisme culturel voit un pourcentage presque paritaire d'Italiens et d'étrangers dont les Allemands (23%), Français (22%), Anglais (15,5%) et Américains (6,4%).

Les régions les plus visitées sont : la Lombardie (34,4%), le Piémont (16,7%), l'Emilia Romagna (8,4%) et Lazio (7,9%).

Pour la Sardaigne, il apparaît que l'intérêt majeur des touristes étrangers pour découvrir la région est celui de son patrimoine matériel et immatériel, principalement représenté par les ressources associées au vin, à la culture et aux traditions. Il en va de même pour la clientèle internationale, bien qu'elle montre un plus grand intérêt pour les activités sportives. Les touristes étrangers ont en effet une fonction de traction pour l'exportation de produits alimentaires locaux.

La beauté naturelle de la Sardaigne semble être la principale raison de voyager pour environ 6,3% des répondants, avec des valeurs croissantes parmi les touristes étrangers. La motivation culturelle, quant à elle, tend globalement à n'affecter qu'une part minoritaire de la proportion des mouvements : la culture et les traditions, la gastronomie et des événements culturels comme principaux facteurs de choix d'activités de destination n'ont représenté que 2% des réponses, bien que les valeurs soient plus élevées chez les touristes étrangers pour les aspects motivationnels liés au vin avec 32% des cas dont 43% des touristes étrangers.

Les fréquentations pour le tourisme religieux ne sont pas suffisamment nombreuses pour avoir des données exploitables.

D/ Le tourisme de congrès, scolaire et sénior

La filière tourisme d'affaires ou MICE (Meetings, incentives, conferences, and exhibitions) est encore peu développée en Corse aujourd'hui. Selon les données officielles de l'INSEE, elle ne génère que 15% environ des nuitées hôtelières de l'île contre 44% en moyenne en France. En 2012 on a compté près de 800 manifestations, réunions professionnelles et congrès pour 63 000 pax environ, avec une moyenne de 80 participants (dont 260 opérations tenues au Palais des Congrès d'Ajaccio).

Même si la Corse possède de sérieux atouts pour cette clientèle (Notoriété et personnalité de la destination

Corse, la proximité géographique des grands marchés européens (Belgique, Allemagne, Suisse et Italie), le réseau et les prescripteurs d'opinion, la créativité, l'adaptabilité et la réactivité des acteurs du tourisme en Corse, de bonnes coordinations micro-régionales, le très bon niveau des prestataires professionnels des activités mer et pleine nature, la forte valeur affective ajoutée du produit, la rémanence de faiblesses, telles que le manque de disponibilité des hébergements, l'accessibilité, et le manque de structures professionnelles spécialisées ou dédiées, freine le développement de cette filière.

Le MICE pourrait devenir un nouvel enjeu pour le développement du tourisme

Pour les partenaires italiens, le tourisme de congrès est un secteur fondamental dans l'industrie du tourisme. Il représente le 21% des ventes dans le tourisme italien avec 23 milliards € chaque année.

A Gênes le tourisme de congrès est en baisse. En 2013 il y a eu 993 événements avec 79.846 participants, avec une baisse de 3,2% des événements et une baisse de 8,3% des participants par rapport à 2012 (*Source: Federcongressi&Eventi*).

Alors que l'hébergement des congressistes ne pose pas de problème pour la Ligurie et la Toscane, en revanche la capacité hôtelière en Corse ne peut pas suivre les demandes d'hébergement des congressistes. Mais au final, l'impact de ces activités de congrès sur la vente des hôtels est réduit en Italie.

Tourisme des séniors

La Corse est particulièrement adaptée au tourisme des séniors en avant et après-saison. Ce n'est pas parce que son relief est accidenté et que les activités de pleine nature sont rares que les séniors ne peuvent pas trouver leur place en Corse, au contraire. La climatologie avantageuse, la sécurité globale, l'espace, la douceur de vivre, ... autant d'éléments qui plaident pour des longs séjours résidentiels d'hiver ou bien des séjours en groupe ou entre amis pour visiter l'île. On préférera alors le printemps ou l'automne et l'hiver, début juillet pour les adeptes de la plage avec le soleil au zénith. La Corse recèle, à proximité immédiate des lieux de résidence, une multitude d'activités sportives et de loisirs en pratique douce et le climat tempéré y est idéal. Une dizaine de sociétés de transporteurs organisent des séjours Séniors en « Tour de Corse » d'une semaine.

Tourisme pour les écoliers

Pour la province de Gênes, le tourisme pour les écoliers est un instrument d'apprentissage pour les étudiants. Les données nationales de 2013 montrent les effets de la crise économique même sur les voyages des écoliers.

On estime le potentiel d'écoliers voyageurs à 4,5 millions, mais seulement 1,4 million sont partis pour un voyage de connaissance seulement dont :

- 930 000 écoliers de 14 à 18 ans,
- 470 000 écoliers de 11 à 14 ans. (*Source: L'Osservatorio Touring sul turismo scolastico*)

En l'absence d'études spécifiques sur le tourisme sénior et scolaire pour les partenaires, il est impossible de rapporter des données chiffrées sur la fréquentation de ces types de clientèles.

E/ le tourisme sportif et de bien-être

La configuration géographique de la Corse, un climat exceptionnel et une faible densité démographique sur un territoire étonnamment préservé et diversifié permettent, tout au long de l'année pour la plupart, la pratique d'une multitude d'activités sportives et de découverte en pleine nature. Des moniteurs diplômés permettent à chacun, selon sa passion et son niveau, de s'adonner en toute sécurité à la pratique de son activité favorite dans un cadre enchanteur et en profitant des meilleures conditions. Quelques exemples des

activités praticables : mountain Bike, cyclotourisme, randonnée pédestre ou équestre, kayak, canyoning, via ferrata, escalade, parapente, raquette à neige, accrobranche, quad...

En Ligurie, les sports les plus pratiqués sont : la pêche, la natation, les randonnées, les randonnées à vélo, l'escalade. Les activités sportives sont pratiquées surtout vers Savona (89%) : randonnées et immersions (Savona), le trekking et le vélo (Imperia), le bateau à voile (Genes et Savona).

Plus de la moitié des touristes (61% des Italiens et 39% étrangers) qui ont fait un séjour en Ligurie ont pratiqué un sport : : randonnées (26%), natation (30%), vélo (10%) et trekking (20%), bateau à voile (14%).

Attività sportive svolte durante le vacanze in Liguria

possibili più risposte; % sul totale vacanzieri che hanno praticato attività sportive

| | Imperia | Savona | Genova | La Spezia | Liguria | Italia |
|---------------------------|---------|--------|--------|-----------|---------|--------|
| Passeggiate | 100,0 | 96,4 | 98,3 | 92,7 | 97,0 | 93,6 |
| Sub/Immersioni/Snorkeling | - | 8,7 | - | - | 2,9 | 2,0 |
| Trekking | 2,0 | 1,5 | 3,6 | 4,0 | 2,6 | 5,6 |
| Mountain bike, ciclismo | 11,3 | - | 0,6 | - | 2,4 | 3,7 |
| Nuoto | 7,5 | - | 2,4 | - | 2,2 | 0,1 |
| Vela | - | 1,7 | 4,1 | - | 1,8 | 1,3 |
| Alpinismo | - | 3,1 | - | 1,2 | 1,3 | 1,6 |
| Golf | - | - | 4,1 | - | 1,2 | 0,7 |
| Calcio | 3,0 | - | - | - | 0,6 | 2,5 |

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, Regione Liguria – Unioncamere Liguria

Pour la Sardaigne, le sport comme principal facteur de choix, est également sous-dimensionné avec seulement 1% des touristes et une réponse en fréquence de 5%, mais avec des valeurs croissantes dans le cas des touristes étrangers (environ 9%).

La Sardaigne dispose d'une offre partielle dans le cadre de certains sports nautiques. Généralement, l'usage de certains produits semble être lié à des raisons purement non sportives, comme lors d'évènements de tourisme actif.

La pratique du golf

L'offre golfique représente en Corse, 1129 licenciés et 211 enfants issus du golf scolaire (statistiques Ligue Corse de Golf, août 2011). Ce qui amène un taux de fréquentation moyen de 200 golfeurs par an et par structure provenant d'une clientèle essentiellement locale. La saison estivale accueille environ 1500 à 2000 golfeurs sur chacun des parcours pour une clientèle majoritairement française et une clientèle étrangère en provenance d'Europe du Nord.

Les emplois : les golfs corses comptabilisent 45 emplois permanents (14 de plus en haute saison) dont 34 auprès du seul golf 18 trous. Les autres structures fonctionnent avec deux ou quatre salariés. Pour que ces golfs parviennent à fonctionner aujourd'hui, l'action du bénévolat est constante.

Les gestionnaires de golf ne réalisent pas d'études de fréquentation de leur parcours. Il n'y a pas d'observation particulière sur les clientèles touristiques. Les parcours actuels semblent se destiner essentiellement à une clientèle locale, offrant un espace de jeu, sans réelle politique d'ouverture.

Avec ses 6 parcours, l'offre corse paraît peu à même de se positionner en l'état sur ce segment de marché.

En effet, les parcours de 6 et 9 trous prédominent. Seul le golf 18 trous à Spérone (près de Bonifacio) bénéficie d'une grande notoriété.

Le développement d'une filière Golf en Corse est possible grâce à un environnement et au climat propice à

cette pratique. De plus cette activité est susceptible de se pratiquer tout au long de l'année, constituant ainsi un facteur d'étalement de séjours. Il est nécessaire d'attirer les clientèles internationales à haute contribution, alliant séjour golfique et visites culturelles/art de vivre.

Tourisme du bien-être

Selon l'observatoire du Tourisme de la Ligurie, le pourcentage des touristes qui décide de venir en Ligurie pour la santé et le bien-être, ne rejoint même pas le 0,4%.

Thalassothérapie balnéothérapie spas

En Corse 2 établissements proposent les soins de Thalassothérapie et Balnéothérapie : le Sofitel Porticcio Thalassa en Corse du Sud (98 chambres et 900m2 d'espace thalasso) et Le Centre Riva Bella à Aléria en Haute Corse(95 bungalows et 5 mini villas de luxe).

Par ailleurs plus de 150 établissements sont équipés de spas.

Le thermalisme

Les sources thermales aux propriétés thérapeutiques (eaux sulfureuses, sulfurées et ferrugineuses) sont connues depuis l'époque romaine.

En Corse 3 établissements de thermalisme en fonctionnement soignent les affections rhumatismales et dermatologiques : Pietrapola à Isulaccio di Fiumorbu en Haute Corse, Urbalacone et Caldanen en Corse du Sud, proposent des hébergements à proximité.

La rentabilité du thermalisme n'est pas démontrée. En Corse les possibilités sont mal exploitées pour de multiples raisons: isolement insulaire, défauts d'initiative, défauts financiers. La faute n'en revient pas aux organismes sociaux de remboursement, car ceux-ci ne peuvent pas, en l'état de la plupart de ces installations, assurer le remboursement d'un forfait thermal. Les conditions d'agrément ne sont pas remplies par la plupart de nos stations. De plus le potentiel d'accueil d'hébergement pourrait être développé.

3. Les enjeux du tourisme

D'une façon générale, les structures hôtelières sont moins fréquentées que les structures extrahôtelières; elles sont âgées et doivent bénéficier d'investissements pour la rénovation et d'une amélioration numérique. Les difficultés de circulation dans les villes sont à déplorer particulièrement en littoral, l'arrière-pays étant moins bien fréquenté que les villes balnéaires.

L'économie liée au nautisme de plaisance présente encore des aspects à développer en termes de services aux usagers, soit directs, c'est-à-dire connectés à l'activité d'accueil des bateaux, soit indirects (commerce, services touristiques, activités de divertissements, etc.)

Les croisières, qui rapportent des revenus non négligeables, ont connu une baisse d'activité.

Concernant les cinq typologies du tourisme (balnéaire et nautique/ environnemental de nature et de plein air/ culturel, oenogastronomique et religieux/ de congrès, scolaire et du 3ème âge/ sportif et de la santé, leur développement peut permettre de désaisonnaliser l'activité touristique, ceci particulièrement pour les croisières, l'Agritourisme et le Pescatourisme.

le secteur touristique reste soumis à une forte saisonnalité qui génère des effets pervers sur les plans économiques, sociaux et environnementaux, qui peuvent mettre en péril la durabilité du développement touristique. L'analyse des filières montre des territoires avec des potentialités importantes, qui peuvent

encore être exploitées du point de vue touristique (amélioration des services et de l'accueil, évolution numérique).

L'une des tendances forte de l'offre touristique réside dans le développement de propositions ciblant une grande diversité de « niches », conséquence de la montée en puissance de l'individu.

Parmi ces niches marketing, les partenaires pourront jouer la carte de l'agritourisme, des courts séjours sur une proposition liée aux activités de nature, de découverte culturelle, d'activités liées au bien-être, de motivations liées à de l'évènementiel. Il est également indispensable d'adapter l'offre aux spécificités de certaines clientèles telles que la clientèle souffrant de handicaps.

Le tourisme dans cette zone transfrontalière est de type balnéaire et saisonnier, c'est-à-dire concentré en cinq mois. Il faudrait donc étudier des propositions qui attirent les touristes tout au long de l'année grâce à l'hinterland avec des activités oeno-gastronomiques, culturelles, sportives, le tourisme d'affaires et sénior, et au maintien des activités de la croisière.

