

Le Point.fr du 26/07 :2020 Tourisme en Corse : une saison en enfer

Pilier de l'économie insulaire, le secteur touristique est plombé par la crise sanitaire. Malgré la pleine saison, la fréquentation est en chute libre.

« Une saison calme ? Je ne crois pas que le terme soit approprié. En fait, on attend que ça commence, mais il ne se passe rien. » Les serveurs font grise mine, ce mercredi matin, sur la place Saint-Nicolas, en plein centre-ville de Bastia (Haute-Corse). D'ordinaire, à cette époque de l'année, cette vaste esplanade face à la mer Tyrrhénienne voit les terrasses de ses cafés assiégées par des touristes fraîchement débarqués des bateaux, dès potron-minet. Mais, cet été, ces images de tables bien garnies de vacanciers entamant leur séjour dans l'île ne sont qu'un vague souvenir.

À l'heure où l'Hexagone semble amorcer une reprise, en Corse la saison demeure désespérément calme, doublement affectée par la crise sanitaire et la distanciation physique qui rendent les trajets comme les séjours compliqués à organiser. Après trois mois de mise en sommeil, les bars, restaurants et hôtels voient, certes, les clients revenir petit à petit. Mais les flux de touristes drastiquement réduits n'annoncent pas des jours radieux. Bien au contraire. « La fréquentation est en chute libre, affiche d'emblée Bernard Giudicelli, président de [l'Union régionale des métiers et des industries de l'hôtellerie \(Umih\)](#). Les taux de remplissage sont particulièrement bas, avec des pics atteignant à peine 50 %. Normalement, à cette période, on approche des 90 %... »

Un secteur clé de l'économie corse

Les chiffres sont implacables. Selon la chambre régionale d'industrie et de commerce (CCI), dans le port de Bastia, porte d'entrée maritime de l'île, les flux de passagers à destination de la Corse ont diminué de plus de 55 % durant les deux premiers week-ends de juillet, par rapport à l'an dernier. Le nombre d'escales a même été divisé par deux comparé à 2019. Idem dans l'aérien, où le nombre de sièges a été revu à la baisse. Il y a fort à parier que le bilan sera bien loin des 3,5 millions de visiteurs que l'île a l'habitude d'accueillir chaque année.

À Ajaccio (Corse-du-Sud), les données de l'office de tourisme traduisent, elles aussi, cette diminution sans précédent. Ce mois-ci, au moment où la saison est censée battre son plein, le nombre de visiteurs dans ses locaux a chuté de 70 % par rapport à juillet 2019. En juin, c'était même pire : le compteur de l'office affichait une baisse proche de 90 %. [De quoi donner bien des sueurs froides aux professionnels du tourisme](#), de plus en plus inquiets de ces bilans de fin de journée très en deçà des normales de saison. Tous savent que le manque à gagner ne se rattrapera pas, et 2020 s'apparente déjà à une « annus horribilis ».

En moyenne, on parle de chiffres d'affaires amputés des deux tiers comparé à l'an passé. Une onde de choc qui risque d'impacter l'ensemble de l'économie insulaire. En effet, en Corse, le tourisme pèse très lourd : 31 % du produit intérieur brut (PIB) selon l'Insee, contre 7,2 % pour la moyenne nationale. Un levier de quelque 2,5 milliards d'euros qui fait de l'île la région de France la plus dépendante de cette activité. Le secteur représente environ 20 % des emplois, sans compter les quelque 13 500 saisonniers embauchés chaque été pour « faire la saison ». Mais, pour le moment, les recrutements sont réduits à la portion congrue, faute d'activité suffisante.

En temps normal, la Corse tire pourtant son épingle du jeu dans le concert des destinations européennes en attirant plus de 750 000 étrangers par an. Or, depuis le déconfinement, l'afflux de touristes nationaux ou venus des pays limitrophes reste timide. La clientèle internationale est quasi absente et, au regard des contraintes liées aux transports, incontournables pour se rendre dans l'île, la Corse ne semble pas tirer grand profit du « tourisme patriotique » qui commence dans l'Hexagone. Dans une région peuplée de 330 000 habitants à peine, les commerçants savent aussi qu'ils pourront difficilement compter sur le marché interne pour limiter la casse.

Lire aussi Corse : le spectre d'un « effondrement »

Dans ce contexte morose, l'agence de tourisme de la Corse (ATC) s'efforce néanmoins de rassurer touristes et résidents, en essayant de se maintenir sur une ligne de crête entre économie et santé. Depuis le 21 juillet, la relance de la saison s'accompagne d'une marque distinctive, « Safe Corsica ». Derrière cette appellation, l'agence entend construire une offre sécurisée au plan sanitaire à travers différents protocoles mis en œuvre par les compagnies maritimes et aériennes, ainsi que les établissements touristiques. Objectif : faire de ce label un argument commercial pour regagner la confiance des clientèles traumatisées par la crise du coronavirus. « Ce dispositif est une bonne chose, mais il arrive bien trop tard », déplore Bernard Giudicelli.

Début avril, l'Umih avait anticipé le choc en proposant à l'exécutif régional une batterie de mesures visant à faire de la Corse une « destination sanitaire responsable », sans grand succès. Début mai, le président de la région, le nationaliste Gilles Simeoni, avait plutôt opté pour un « green pass », sorte de passport sanitaire qui conditionnerait toute arrivée sur l'île à un test négatif au Covid-19. Une proposition restée lettre morte auprès du gouvernement. Puisque les entrées ne peuvent pas être régulées, des caméras thermiques ont été installées depuis la mi-juillet dans les halls d'arrivée des quatre

aéroports corses. Ce système, mis en place par l'agence régionale de santé et la CCI, permet de détecter les passagers avec une température supérieure à 38 °C. Ceux-ci sont alors invités à consulter un médecin. Cependant, aucune mesure d'isolement n'est prévue si un voyageur s'avère fébrile. Ce dispositif suffira-t-il à rassurer les résidents et les vacanciers ? Difficile à dire.

« **Le virus continue de dicter sa loi** »

Pour tenter d'amortir le choc économique, les pouvoirs publics insulaires explorent d'ores et déjà d'autres pistes. Leur credo : renouveler l'offre touristique de l'arrière-saison en espérant repousser la période creuse avec une activité plus soutenue à l'automne. L'ATC a investi quatre millions d'euros pour une campagne de promotion, en guise d'opération séduction envers des touristes volatiles. Cependant, la concurrence est rude pour attirer des vacanciers courtisés de toutes parts.

« La Corse est une terre de *slow tourisme* qui a des atouts considérables à faire valoir autour de son patrimoine naturel et culturel, estime Nathalie Cau, directrice de l'office de tourisme d'Ajaccio. Il faudra redoubler de créativité pour décliner une offre innovante et diversifiée. »

Si les professionnels du secteur adhèrent forcément à la démarche, ils savent toutefois que la pandémie est toujours là et que la menace d'une seconde vague nuit à la confiance, à l'heure où la courbe des contaminations repart légèrement à la hausse. Le port du masque, redevenu obligatoire depuis le 20 juillet dans les lieux publics clos, n'envoie pas non plus un bon signal envers des touristes encore frileux. « Le virus continue de dicter sa loi et les indicateurs sanitaires sont inquiétants, observe Bernard Giudicelli. Ce climat d'incertitudes ne plaide pas en notre faveur et il ne faut pas se faire d'illusions, l'enjeu n'est plus de sauver la saison, qui est déjà fichue. Il s'agit de savoir comment on va se relever de cette crise qui risque de durer plusieurs années. »