

Agence du Tourisme de la Corse



DOSSIER DE PRESSE

IFTM | 17, 18 et 19 sept. 2024



iftm



Présentation de l'ATC

Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial de la Collectivité de Corse en charge de la politique touristique, l'Agence du Tourisme de la Corse définit et met en œuvre les stratégies touristiques.

Promouvoir, développer, observer, coordonner constituent ses 4 missions essentielles au service du tourisme corse.

Promouvoir les atouts de notre île en France et à l'étranger :

campagnes de communication, actions offensives sur Internet, opérations de promotion, accueils de journalistes, de tour-opérateurs, d'agents de voyages, l'ATC met tout en œuvre pour attirer des touristes toute l'année.

Développer et valoriser l'offre touristique :

aides aux porteurs de projets, soutiens financiers, conseil, accompagnement, cette mission consiste à rendre l'offre touristique compétitive afin de mieux accueillir nos visiteurs.

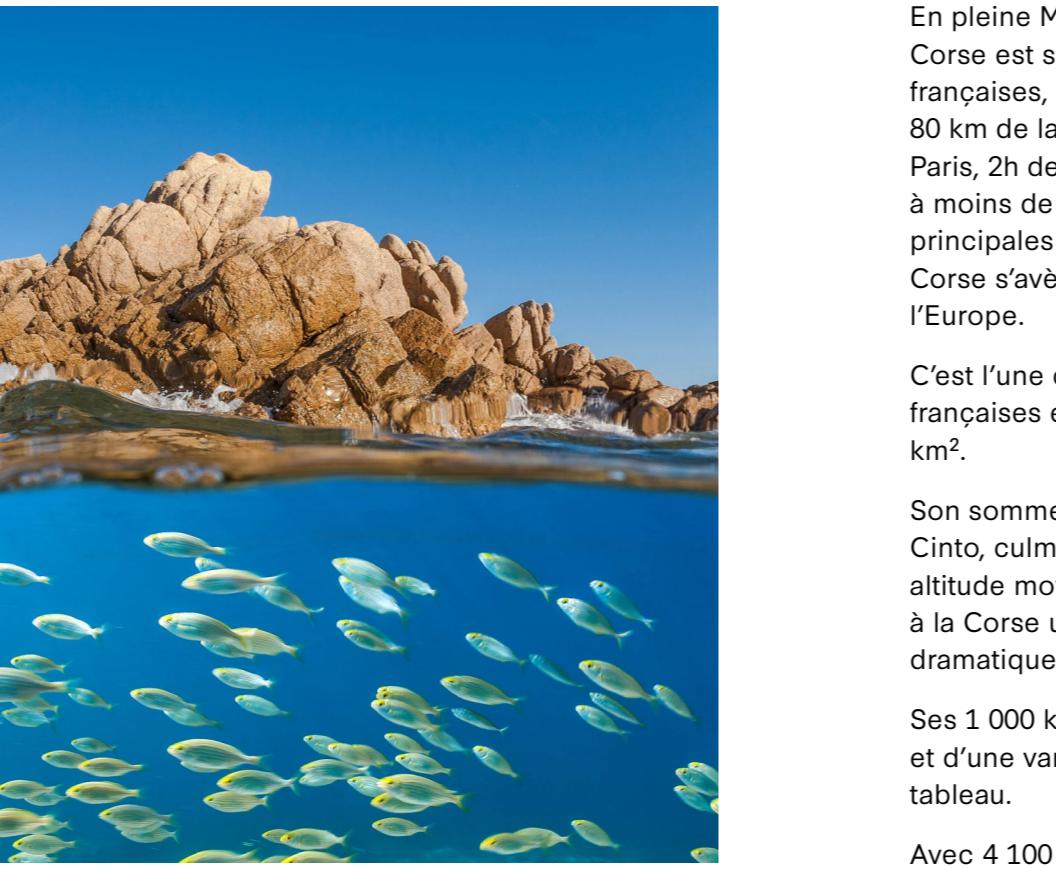
Observer, analyser en permanence l'évolution du tourisme sur notre île :

études de fréquentation, d'image, analyses régulières des comportements de consommation font de l'Observatoire du Tourisme un véritable outil d'aide à la décision pour mieux adapter la stratégie du tourisme au regard des tendances du marché.

Coordonner les différents acteurs du tourisme de notre île :

offices de tourisme, professionnels, transporteurs, chambres consulaires, ports de plaisance, acteurs de la formation, autant de partenaires de prédilection qui agissent aux côtés de l'Agence du Tourisme de la Corse pour, ensemble, construire une politique touristique dynamique.





Présentation de la Corse

En pleine Mer Méditerranée, la Corse est située à 174 km des côtes françaises, à 12 km de la Sardaigne et à 80 km de la Toscane. A 1h30 de vol de Paris, 2h de Londres et 1h25 de Rome... à moins de deux heures de vol des principales capitales européennes, la Corse s'avère toute proche du cœur de l'Europe.

C'est l'une des plus petites régions françaises en superficie avec ses 8700 km².

Son sommet le plus élevé, le Monte Cinto, culmine à 2 710 mètres et son altitude moyenne de 600 mètres donne à la Corse un profil merveilleusement dramatique.

Ses 1 000 km de côtes d'une richesse et d'une variété inégalée complètent ce tableau.

Avec 4 100 km² de forêt et de maquis couvrant plus de la moitié de son territoire, elle est à n'en plus douter, la plus verte des îles de Méditerranée.

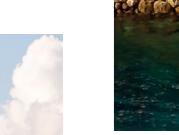
Avec 120 sommets culminant à plus de 2 000 mètres, enneigés en hiver, la Corse est un véritable « château d'eau ». Il s'agit de l'île la plus montagneuse de Méditerranée.

Quelques 25 cours d'eau en font la terre la plus luxuriante et la mieux irriguée de tout le bassin Méditerranéen.

La Corse est « une montagne dans la mer » où les paysages dantesques de pics, d'aiguilles et de lacs alternent avec de vastes plateaux paisibles.

La Corse est une terre d'aventure. Que vous soyez sportif, épicurien, passionné de culture, amoureux de la nature ou gastronome averti, l'île se prête toute l'année à un large éventail d'activités et de séjours. Sublimée par toutes les saisons, elle est mille expériences à vivre toute l'année. C'est une île de beauté qui présage de merveilleux souvenirs, une terre de rencontres et de partage.

Partir en Corse, c'est apprécier sa gastronomie, son patrimoine naturel, rencontrer ses habitants... C'est vivre mille voyages en un seul.



Chiffres clés

 **39 %**

du PIB
(Insee, ATC, 2021)

 **8,1 M €**

de passagers (A/R (ou pax)
CCIC) en 2023

 **3,8 M**

des passagers transportés
par bateau en 2023 (47%)

 **4,3 M**

des passagers transportés
par avion en 2023 (53%)

 **1,5 M**

de passagers
en sept. oct. 2023

 **362 000**

touristes au pic de
saison en 2023,
le (12/08/23)

 **26 500**

emplois liés en été (2018) dont
12 000 emplois saisonniers

 **522 M €**

de dépenses en hébergement
collectif (insee 2021)

 **145 000**

de capacité en lits
(hébergements collectifs)

Répartition des hébergements en fonction du
classement. Source : SITTCO, 2023

	Hôtels	Héb. collectifs*	Campings
	24	8	23
	71	36	27
	167	74	65
	58	38	27
	11	17	11
Non classés	151	145	80
Non concernés			
TOTAL	482	213	318

* Résidences de tourisme, villages et centres
de vacances, résidences de meublés et autres.

La Corse au salon IFTM Top Resa

Rendez-vous incontournable pour la destination Corse et ses professionnels du tourisme, l'IFTM Top Resa est l'occasion de faire le bilan de la saison écoulée et d'ouvrir les perspectives de la saison prochaine.

Ces 3 jours permettent d'échanger et de rencontrer des visiteurs ciblés, de promouvoir l'Île de Beauté, de présenter les nouveaux produits, d'apprécier les évolutions et tendances du marché et de programmer des rendez-vous avec les décideurs (TO, influenceurs et presse spécialisée).

Pour les partenaires présents à nos côtés, il s'agit d'une part d'offrir un panorama complet de l'offre insulaire, d'autre part de leur permettre de rencontrer et de contractualiser de nouveaux partenaires et de fidéliser leur clientèle.

17-19 SEPT 2024 PARIS Porte de Versailles



LE RENDEZ-VOUS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

iftm International & French Travel Market

Built by RX In the business of building businesses

f x in @ You #iftm iftm.fr

Trois questions à Angèle Bastiani



Angèle BASTIANI
Conseillère exécutive et
Présidente de l'Agence du
Tourisme de la Corse

L'Agence de Tourisme de Corse est de nouveau présente à IFTM Top Resa 2024. Que mettez-vous en avant sur le salon cette année ?

La Corse sera présente sur IFTM Top Resa en 2024 comme les années précédentes. Cette année, notre délégation est à nouveau très fournie avec de nombreux partenaires et offices de tourisme. L'Agence du Tourisme de la Corse met en avant plusieurs axes stratégiques pour renforcer l'attractivité de l'île tout au long de l'année.

Nous souhaitons montrer que la Corse est une destination attrayante au printemps, à l'automne, et même en hiver. Grâce à ses paysages uniques, ses activités de nature, son patrimoine culturel et ses expériences bien-être, l'île est idéale pour un tourisme qui s'étend tout au long de l'année. Les événements phares de 2024, comme le Corsica Cyclo GT20, le Restonica Trail ou le Championnat du Monde d'Apnée, sont des vitrines pour illustrer la diversité des expériences offertes aux visiteurs.

Nous mettons également en avant des initiatives marketing ambitieuses, renforcées par une présence accrue sur le digital et les réseaux sociaux. Avec des campagnes d'influence et des partenariats stratégiques, notamment autour des Jeux Olympiques de Paris 2024, nous visons à attirer une clientèle internationale. Ces actions s'appuient sur des collaborations solides avec des acteurs locaux qui facilitent l'accès à notre île.

Enfin, nous présentons les nouveaux projets hôteliers et les rénovations en cours, qui répondent aux attentes d'une clientèle recherchant des séjours haut de gamme et immersifs, à toute période de l'année. La Corse continue d'évoluer et d'offrir des hébergements de qualité pour répondre à la demande croissante.

En participant à IFTM Top Resa 2024, nous réaffirmons la position de la Corse comme une destination incontournable et riche en expériences, accessible en toute saison.

L'Agence du Tourisme de la Corse a-t-elle réussi son pari d'étendre la saison touristique au-delà de mai - septembre ? Quelle est la solution pour les mois creux ?

La déconcentration temporelle de la saison touristique est un axe stratégique majeur pour la Corse et pour l'ATC, année après année. Nous voulons positionner le territoire comme une destination attractive toute l'année, en mettant en avant les atouts de l'île au printemps et à l'automne. Le PADDUC (Plan d'Aménagement et de Développement Durable de la Corse) a posé les jalons de cette voie, et les résultats sont prometteurs.

Pour les mois d'hiver, nous proposons des opportunités dans les domaines de la nature, de la culture et du bien-être. Nous misons sur des événements culturels, tels que des festivals d'hiver, ainsi que sur des offres touristiques centrées sur



le bien-être et la gastronomie, attirant une clientèle en quête de tranquillité et de ressourcement.

Le développement d'une meilleure connectivité pour ces périodes, notamment par des vols plus fréquents vers l'Europe et à coûts maîtrisés, est également un levier clé.

Quelles sont les perspectives pour 2025 ?

Pour 2025, nous maintiendrons le même cap : un étalement maximal de la fréquentation dans le temps et dans l'espace, et une diversification

“
Nous voulons positionner le territoire comme une destination attractive toute l'année, en mettant en avant les atouts de l'île au printemps et à l'automne.

Stratégie marketing de la destination

La stratégie marketing de la destination Corse cette année s'est divisée en deux grands volets : volet image et volet tactique, tous deux axés sur la valorisation des atouts uniques de l'île tout en renforçant son attractivité auprès de marchés cibles.



Volet image

L'objectif principal est de mettre en avant l'image exceptionnelle et singulière de la Corse afin de se démarquer des destinations concurrentes. Les actions incluent :

- Campagne de communication ad hoc dans la continuité de « Mi Chjamu Corsica ».
- Présence forte de la marque CORSICA lors de salons et événements internationaux (ex : salons de tourisme, événements italiens, Tour de France 2024).
- Valorisation des événements phares de l'île, comme le Corsica Cyclo GT20 (8-12 mai), Restonica Trail (4-6 juillet) ou encore le Championnat du monde d'apnée (4-15 septembre).
- Une action promotionnelle en amont des Jeux Olympiques de Paris 2024 pour inciter les visiteurs à découvrir la Corse.

Volet tactique

Ce volet vise à mettre en avant le rapport qualité/prix et l'expérience unique offerte par la destination, à travers des actions concrètes :

- Campagnes digitales ciblées en cohérence avec la campagne image.
- Campagnes d'emailing régulières, valorisant les offres des offices de tourisme, transporteurs et professionnels.
- Renforcement des relations professionnelles via workshops et éductours avec les tours opérateurs et agences de voyages.
- Utilisation des formats publicitaires DOOH, posts sponsorisés et vidéos pré-roll pour toucher des cibles clés.

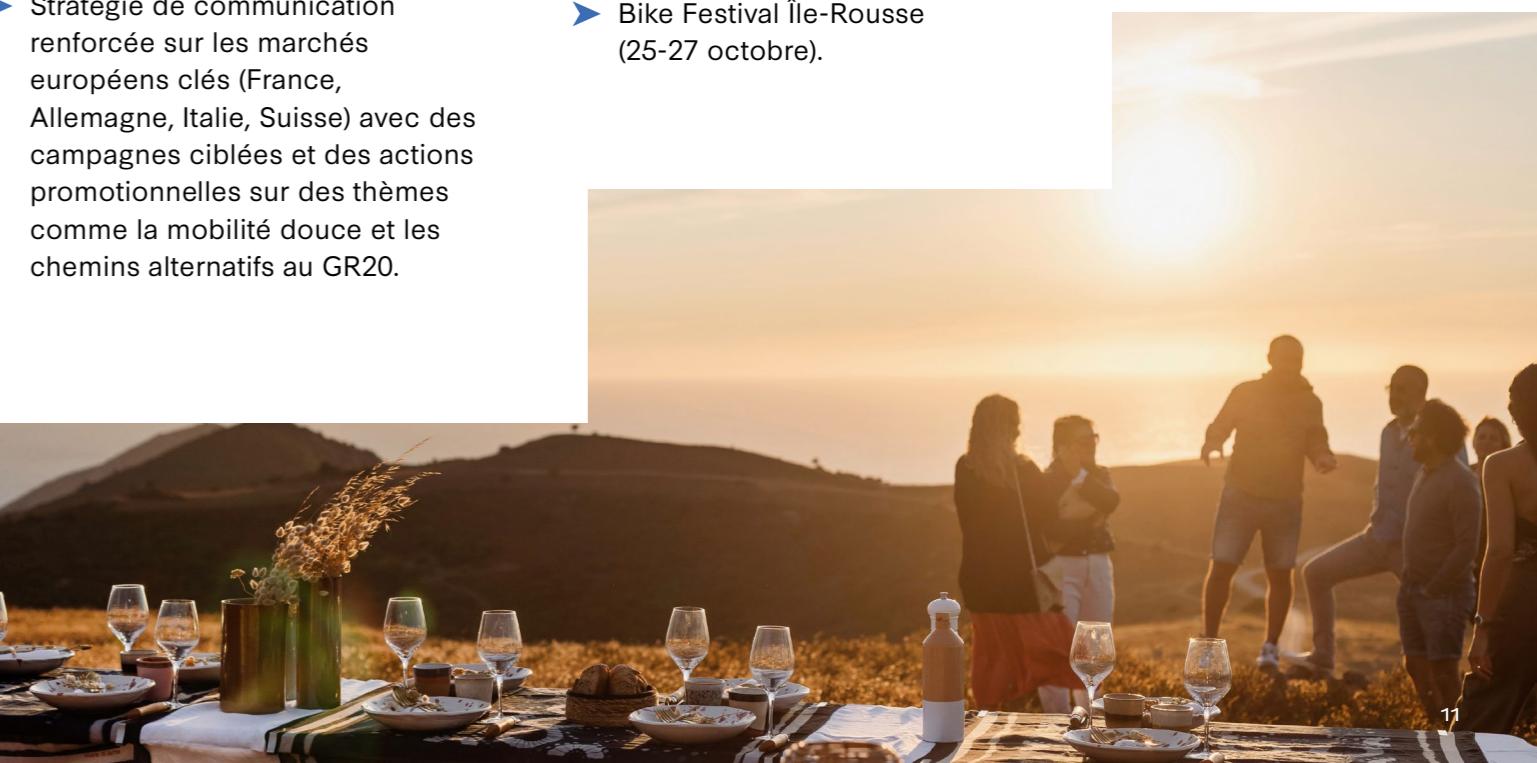
Initiatives marketing

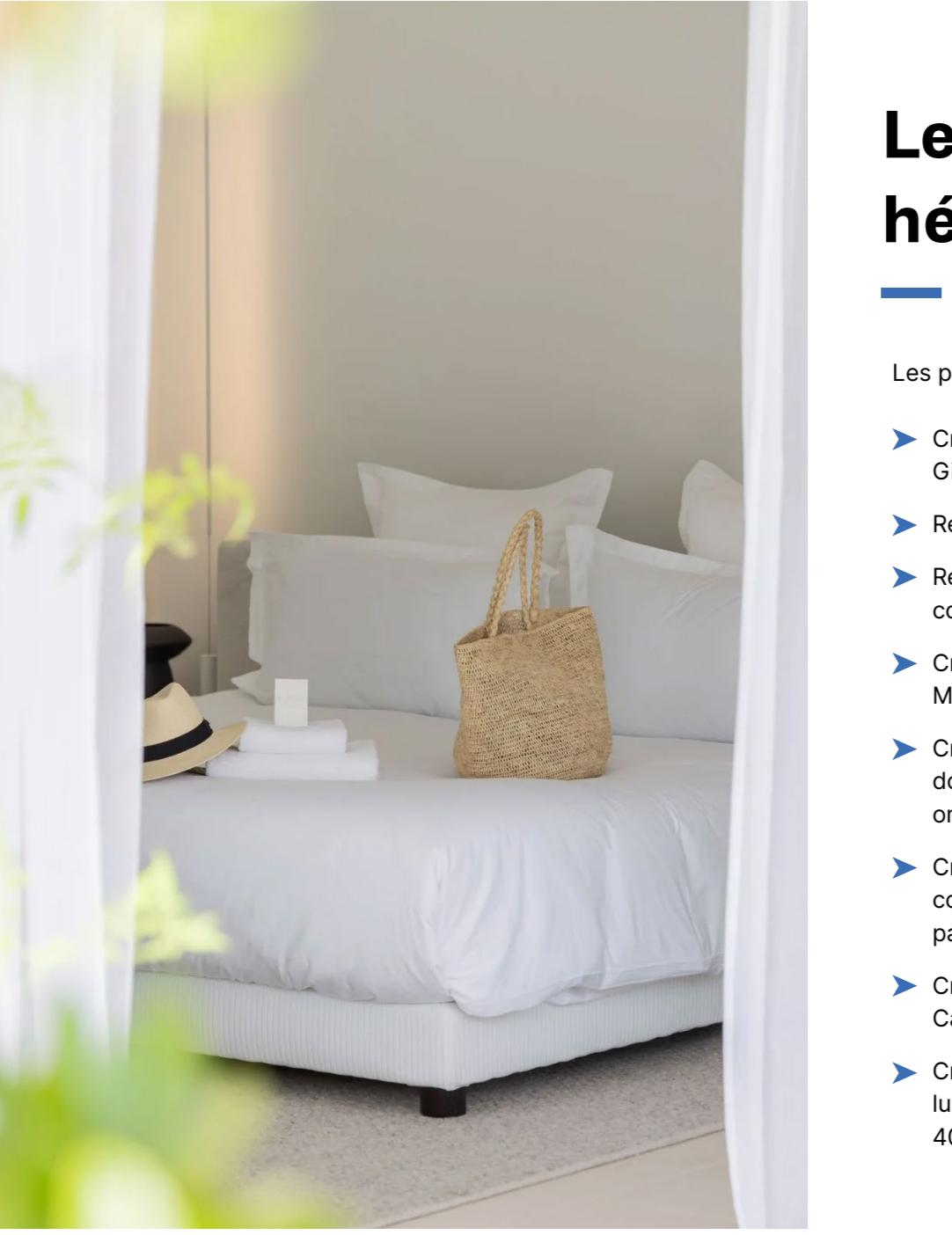
- Campagnes d'influence et partenariats avec des créateurs de contenu pour toucher un large public.
- Collaboration avec des acteurs locaux comme Air Corsica, avec des actions de co-branding.
- Focus sur le slow-tourisme avec des initiatives comme l'édition du guide «Corse Secrète» en partenariat avec Le Petit Futé.
- Stratégie de communication renforcée sur les marchés européens clés (France, Allemagne, Italie, Suisse) avec des campagnes ciblées et des actions promotionnelles sur des thèmes comme la mobilité douce et les chemins alternatifs au GR20.

Temps forts de 2024

En 2024, plusieurs événements importants ont été utilisés comme leviers de communication pour promouvoir la Corse :

- Corsica Cyclo GT20 (8-12 mai).
- Festival Creazione à Bastia (13-15 juin).
- Restonica Trail à Corte (4-6 juillet).
- Championnat du monde d'apnée (4-15 septembre).
- Bike Festival Île-Rousse (25-27 octobre).





Les nouveaux hébergements

Les projets et rénovations d'établissements pour 2023, 2024 et en cours :

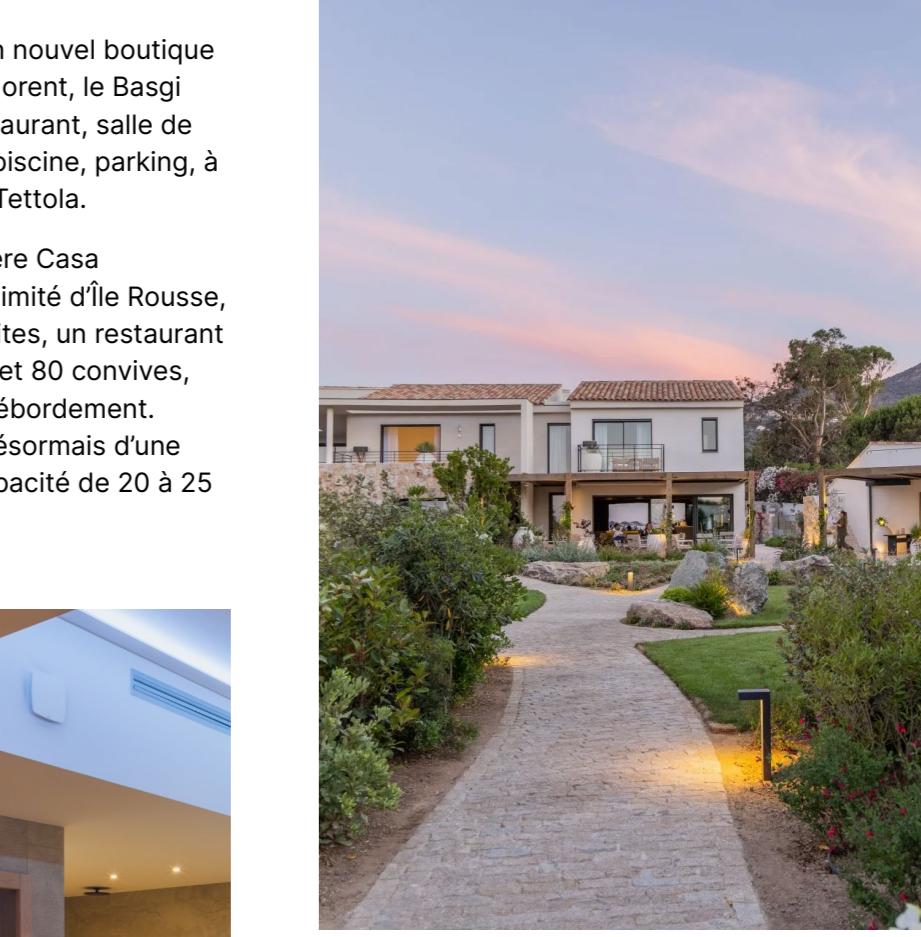
- Crédit par la SAS Villa Bianca dans la Villa BIAGGI située Boulevard Giraud sur les hauteurs de Bastia, d'un hôtel restaurant 5* de 11 chambres.
- Réhabilitation complète de l'hôtel « LE MISTRAL » à Porto Vecchio.
- Réhabilitation complète de l'hôtel « SAINT ROCH », 3*, 30 chambres, sur la commune d'Ogliastro, Marine d'Albo.
- Crédit par la Sas ANDREA d'un hôtel 4* de 10 chambres dont 4 suites, à Muro, dans une bâtie de maître datant de 1820.
- Crédit d'un hôtel « CALA di LUNA » à Favone avec 5 suites de standing dont une accessible PMR, les suites sont ouvertes sur une terrasse ombragée, piscine privative, jardin privatif, vue sur la baie.
- Crédit de l'hôtel « A STRETTA », dans le centre-ville de Propriano composé de : 3 appartements, 5 chambres doubles, un patio extérieur et parking privatif.
- Crédit par la Sarl Milina d'un hôtel dans une bâtie ancienne située à Calenzana : 9 chambres, piscine extérieure.
- Crédit d'un hôtel « Le HAMEAU de SAPARALE » composé de 14 suites luxe au sein d'un domaine viticole à Sartène. Suites d'une surface de 20 à 40m² pouvant accueillir de 2 à 4 personnes.



- Ouverture en mai 2024 d'un nouvel hôtel écolabellisé à Saint-Florent, le Basgi Basgi*** 28 chambres, restaurant, salle de séminaire (20 personnes), piscine, parking, à 500 mètres de la plage de Tettola.
- La récente structure hôtelière Casa Paradisu***** située à proximité d'Île Rousse, propose 17 chambres et suites, un restaurant pouvant accueillir entre 60 et 80 convives, ainsi que deux piscines à débordement. L'établissement s'enrichit désormais d'une salle de séminaire d'une capacité de 20 à 25 personnes et d'un Spa.
- L'hôtel « MARINCA et SPA » sur la commune d'Olmeto, a rénové 21 chambres et la suite principale.
- Modernisation complète de l'hôtel « LES BERGERIES DE PALOMBAGGIA », « Relais et Châteaux » à Porto-Vecchio.
- Crédit par la Sarl Vaccaghjo d'un hôtel 4* de 14 chambres sur la commune de Sant'Antonino en Balagne. Espace SPA (massage) au niveau R-1 de 43 m², piscine extérieure au RDC.
- Crédit et ouverture en mai 2025 d'un hôtel 4 étoiles à Solenzara, Best Western Plus, Hôtel A Storia, 51 chambres, SPA hydro-sensoriel, parcours santé, piscine, 2 saunas, hammam, jacuzzi.



- Crédit par la Sas A Storia et ouverture en 2025 d'un hôtel 4* à Solenzara.
- Rénovation de l'hôtel du « MOUFLON D'OR » 4* à Zonza, futur 5 *, Relais et Châteaux, 44 chambres dont 4 suites, et 14 « Caseddi », 1300 m² de centre spa, 2 piscines dont une intérieure, salle de fitness. Ouverture juin 2025.





Les 17 partenaires

- UNIVAC
- OT BASTIA
- CORSICATOURS
- OT CALVI BALAGNE
- J2A ÉVASION
- OIT PAYS D'AJACCIO
- OLLANDINI
- OT PORTO-VECCHIO
- AIR CORSE
- OT L'ÎLE-ROUSSE BALAGNE
- CORSICA LINEA
- LA MÉRIDIONALE
- SARTENAIS VALINCO TARAVO
- CORSICA FERRIES
- DESTINATION CORSE
- OT MARANA GOLO
- LES BEAUX VOYAGES



CORSICA



atc.corsica | visit.corsica

CONTACTS AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE

Pascal ACQUAVIVA
Responsable du Pôle Marketing et Communication
Email : pacquaviva@atc.corsica

Cassandra FRATACCI
Chargée de communication
Email : cfratacci@atc.corsica