

CORSE

LES CAHIERS DU TOURISME #29

LA CORSE, DESTINATION MICE : IMPACT ÉCONOMIQUE
ET STRATÉGIES POUR L'AVENIR

CORSICA

I QUATERNI DI U TURISIMU #29

A CORSICA, DISTINAZIONI MICE : PESU ECUNOMICU
È STRATEGII PÀ L'AVVENA

ÉDITION **2025**



Table des matières

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Chiffres clés Tourisme d'Affaires et MICE | 4 |
| 2. | Introduction..... | 5 |
| 2.1. | PRESENTATION DE L'ETUDE : OBJECTIFS ET METHODOLOGIE | 5 |
| 2.1.1. | Contexte | 5 |
| 2.1.2. | Objectifs..... | 6 |
| 2.1.3. | Méthodologie..... | 6 |
| 2.2. | QU'EST-CE QUE LE TOURISME D'AFFAIRES ? | 7 |
| 2.2.1. | Définition du tourisme d'affaires | 7 |
| 2.2.2. | Segments et typologie d'évènement | 7 |
| 2.3. | LES TENDANCES DU MICE EN FRANCE ET SON EVOLUTION..... | 8 |
| 2.3.1. | Une industrie lourdement touchée par la crise Covid | 8 |
| 2.3.2. | Une évolution des formats des événements..... | 8 |
| 2.3.3. | Critère de choix d'un lieux pour un congrès / un salon..... | 9 |
| 3. | Etat des lieux du tourisme d'affaires et du MICE en Corse : un potentiel fort mais insuffisamment exploité..... | 11 |
| 3.1. | LE POSITIONNEMENT DE LA CORSE | 11 |
| 3.1.1. | Accessibilité et infrastructures de transport | 12 |
| 3.1.2. | Des atouts naturels et culturels stratégiques : un environnement unique et une identité culturelle forte | 12 |
| 3.2. | UNE OFFRE MICE STRUCTUREE MAIS INCOMPLETE | 12 |
| 3.2.1. | Les principales zones d'accueil | 12 |
| 3.2.2. | Les différents types d'infrastructures..... | 13 |
| 3.3. | LES ACTEURS DE LA FILIERE..... | 13 |
| 3.3.1. | Les offices de tourisme et agences spécialisées..... | 13 |
| 3.3.2. | Les prestataires de services et d'activités..... | 14 |
| 3.4. | UNE DEMANDE EN CROISSANCE MAIS ENCORE A STRUCTURER | 14 |
| 3.5. | UN ETAT DES LIEUX SELON QUATRE SECTEURS GEOGRAPHIQUES..... | 16 |
| 3.5.1. | Bilan du tourisme d'affaires dans le secteur 1..... | 16 |
| 3.5.2. | Bilan du tourisme d'affaire dans le secteur 2 | 18 |
| 3.5.3. | Bilan du tourisme d'affaires sur le secteur 3 | 21 |
| 3.5.4. | Bilan du tourisme d'affaires dans le secteur 4..... | 24 |
| 3.5.5. | Infrastructures et hébergements MICE..... | 25 |
| 4. | La demande et les tendances du marché MICE en Corse | 27 |
| 4.1. | UNE DEMANDE CONCENTREE SUR LES SEMINAIRES ET INCENTIVES | 27 |
| 4.2. | UNE CLIENTELE ESSENTIELLEMENT NATIONALE ET CORPORATE | 28 |
| 4.2.1. | La provenance des clients..... | 28 |
| 4.2.2. | Les secteurs d'activité représentés | 28 |
| 4.3. | IMPORTANCE ECONOMIQUE DU MICE..... | 28 |
| 4.3.1. | Un impact économique marginal pour les hébergements..... | 29 |
| 4.3.2. | Une dépendance aux infrastructures existantes..... | 29 |
| 4.3.3. | Des revenus MICE disparates..... | 29 |
| 4.4. | UNE FORTE DEPENDANCE SAISONNIERE DES MANIFESTATIONS MICE | 29 |
| 4.4.1. | Une activité limitée à cinq mois par an..... | 29 |
| 4.4.2. | Des manifestations qui s'étendent sur plusieurs journées | 29 |
| 4.5. | LA SATISFACTION DES ORGANISATEURS | 30 |
| 4.6. | SYNTHESE DE LA DEMANDE DE LA FILIERE MICE EN CORSE | 32 |



| | | |
|--------|---|----|
| 4.7. | PERSPECTIVES ET OPPORTUNITES POUR RENFORCER LA DEMANDE | 32 |
| 4.8. | DIAGNOSTIC DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DE LA FILIERE MICE EN CORSE | 32 |
| 5. | Impact économique du MICE en Corse..... | 34 |
| 5.1. | METHODOLOGIE DE L'EVALUATION DES RETOMBEES ECONOMIQUES..... | 34 |
| 5.2. | CHIFFRES CLES DES RETOMBEES ECONOMIQUES DU MICE EN CORSE | 34 |
| 5.2.1. | <i>Estimation du nombre d'évènements MICE en Corse</i> | 34 |
| 5.2.2. | <i>Estimation du chiffre d'affaires du MICE en Corse.....</i> | 35 |
| 5.2.3. | <i>Les consommations intermédiaires et la valeur ajoutée dans les lieux d'accueil et les hébergements</i> | 36 |
| 5.2.4. | <i>Les dépenses indirectes auprès d'autres bénéficiaires.....</i> | 36 |
| 5.2.5. | <i>L'emploi direct et induit</i> | 37 |
| 5.2.6. | <i>Evolution du MICE en Corse</i> | 38 |
| 6. | Conclusion | 39 |

1. Chiffres clés Tourisme d’Affaires et MICE¹

Données de cadrage tourisme d’Affaires et MICE



270 000
touristes Affaires
dont **31 300** MICE



211 800
journées/participants



433 000
nuitées Affaires
dont **126 400** nuitées MICE



165
lieux d’accueil
dont 30 lieux d’accueil et 135
hébergements MICE

Données économiques



20,1 M€
de chiffre d’affaires



325 emplois (ETP)
directs, indirects et
induits



9,4 M€
de valeur ajoutée



28,8 M€
de retombées économiques directes
+ 8,3 M€ de retombées indirectes

**En Corse, le tourisme d’Affaires représente
9% du tourisme global**

Le segment MICE représente

- 12% du tourisme Affaires
- 29% des nuitées Affaires

Le **tourisme d’affaires**, aussi appelé voyage d’affaires, désigne l’ensemble des activités économiques liées à des déplacements individuels ou en groupe à but professionnel.

Le **MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) désigne un segment spécifique du tourisme d’affaires axé sur l’organisation et la gestion d’événements corporatifs.

¹ L’ensemble des données présentées ici ont été calculées par le cabinet Voltere by Egis sur la base des données ATC, des données de l’Insee, des enquêtes et des entretiens réalisés par le cabinet. Pour des définitions plus détaillées veuillez-vous reporter à la page 7.

2. Introduction

2.1. Présentation de l'étude : objectifs et méthodologie

2.1.1. Contexte

La Corse accueille chaque année près de 3 millions de touristes. En 2017, le flux des touristes d'affaires représentait environ 6% du flux total de l'ensemble des touristes. Ce chiffre atteint près de 10% en avant-saison et 8% en arrière-saison, périodes propices au tourisme d'affaires.

Cette catégorie de tourisme est un levier essentiel pour l'attractivité économique, la notoriété et l'image de la destination. Il est aussi une activité complémentaire pour les entreprises de loisirs et représente une opportunité d'allongement de la saison et de diversification des clientèles, axes principaux de la politique touristique de l'Agence du Tourisme de la Corse.

Depuis 15 ans l'Agence du tourisme de la Corse s'est engagée dans le développement et la promotion du tourisme d'affaires. La Corse apparaît aujourd'hui comme une destination MICE² qui se distingue de l'offre nationale.

À la suite des initiatives d'accompagnement mises en œuvre en 2003 et 2013 pour stimuler ce secteur, le tourisme d'affaires s'est développé. La Corse s'est dotée d'équipements performants (Palais des Congrès d'Ajaccio) et d'infrastructures d'accueil attractives pour les groupes affaires (exemple : Radisson Blu de Porticcio). L'offre hôtelière s'est améliorée. L'ATC s'est dotée d'un pôle Tourisme d'Affaires (Convention Bureau). L'accessibilité aérienne s'est améliorée notamment avec l'offre d'Air Corsica et le développement des compagnies low-cost desservants de mieux en mieux la destination.

Le tourisme d'affaires est une activité à part entière avec des retombées économiques importantes, mais qui s'exerce à l'intérieur d'un champ dont les frontières sont imprécises compte tenu de la diversité des prestations auxquelles il recourt : hébergement, transports internes et externes, activité, prestations diverses... De plus, il y a peu ou pas de données statistiques fiables, régulières et disponibles permettant de caractériser précisément la filière.

Il est donc apparu nécessaire de procéder à une étude approfondie de l'impact économique du tourisme d'affaires en Corse et du MICE en particulier.

C'est dans ce contexte, afin de pallier le manque de données sur le secteur, que l'Agence du Tourisme de la Corse a mandaté le cabinet d'étude *Voltere by Egis*, spécialisé dans le domaine, afin de réaliser une étude sur le sujet.

² MICE : Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions.

2.1.2. Objectifs

Cette étude a donc pour objectif principal de mesurer le poids de la filière du MICE en Corse, d'évaluer ses retombées économiques sur le territoire et d'étudier ses potentialités de croissance.

Plus précisément, l'objectif est de pouvoir disposer :

- D'un bilan qualitatif et quantitatif de la filière MICE en Corse ;
- D'une évaluation des retombées économiques de cette filière sur le territoire insulaire ;
- D'un benchmark de l'évolution du marché du MICE et le positionnement de la Corse par rapport à la concurrence ;
- D'une évaluation des potentialités de développement et l'identification des axes d'amélioration et préconisations pour une meilleure structuration de la filière.

2.1.3. Méthodologie

Pour répondre aux objectifs de l'étude, le cabinet Voltere by Egis a procédé en trois temps :

1. Un bilan qualitatif et quantitatif de la filière tourisme d'affaires et du MICE en Corse,
2. Une évaluation du poids économique
3. Un benchmark de destinations comparables ou concurrentes.

Pour répondre à la première phase, des questionnaires et entretiens ont été réalisés auprès des acteurs de la filière ainsi que des clients afin d'établir un bilan qualitatif et quantitatif du tourisme d'affaires en Corse et du MICE en particulier. L'approche a été réalisée à deux échelles : au niveau régional puis à l'échelle des quatre territoires MICE.

La seconde phase a été consacrée à l'évaluation des retombées économiques de cette filière sur le territoire insulaire sur la base des entretiens et des questionnaires réalisés dans la première phase, ainsi que de données économiques existantes. La méthodologie précise sera développée dans la partie 4 du présent document.

Enfin, un benchmark de destinations comparables ou concurrentes a été réalisé sur la base d'un certain nombre de critères afin de mettre en avant ce qui se fait ailleurs.

Par ailleurs, le cabinet a également proposé des axes d'amélioration et formulé des recommandations. Ces propositions sont en cours d'analyse au sein de l'ATC.

2.2. Qu'est-ce que le tourisme d'affaires ?

2.2.1. Définition du tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires regroupe l'ensemble des déplacements individuels ou en groupes organisés, effectués pour des raisons professionnelles et pour une durée minimale de 24 heures.

Il présente une saisonnalité inversée par rapport à la saisonnalité du tourisme d'agrément (pic en été), permettant une complémentarité entre ces deux formes d'activités touristiques.

Cette industrie peut être segmentée de plusieurs manières, notamment :

- **Segmentation marketing classique MICE** : Meetings, Exhibitions, Conférences / Congrès, Incentives ;
- **Segmentation d'après le rayonnement de la manifestation** : local / régional, national, international ;
- **Segmentation d'après la fréquentation** : nombre de participants / exposants / visiteurs, et durée ;
- **Segmentation d'après la nature des clients** : institutionnels, privés, associatifs, grand public.

2.2.2. Segments et typologie d'évènement

Le tourisme d'affaires comprend :

- Les congrès ;
- Les séminaires / conventions ;
- Les conférences / colloques ;
- Les incentives / le team building ;
- Les événements festifs.



Figure 1: Typologies des événements du tourisme d'affaires (Voltere by Egis)

2.3. Les tendances du MICE en France et son évolution

2.3.1. Une industrie lourdement touchée par la crise Covid

Après les années 2020-2021, très affectées par la crise sanitaire qui avait mis à mal le secteur du MICE, depuis 2022 les clients reviennent, les chiffres s'améliorent année après année, mais l'industrie « évènementiel » n'a pas encore retrouvé son niveau de 2019.

2.3.2. Une évolution des formats des évènements

Depuis plusieurs années on observe une hybridation des formats évènementiels, où les congrès intègrent des espaces d'exposition et de salon, tandis que les expositions intègrent les conférences et autres interventions par exemple.

| | |
|--|--|
| Salons professionnels | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réinvention dans la forme à travers une hybridation de plus en plus poussée, qui rend réducteur le terme même de « salon ». Dans les salons, apparition d'ateliers, de séances de speed-dating, d'animations, de conférences. ▪ Des évolutions dans l'aménagement : plus d'espaces de repos et d'espaces festifs conviviaux, les salons professionnels veulent devenir des espaces de vie. ▪ Le ratio location de m² / prestation évolue au profit de la prestation, (les exposants veulent acheter autre chose que des m²). Demain (et déjà aujourd'hui), les salons commercialiseront de plus en plus de « data qualifiée » : en capitalisant sur leur connaissance des publics. ▪ L'avant et l'après-salon : certains salons mettent en place ce système de marketplace, qui leur permet d'être présent et d'animer leur communauté toute l'année. |
| Salons grand-public | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Renouvellement des thèmes traditionnels, de plus en plus de salons de communautés ▪ Des nouveaux contenus pour renforcer le modèle économique : <ul style="list-style-type: none"> - Le contenu ne se limite plus à des stands, il s'élargit, signe de l'hybridation des événements - Certains salons font appel à des influenceurs et profitent de leur présence pour augmenter le ticket d'entrée ou faire payer des séances de dedicaces, photos |
| Conférences | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Moins de plénières, plus de workshops |
| Afterwork, petits-déjeuners | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation de la part de ces moments de rencontre dans un esprit de convivialité, à l'initiative d'acteurs économiques ou de lieux d'accueil |
| Nouveaux formats d'événements autour de l'innovation | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ce qui caractérise les événements au sein du monde de l'innovation = une hybridation encore plus forte, le choix de lieux atypiques, une scénarisation très poussée, des expériences immersives. ▪ De nouvelles déclinaisons autour du participatif : hackathon, living lab.... |

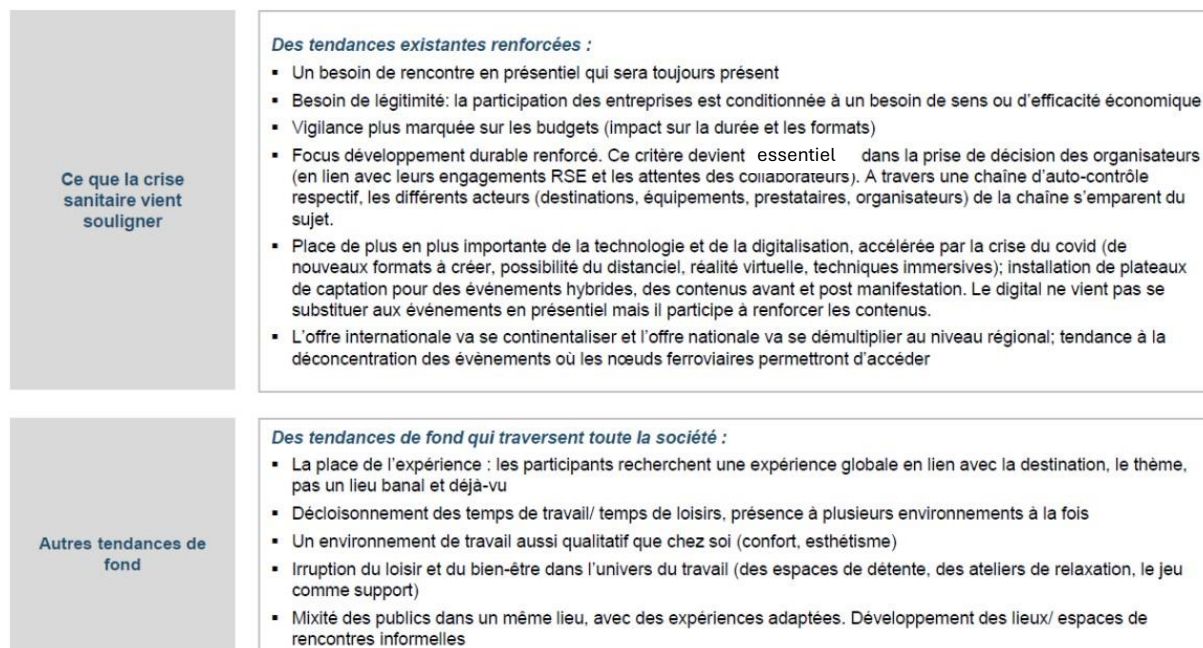


Figure 2: Evolution des formats des événements (Voltere by Egis)

2.3.3. Critère de choix d'un lieu pour un congrès / un salon

L'univers de la rencontre économique affiche de grandes tendances.

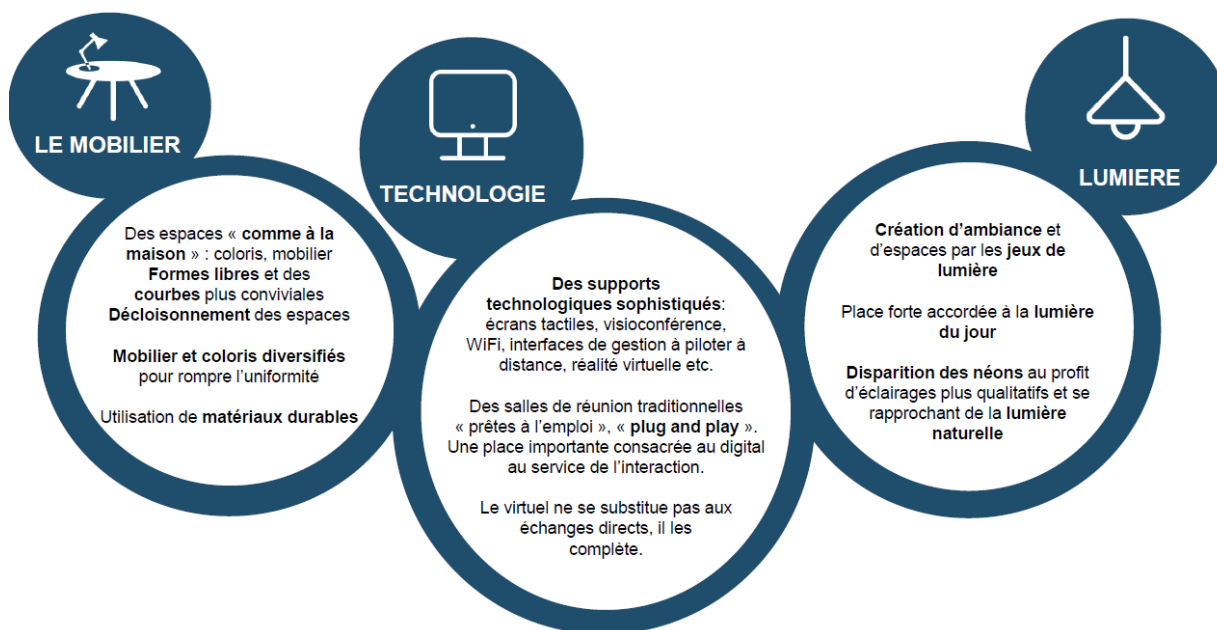


Figure 3: Univers de la rencontre économique : les grandes tendances (Voltere by Egis)

Il est à noter que la présence d'un équipement de congrès doté des équipements de base (auditorium pour plénière avec équipement scénique audio et vidéo, salles de sous-commission, espace de restauration) n'est plus un critère de choix pour la tenue d'un congrès. C'est un éléments acquis pour toute destination qui postule à

l'accueil d'un congrès. Compte tenu de l'offre nombreuse, **le choix se fait sur la destination, le site réceptif devant incarner cette destination.**

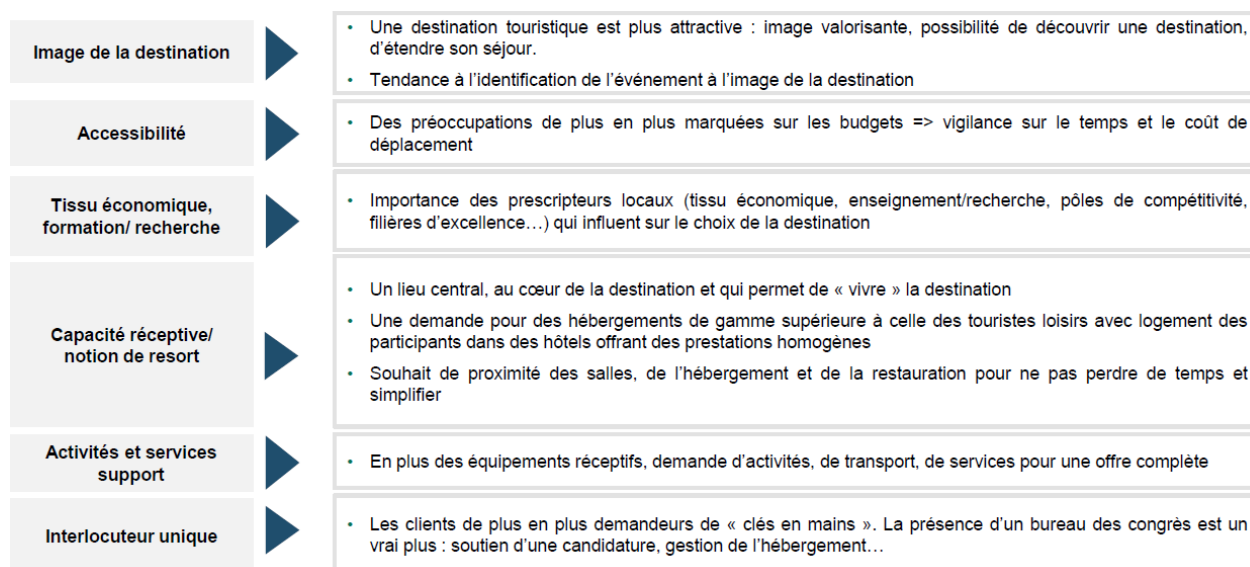
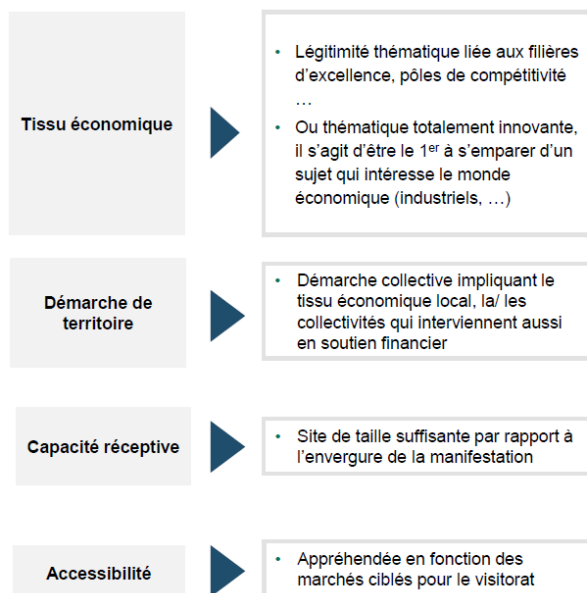


Figure 4: Critères de choix d'un lieu pour un congrès (Voltere by Egis)

Salons professionnels



Salons grand public

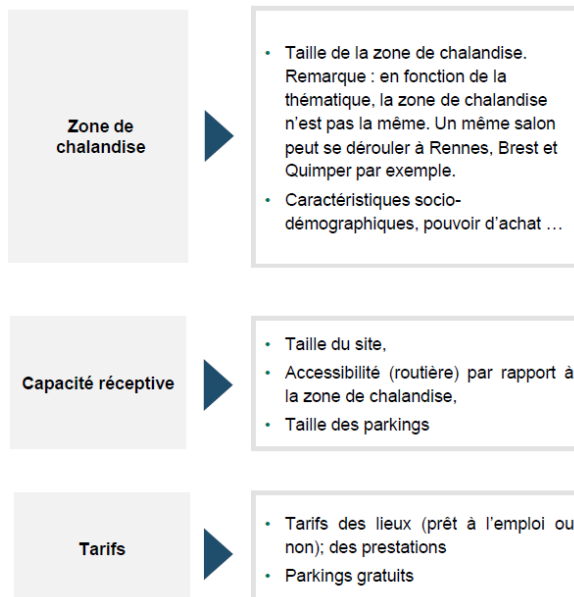


Figure 5: Critères de choix d'un lieu pour un salon (Voltere by Egis)

3. Etat des lieux du tourisme d'affaires et du MICE en Corse : un potentiel fort mais insuffisamment exploité

Résumé :

La Corse dispose de quatre aéroports pour 350 000 habitants, offrant une diversité de connexions selon les périodes et les provenances. Toutefois l'activité du transport aérien est fortement déséquilibrée entre une haute saison dynamique et une basse saison réduite, bien que le transport maritime tente de se positionner comme alternative pour la clientèle MICE.

L'offre de lieux d'accueil est variée, mais peu d'entre eux exploitent pleinement leur potentiel MICE. La Corse est bien positionnée sur les incentives, le team building, les événements festifs et les séminaires de petite capacité, mais souffre d'un manque d'infrastructures adaptées aux grandes manifestations (palais des congrès et parcs des expositions), limitant l'accueil d'événements d'envergure.

Pays d'Ajaccio : Une offre structurée autour du palais des congrès d'Ajaccio et de nombreux établissements importants et de qualité. Des améliorations sont toutefois nécessaires pour renforcer la compétitivité du segment MICE.

Agglomération de Bastia : Une offre correcte, principalement portée par les hôtels mais qui doit encore se structurer. De nombreux lieux d'accueil viennent toutefois agrémente l'offre.

Balagne : Une offre limitée, essentiellement représentée dans les hôtels, mais un fort potentiel pour le MICE, notamment sur le segment des séminaires haut de gamme et incentives. Le nouvel espace culturel de Calvi (350 places), a ouvert en septembre 2024, augurant de nouvelles opportunités sur ce segment.

Sud-Corse : Une offre adaptée aux petits événements, également concentrée sur l'hôtellerie. Le MICE y est peu présent mais possède un potentiel pour le segment haut de gamme notamment pour les séminaires exclusifs et les incentives premium. Cependant, l'espace Jean-Paul De Rocca-Serra (rénové très récemment) renforce l'attractivité du territoire avec ses deux auditoriums de 350 et 120 places sur le segment des congrès, colloques et conventions.

3.1. Le positionnement de la Corse

Située au carrefour de la méditerranée, la Corse possède un positionnement stratégique, attirant à la fois les entreprises françaises et européennes.

3.1.1. Accessibilité et infrastructures de transport



Avec quatre aéroports internationaux (Ajaccio, Bastia, Calvi et Figari) et six ports, la Corse est bien desservie, notamment depuis la France et l'Europe. Cependant, la forte saisonnalité des liaisons aériennes et maritimes reste un frein pour l'organisation d'événements hors saison estivale ; de plus les temps de trajets trop longs des bateaux sont peu adaptés aux séminaires courts.

Les infrastructures routières, impactées par le relief montagneux, rendent les déplacements internes parfois longs, ce qui peut complexifier l'organisation de certains événements multisites.

3.1.2. Des atouts naturels et culturels stratégiques : un environnement unique et une identité culturelle forte

Le tourisme d'affaires en Corse bénéficie d'un cadre exceptionnel avec des paysages variés, une identité culturelle forte et une gastronomie reconnue. Ces atouts constituent un levier attractif pour le marché du MICE, qui recherche de plus en plus des destinations offrant une expérience unique et immersive.

3.2. Une offre MICE structurée mais incomplète

3.2.1. Les principales zones d'accueil

L'offre MICE insulaire se structure autour de plusieurs pôles principaux :

- **Ajaccio** : Capitale politique et économique de l'île, dispose du seul palais des congrès de Corse et de nombreux hôtels, avec une grande capacité d'accueil et équipés pour accueillir des séminaires.
- **Bastia** : Centre administratif et commercial avec une offre hôtelière intéressante et des lieux culturels adaptés aux événements professionnels.
- **Balagne** : Destination de charme avec des hôtels haut de gamme et des espaces atypiques pour des séminaires et incentives exclusifs.

- **Sud Corse** : Entre mer et montagne, cette région mise sur des établissements de luxe et des activités team-building en pleine nature.

3.2.2. *Les différents types d'infrastructures*

L'offre MICE en Corse repose sur une variété de structures adaptées aux différents formats d'événements. La principale infrastructure d'accueil est le palais des congrès situé à Ajaccio. Seul équipement de grande envergure sur l'île, il dispose de 9 salles modulables et d'un auditorium de 430 places mais sa capacité reste limitée pour les grands événements. Un parc des expositions serait un atout supplémentaire pour contribuer au développement du secteur.

De nombreux hôtels 4 et 5 étoiles offrent des infrastructures modernes pour l'accueil de groupes d'entreprises. En complément, l'île dispose d'une multitude de lieux atypiques propices aux événements sur-mesure, tels que des musées, des domaines viticoles, des espaces naturels et des restaurants avec vue sur la mer. Le positionnement de l'offre hôtelière est orienté moyen et haut de gamme, avec 55% des chambres classées en 3 étoiles et 23% en 4 étoiles.

L'offre MICE présente plusieurs atouts. La diversité des hébergements et des lieux permet d'organiser des événements personnalisés. Le positionnement qualitatif, renforcé par la présence d'établissements haut de gamme, contribue à l'attrait de la destination. De plus, la Corse affiche une bonne dynamique sur les activités incentives, le team building, les événements festifs et les séminaires de petite capacité.

Toutefois, certains éléments limitent encore le développement du segment affaires. La capacité d'accueil des grands événements est réduite en raison de la présence d'un unique palais des congrès. Enfin, le tourisme d'affaires reste encore limité par un parc hôtelier historiquement axé sur le tourisme de loisirs.

Ainsi, la Corse dispose d'une offre MICE variée et qualitative, mais encore perfectible pour capter une clientèle à la recherche de capacités d'accueil de 60 à 80 personnes en moyenne et d'équipements spécialisés.

3.3. **Les acteurs de la filière**

3.3.1. *Les offices de tourisme et agences spécialisées*

Plusieurs acteurs institutionnels jouent un rôle crucial dans le développement du MICE en Corse :

- **L'Agence du Tourisme de la Corse** (ATC), dotée du Convention Bureau régional de Corse, qui promeut la destination, accompagne les organisateurs en facilitant l'accès aux infrastructures, aux prestataires et services locaux et soutient les initiatives de développement du secteur.

- **Les offices de tourisme** des principales villes et intercommunalités, qui accompagnent et conseillent les organisateurs d'événements.
- **La chambre de commerce et d'industrie**, qui facilite les rencontres entre entreprises locales et professionnels du tourisme d'affaires.

3.3.2. Les prestataires de services et d'activités

La réussite du secteur MICE repose également sur un réseau de prestataires compétents et passionnés :

- Les agences événementielles et DMC (Destination Management Companies), spécialisées dans l'organisation de séjours et d'événements sur-mesure.
- Les traiteurs et restaurateurs proposant une offre gastronomique variée et de qualité pour satisfaire les exigences des entreprises.
- Les prestataires audiovisuels et techniques pour garantir des événements fluides et techniquement parfaits.
- Les activités et team-building : excursions en bateau, randonnées en montagne, dégustations de produits locaux, rallyes en 4x4... La Corse offre une multitude d'options pour dynamiser les événements professionnels.

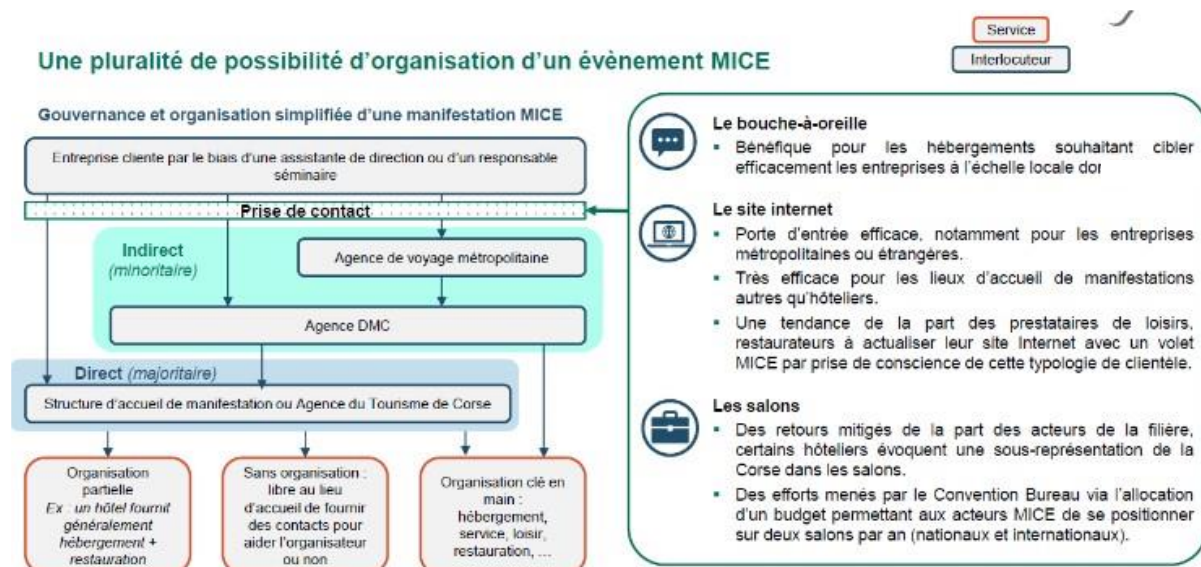


Figure 6: Organisation d'une manifestation MICE en Corse (Voltere by Egis)

3.4. Une demande en croissance mais encore à structurer

Le tourisme d'affaires en Corse connaît une demande croissante depuis les dernières années, portée par l'attrait de l'île pour les séminaires et les incentives. Toutefois, cette demande reste fragile en raison de plusieurs facteurs limitants.

Typologie des événements accueillis

- Une dominance des séminaires et incentives, souvent organisés par des entreprises nationales ou des agences cherchant un cadre original et dépayçant.
- Des événements de taille moyenne, la majorité des manifestations accueillant entre 50 et 200 participants.
- Un faible volume de congrès et salons professionnels, en raison du manque d'infrastructures adaptées, de la prédominance d'hôtels ouverts uniquement d'avril à octobre et de la difficulté d'accès de l'île hors saison.

Provenance et profil des clients

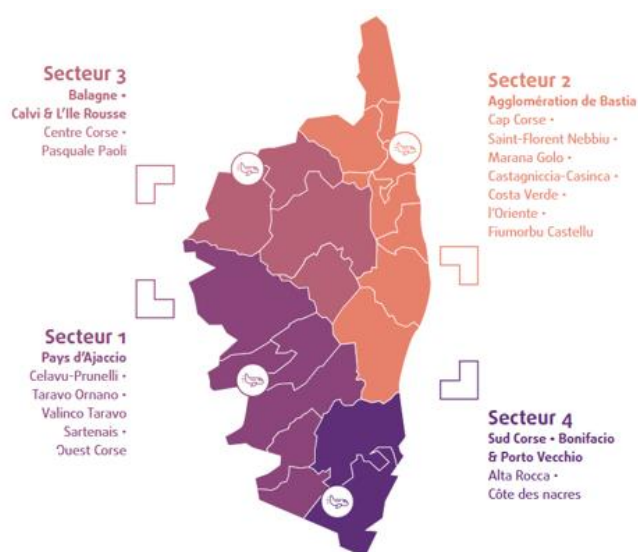
- Une clientèle majoritairement française, avec des entreprises basées en Île-de-France, Rhône-Alpes et PACA.
- Peu d'événements internationaux, la Corse peinant à se positionner face à des destinations méditerranéennes plus accessibles comme Barcelone, Nice ou Marseille.
- Un potentiel de croissance sur les marchés européens, notamment en Belgique, Italie, Allemagne et Suisse, qui représentent des bassins d'audience intéressants.

Saisonnalité et enjeux de diversification

- Une demande très concentrée sur la période de mai à septembre, avec une baisse d'activité significative en automne et en hiver.
- Un défi à relever : développer des événements hors saison, en mettant en avant des offres adaptées aux besoins des entreprises (expériences immersives, tarifs préférentiels, valorisation du patrimoine culturel).
- Un potentiel encore peu exploité dans le tourisme d'affaires durable, qui pourrait séduire de nouvelles clientèles sensibles aux enjeux environnementaux.

Le marché du MICE en Corse est en progression mais souffre encore d'un positionnement fragile et d'une saisonnalité trop marquée. Pour renforcer son attractivité, la destination doit diversifier son offre, capter une clientèle plus large et structurer des stratégies marketing adaptées aux attentes des entreprises et des organisateurs d'événements.

3.5. Un état des lieux selon quatre secteurs géographiques



En termes de tourisme d'affaires la Corse s'organise autour de quatre secteurs principaux :

- **Secteur 1** : Pays d'Ajaccio, Ouest Corse, Celavu-Prunelli, Taravo-Ornano, Valinco-Taravo, Sartenais.
- **Secteur 2** : Agglomération de Bastia, Cap-Corse, Saint-Florent Nebbiu, Marana-Golo, Castagniccia-Casinca, Costa-Verde, Oriente, Fiumorbu-Castellu.
- **Secteur 3** : Balagne, Calvi, L'Île-Rousse, Centre-Corse, Pasquale-Paoli.
- **Secteur 4** : Sud Corse, Bonifacio, Porto-Vecchio, Alta-Rocca, Côte des Nacres.

C'est sur ce découpage que l'étude a été réalisée.

3.5.1. Bilan du tourisme d'affaires dans le secteur 1

3.5.1.1. Un pôle dynamique et structuré

Le secteur ajaccien (Pays d'Ajaccio, Ouest Corse, Celavu-Prunelli, Taravo-Ornano, Valinco-Taravo, Sartenais) est un acteur central du tourisme d'affaires en Corse, avec des infrastructures modernes et un positionnement stratégique autour d'Ajaccio, capitale économique et politique.

Ses atouts :

- Seul territoire doté d'un palais des congrès, renforçant son attractivité pour les grandes manifestations et les congrès.
- Bonne accessibilité : aéroport international et port bien desservi.
- Offre hôtelière diversifiée : hôtels de 3 à 5 étoiles adaptés au MICE proposant les plus grandes capacités d'accueil.
- Écosystème structuré avec des acteurs engagés (offices de tourisme, agences DMC, hôteliers).

Ses faiblesses :

- Concentration excessive à Ajaccio alors que d'autres zones (comme Propriano ou Porticcio) ont du potentiel.
- Manque de coordination entre acteurs du secteur.
- Niveau de service des salles parfois insuffisant, notamment au palais des congrès qui nécessite des rénovations.

| Atouts | Faiblesses |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Le seul secteur de Corse disposant d'un palais des congrès ; Une bonne accessibilité par la mer et les airs ; Une offre hôtelière complète offrant toute typologie de capacité en chambre et en salles, sur des segments variés ; Une capacité en salle importante à l'échelle de la Corse ; Deux actifs emblématiques (Sofitel, Radisson,...) très qualitatifs, permettant une bonne répartition des groupes et de se positionner en porte-drapeau du tourisme d'affaires en Corse ; Une offre en service dense ; Une couverture de tous les segments MICE. | <ul style="list-style-type: none"> Une offre très concentrée sur Ajaccio malgré des villes alternatives attractives (Porticcio, Propriano, ...) ; Une difficile coordination entre les acteurs ; Un niveau de service des salles parfois insuffisant. |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> L'allongement de la saisonnalité de la destination ; Ajaccio est une ville dynamique se développant sur d'autres segments que le tourisme ; Des actifs relativement proches de l'aéroport permettant des temps de transport réduits Une prise de conscience des hôteliers/lieux d'accueil sur l'importance du secteur MICE dans leur offre poussant à étendre leurs capacités ; Les travaux sur le palais des congrès d'Ajaccio intégrant une école hôtelière et qui permettront en 2027 d'avoir un actif plus efficace. | <ul style="list-style-type: none"> Une destination chère (prix d'un séminaire + hébergement assez élevé par rapport au reste de la Corse) ; Une destination très fréquentée, conduisant à certaines périodes, à des refus d'événements MICE par manque de disponibilité en chambre ; Un vieillissement du palais des congrès d'Ajaccio couplé à un manque de promotion et de représentation de l'actif. Un coût élevé des transports. |

Figure 7: Matrice SWOT du secteur ajaccien (Voltere by Egis)

3.5.1.2. Infrastructures et hébergements MICE

Un établissement central pour la filière MICE : le Palais des Congrès d'Ajaccio.

Avec une capacité de 9 salles modulables, un auditorium de 434 places, espace polyvalent de 1 000 m², le Palais de Congrès a accueilli 93 manifestations MICE en 2019 (un chiffre en baisse en 2023).

Sa clientèle est majoritairement locale (78%) et nationale (21%).

Cependant, le Palais des Congrès est une structure vieillissante. Des travaux sont prévus entre 2025 et 2027 pour rénovation ainsi que pour accueillir une nouvelle école hôtelière dédiée aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration.

Une quantité importante d'hébergement capable d'accueillir des événements de type MICE.

Sur ce territoire, la capacité hôtelière est la plus importante de Corse avec 3 752 chambres.

On note une forte présence d'hôtels 3 et 4 étoiles mais aussi d'établissements de luxe positionnés en 5 étoiles. Les hôtels sont bien équipés en salles de réunion, avec des offres variées pour séminaires et incentives.

Ces établissements sont concentrés sur Ajaccio et Porticcio ; il y a une faible présence dans l'arrière-pays.

3.5.1.3. Services associés et activités MICE

Le secteur 1 « Pays d'Ajaccio, Ouest Corse, Celavu-Prunelli, Taravo-Ornano, Valinco-Taravo, Sartenais » dispose d'une identité forte couplée à une offre complète de services.

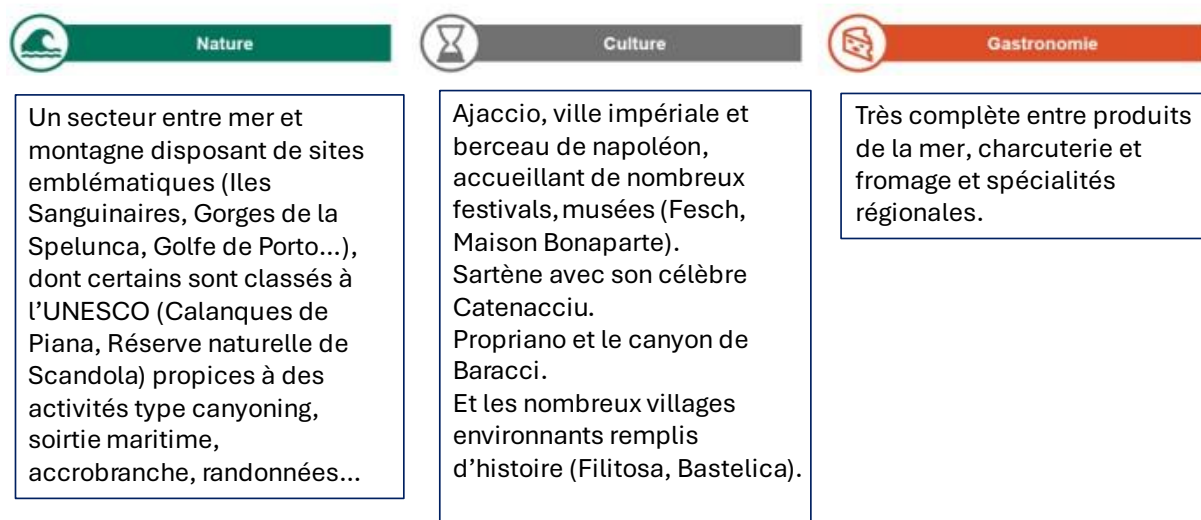


Figure 8: Secteur ajaccien : services associés (Voltere by Egis)

3.5.1.4. Axes d'amélioration

Le secteur ajaccien est actuellement le territoire le mieux structuré pour le MICE en Corse, grâce à ses infrastructures et son dynamisme économique. Cependant, des améliorations sont nécessaires pour renforcer sa compétitivité :

- Moderniser le Palais des Congrès.
- Développer l'offre dans les zones secondaires (Propriano, Porticcio) pour mieux répartir les flux.
- Renforcer la coopération entre acteurs locaux pour une offre plus cohérente et structurée.
- Miser sur les événements hors saison pour lutter contre la saisonnalité et optimiser les infrastructures.

3.5.2. Bilan du tourisme d'affaire dans le secteur 2

3.5.2.1. Un territoire à fort potentiel

Le secteur bastiais (Agglomération de Bastia, Cap-Corse, Saint-Florent Nebbiu, Marana-Golo, Castagniccia-Casinca, Costa-Verde, Oriente, Fiumorbu-Castellu) est un pôle économique et administratif majeur de la Corse. Si son offre MICE reste en développement, elle bénéficie d'un cadre attractif et d'infrastructures en plein essor.

Atouts :

- Une offre hôtelière de qualité avec plusieurs établissements 3 et 4 étoiles.
- Un accès facilité grâce à l'aéroport de Bastia et son port bien desservi.
- Une ville au patrimoine culturel riche, idéale pour des événements mêlant travail et découverte.
- Une stratégie en cours pour structurer davantage l'offre MICE, notamment via la rénovation du théâtre municipal.

Faiblesses :

- Absence d'un palais des congrès, limitant la capacité d'accueil de grandes manifestations.
- Une offre de lieux événementiels encore limitée et une offre hôtelière MICE de petite capacité.
- Un manque de structuration entre les différents acteurs du secteur.

| Atouts | Faiblesses |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Une destination abordable à l'échelle de la Corse ; • Une offre diversifiée couvrant une partie du segment MICE hormis les congrès ; • Des hébergements qualitatifs, majoritairement en moyenne gamme ; • Une hôtellerie efficace pour des petits groupes ; • Une destination authentique avec une histoire forte et moins asphyxiée par le tourisme de loisirs que les autres secteurs ; • Une offre en service dense et attractive. | <ul style="list-style-type: none"> • Un manque de structure d'accueil pour des manifestations de +100 pax et notamment pour du congrès ; • Des structures d'accueil dont le MICE n'est pas le segment prioritaire ; • Une quasi-absence d'offre dans le Cap Corse et dans les terres ; • Un manque de structure « fermées » les rendant tributaires de la météo. • Une capacité totale en salle peu élevée ; |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un allongement de la saisonnalité ; • L'aéroport de Corse le plus relié à l'international ; • Le renouvellement du théâtre de Bastia avec remplacement de l'auditorium par une salle polyvalente éventuellement porteuse d'événements affaires ; • La création de tiers-lieux avec des salles de réunions et des espaces de co-working ; • Une ouverture du stade de Bastia à la réception d'événements MICE • Une proximité de Marseille pour les trajets par bateau (possibilité de démarrer un séminaire à Marseille et le terminer à Bastia). | <ul style="list-style-type: none"> • Une polarisation importante de Bastia dans la région au détriment de villes dynamiques telles que Saint-Florent dont l'hébergement est très qualitatif ; • Une économie qui demeure très dépendante du tourisme • Un coût élevé des transports. |

Figure 9: Matrice SWOT du secteur bastiais (Voltere by Egis)

3.5.2.2. Infrastructures et hébergements MICE

Bastia comme l'épicentre pour les lieux d'accueil du secteur nécessitant un renouvellement.

Bastia dispose de lieux événementiels variés mais de capacité variable comme le musée de Bastia, le Théâtre municipal et le Centre culturel Alb'Oru.

Il existe également quelques hôtels équipés pour les séminaires et réunions, mais pas de grande structure dédiée au MICE.

En revanche, la rénovation en cours du théâtre municipal pourrait renforcer l'offre d'accueil d'événements professionnels.

Des hébergements proposant un mix affaires/loisirs efficace et adéquat pour des petits groupes.

Le territoire bastiais propose une offre diversifiée en hôtels 3 et 4 étoiles, avec des établissements bien équipés pour les petits groupes, mais limités pour les grands groupes.

L'absence d'hôtels 5 étoiles dédiés au MICE, limite l'attractivité pour le segment haut de gamme ; quelques campings et villages vacances disposent d'infrastructures adaptées aux événements d'entreprise (incentives, team-building).

3.5.2.3. Services et activités associés

Le secteur bastiais et les territoires environnants dispose d'une identité forte couplée à une offre en service qui s'est améliorée.

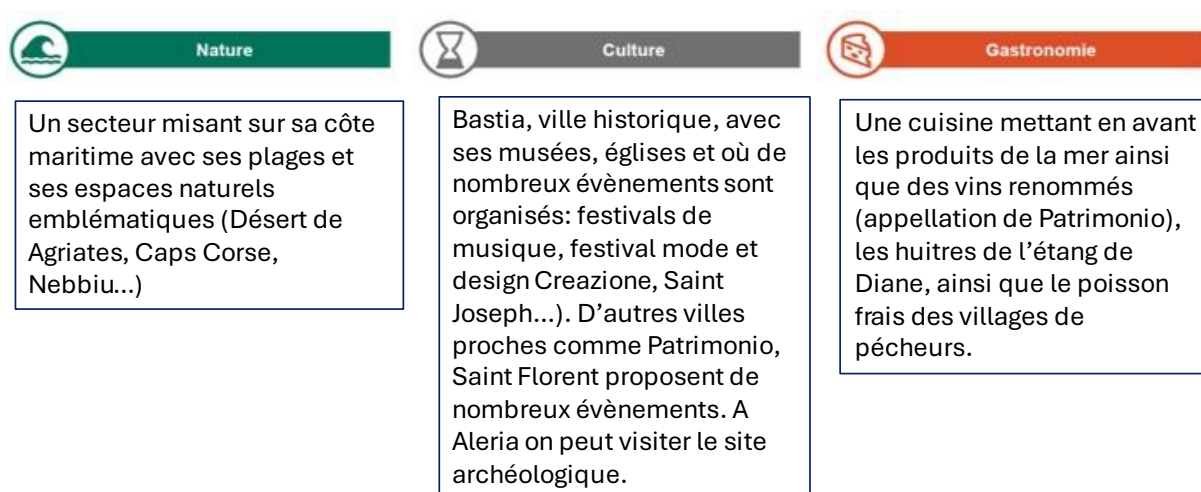


Figure 10: Secteur bastiais : services associés (Voltere by Egis)

S'ajoute à ces multiples activités, un écosystème assez dense de prestataires du fait d'une forte concentration d'équipements : transporteurs, traiteurs, prestataires audiovisuels. Pour autant, les partenariats entre les différents acteurs se font rares.

La clientèle est principalement nationale et locale mais l'attractivité pour des événements internationaux est faible.

3.5.2.4. Axes d'amélioration

Le secteur bastiais dispose d'un potentiel certain pour le MICE mais doit encore structurer son offre et investir dans des infrastructures adaptées. Cela passe notamment par :

- La création d'un centre de congrès ou le renforcement de l'existant pour accueillir plus d'événements.

- L'amélioration de la coordination des acteurs pour une meilleure visibilité de l'offre MICE.
- La capitalisation sur la culture et la gastronomie pour attirer des événements professionnels.
- Le développement de la communication et la promotion auprès des entreprises nationales et internationales.

Bastia possède des atouts indéniables pour se positionner comme une alternative à Ajaccio dans le secteur MICE. Avec des infrastructures en développement et une meilleure structuration de son offre, l'agglomération peut devenir un acteur clé du tourisme d'affaires en Corse.

3.5.3. Bilan du tourisme d'affaires sur le secteur 3

3.5.3.1. Un territoire d'exception au potentiel sous-exploité

Le secteur balnéaire, avec ses pôles majeurs Calvi et L'Île-Rousse, se distingue par son attractivité touristique haut de gamme. Pourtant, le secteur MICE y est encore peu structuré et exploité.

Atouts :

- Un cadre naturel et patrimonial exceptionnel : plages paradisiaques, villages perchés et panoramas montagneux.
- Une offre hôtelière qualitative avec plusieurs établissements 4 et 5 étoiles adaptés aux séminaires et incentives.
- Un nouvel espace culturel d'une capacité d'accueil de 350 personnes.
- Une identité forte et une culture locale préservée, parfaites pour des événements mêlant travail et immersion culturelle.
- Un aéroport à Calvi facilitant l'accès pour les événements internationaux et nationaux.

Faiblesses :

- L'absence d'un lieu d'accueil autre que le nouvel espace culturel.
- Le manque de diversification dans l'offre MICE, essentiellement centrée sur l'incentive et les séminaires en petit comité.
- Un accès limité hors saison, l'aéroport de Calvi ayant une desserte réduite en hiver.

| Atouts | Faiblesses |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Une offre diversifiée avec un positionnement assumé sur les petits groupes ; • Une hôtellerie qualitative ; • Une offre en hébergement variée couvrant la plupart des gammes ; • Une offre en service assez dense ; • Un caractère moins urbain et plus naturel attractif (double positionnement mer/montagne). | <ul style="list-style-type: none"> • Un manque de structure d'accueil pour des manifestations de +100 pax ; • Une quasi-absence d'offre dans le Centre vs une concentration forte à Calvi/L'Île-Rousse ; • Une absence de structure emblématique d'accueil de manifestations ; • Une qualité de service qui bien qu'efficace dans les hôtels est plus standard et moins développée dans les lieux d'accueils de manifestations ; • Une capacité totale en salle faible. |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un allongement de la saisonnalité ; • La construction du centre culturel de Calvi. | <ul style="list-style-type: none"> • Un aéroport saisonnier et une desserte maritime plus limitée (arrêt de l'activité transport de passager au port de Calvi) ; • Une économie qui demeure très dépendante au tourisme ; • Un coût élevé des transports. |

Figure 11: Matrice SWOT du secteur balain (Voltere by Egis)

3.5.3.2. Infrastructures et hébergements MICE

Des structures d'accueil peu adaptées au MICE, une offre centrée sur le tourisme d'agrément.

Le secteur propose des lieux standards peu adaptés aux manifestations MICE avec une capacité limitée pour accueillir des événements de grande envergure, nécessitant des solutions sur-mesure ou des privatisations d'établissements.

Des infrastructures existent, mais leur fonction première n'est pas le tourisme d'affaires. On trouve :

- Des hôtels haut de gamme avec des salles de séminaires (La Villa, Le Corsica, Hôtel L'Acquale, La Signoria, le Dolce Paese) aux capacités adaptées à la demande.
- Des lieux atypiques propices aux événements professionnels : domaines viticoles, paillotes privatisables, villages de charme.
- Des structures culturelles et sportives utilisables pour des événements (Spazi Pasquale Paoli, Théâtre de Verdure de l'Île-Rousse, Marina de Calvi).

En dehors de quelques hôtels, les établissements sont limités sur les divers segments MICE.

Une quantité importante d'hébergement capable d'accueillir des petits groupes MICE.

Le secteur montre une forte concentration d'hôtels 4 et 5 étoiles adaptés aux séminaires de luxe ; mais aussi l'existence d'hôtels-boutiques et établissements de charme, idéals pour des événements en petit comité.

On note un manque d'infrastructures d'hébergements adaptés aux grands congrès et conventions. La faible capacité des hébergements dans le secteur pose un problème pour l'organisation de séminaire hébergés.

3.5.3.3. Services et activités associées

Le secteur « Balagne, Calvi, L'Île-Rousse, Centre-Corse, Pasquale-Paoli » dispose d'une identité forte.

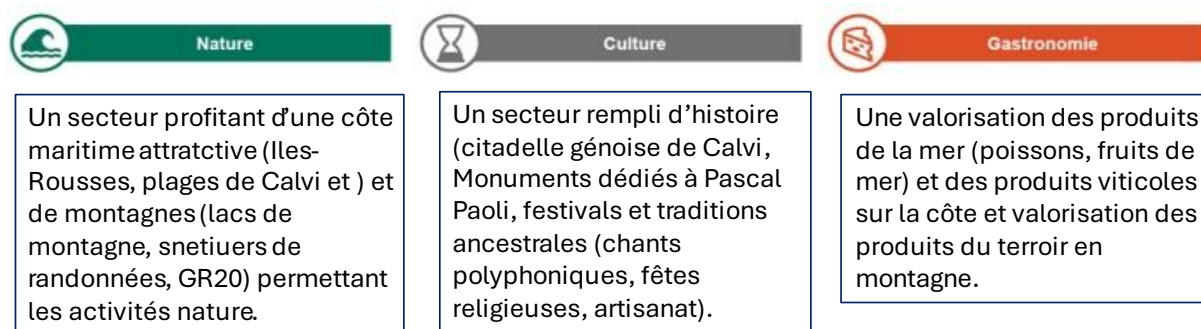


Figure 12: Secteur balain : services associés (Voltere by Egis)

Ce secteur dispose d'atouts sur le segment incentive, malgré un écosystème moins dense de prestataires. De plus les partenariats entre les différents acteurs ne sont pas la règle.

Sur le tourisme d'affaires, la demande est en croissance, mais doit encore être structurée. Le marché actuel est dominé par l'incentive et les séminaires de luxe.

La clientèle est majoritairement nationale et haut de gamme, avec une présence limitée d'événements internationaux.

Toutefois, il y a un fort potentiel pour développer des offres sur-mesure, en misant sur le cadre naturel et l'authenticité locale.

3.5.3.4. Axes d'amélioration

La Balagne possède un fort potentiel pour le MICE, notamment sur le segment des séminaires haut de gamme et des incentives. Toutefois, le manque d'infrastructures adaptées aux événements de grande envergure et l'accessibilité saisonnière limitée freinent son développement. Avec des investissements ciblés et une meilleure structuration de l'offre, cette région pourrait devenir un pôle MICE de référence en Corse.

Les axes d'amélioration pourraient porter sur :

- La création d'espaces modulables pour événements.
- Le développement des offres combinant business et nature (séminaires avec activités outdoor, incentives basés sur le terroir et la culture).
- Le renforcement de l'accessibilité hors saison pour assurer une activité MICE annuelle.
- Une meilleure structuration de l'offre et de la promotion pour attirer davantage d'événements professionnels.

3.5.4. Bilan du tourisme d'affaires dans le secteur 4

3.5.4.1. Une destination touristique de prestige mais une filière MICE à développer

Le secteur « Sud Corse, Bonifacio, Porto-Vecchio, Alta-Rocca, Côte des Nacres », avec ses deux pôles majeurs Porto-Vecchio et Bonifacio, est reconnu pour son attractivité touristique haut de gamme. Cependant, le secteur du MICE y reste encore en structuration.

Atouts :

- Un cadre naturel d'exception : plages paradisiaques (Palombaggia, Santa Giulia, Rondinara), falaises impressionnantes et arrière-pays sauvage.
- Une offre hôtelière premium : établissements 4 et 5 étoiles adaptés aux séminaires et incentives.
- Un positionnement exclusif et haut de gamme attirant des événements privés et d'entreprise à forte valeur ajoutée.
- Deux ports de plaisance à Porto-Vecchio et Bonifacio, facilitant l'organisation d'événements nautiques et incentives en mer.

Faiblesses :

- Absence de centre de congrès ou de grandes infrastructures événementielles, limitant la capacité d'accueil de conventions et congrès.
- Insuffisance de lieux d'accueil dédiés d'une capacité d'au moins 50 à 60 personnes.
- Desserte aérienne encore insuffisante hors saison, malgré la présence de l'aéroport de Figari.
- Accessibilité routière contraignante, avec un réseau de routes parfois saturé en haute saison.
- Offre MICE peu structurée, reposant principalement sur des initiatives privées (hôteliers, prestataires événementiels).

| Atouts | Faiblesses |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Une offre en hébergement assez variée, dense et qualitative ; • Une hôtellerie particulièrement qualitative notamment sur l'incentive ou l'événementiel ; • Un équilibre de l'offre assez maîtrisé entre Porto-Vecchio et Bonifacio ; • Une offre en service assez dense ; • Un caractère naturel attractif (double positionnement mer/montagne). | <ul style="list-style-type: none"> • Un manque de structure d'accueil pour des manifestations de +100 pax ; • Un coût élevé de la destination ; • Une offre limitée d'hôtellerie MICE avec salles ; • Une capacité totale en salle faible. |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un allongement de la saisonnalité de la destination ; • L'espace Jean-Paul de Rocca Serra est assez polyvalent et constitue une vitrine pour le MICE en Sud Corse. | <ul style="list-style-type: none"> • Un aéroport saisonnier ; • Une économie qui demeure très dépendante au tourisme ; • Un coût élevé des transports. |

Figure 13: Matrice SWOT du secteur Sud Corse (Voltere by Egis)

3.5.5. Infrastructures et hébergements MICE

Quelques lieux d'accueil adéquats pour des petits groupes MICE.

Le secteur Sud Corse dispose de plusieurs hôtels et Resorts de prestige, tels que le Cala Rossa, le Grand Hôtel de Cala Rossa, le Casadelmar et le Version Maquis Citadelle, qui offrent des espaces dédiés aux séminaires et incentives. La région propose également des lieux atypiques privatisables, comme la citadelle de Bonifacio, des domaines viticoles, des yachts et des villas, permettant d'organiser des événements exclusifs dans un cadre exceptionnel.

Toutefois, les infrastructures restent limitées en capacité. Si certains espaces événementiels sont modulables, comme l'Espace Jean-Paul de Rocca Serra qui est la porte d'entrée du MICE dans le Sud Corse, ils ne permettent pas d'accueillir des manifestations de grande envergure. L'absence de véritables infrastructures adaptées aux grands congrès, comme un palais des congrès, contraint de nombreux organisateurs à se tourner vers Ajaccio.

Des hébergements variés, de petites capacités et proches de la nature, propices à des petits groupes.

L'offre hôtelière du secteur Sud Corse se distingue par son positionnement haut de gamme et exclusif, parfaitement adapté aux événements premium et aux petits groupes. De nombreux établissements proposent des hébergements de charme en pleine nature, idéaux pour des retraites d'entreprise ou des séminaires immersifs.

En revanche, la région souffre d'un manque d'hôtels d'affaires classiques dotés de grandes salles de réunion. Cette lacune limite l'accueil de conférences et de conventions nécessitant des infrastructures plus fonctionnelles et de grande capacité.

3.5.5.1. Services et activités associées

Le secteur Sud-Corse dispose d'une identité et d'une activité touristique forte.

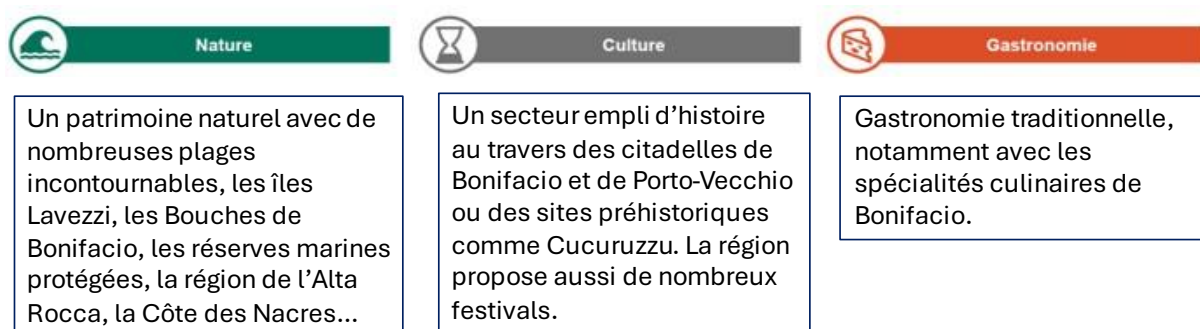


Figure 14: Secteur Sud-Corse : services associés (Voltere by Egis)

Le MICE dans le secteur Sud Corse adopte un positionnement exclusif, axé sur les séminaires haut de gamme et les incentives. Ce segment séduit une clientèle majoritairement internationale et corporate, en quête d'expériences premium dans un cadre exceptionnel.

Toutefois, le marché reste sous-exploité pour l'accueil de conventions et de grands événements. L'insuffisance d'infrastructures adaptées ou d'espaces modulables de grande capacité, freine le développement de ce type de manifestations et limite l'attractivité de la destination pour les moyens/grands groupes professionnels.

3.5.5.2. 5. Axes d'amélioration

Le secteur Sud Corse possède un fort potentiel pour le MICE haut de gamme, notamment pour les séminaires exclusifs et les incentives premium. Avec des investissements ciblés, une meilleure structuration et amélioration aérienne en hors saison, cette région pourrait devenir une référence méditerranéenne du tourisme d'affaires, ciblant le segment du luxe, avec notamment :

- La création d'une grande salle modulable pour élargir l'offre MICE et attirer des événements de plus grande envergure (malgré l'existence de l'espace J.P. De Rocca-Serra).
- Le développement des offres de team-building et incentives immersifs pour tirer parti des atouts naturels et culturels du Sud Corse.
- L'amélioration de l'accessibilité aérienne hors saison afin de favoriser une activité MICE plus régulière.
- Le renforcement de la coopération entre acteurs locaux pour structurer une offre cohérente et mieux promue.

4. La demande et les tendances du marché MICE en Corse³

Résumé

Le marché MICE en Corse est dominé par les séminaires et incentives, avec une clientèle essentiellement nationale.

Si l'île possède des atouts indéniables, elle souffre d'une saisonnalité excessive, d'un manque d'infrastructures adaptées et d'une accessibilité limitée hors saison.

Pour renforcer la demande, la destination doit miser sur une meilleure structuration de l'offre, une promotion ciblée et des investissements stratégiques, notamment dans les infrastructures et les liaisons aériennes.

4.1. Une demande concentrée sur les séminaires et incentives

La majorité des événements se concentrent dans quelques lieux clés, notamment les hôtels et le Palais des Congrès d'Ajaccio. Cependant, les capacités d'accueil restent limitées, ce qui restreint l'organisation de grandes manifestations.

Les événements MICE en Corse sont majoritairement des séminaires et réunions (90% des établissements interrogés), principalement organisés dans les hôtels et résidences de tourisme équipées de salle de réunion.

L'incentive représente 40% de l'activité MICE : la Corse est perçue comme une destination idéale pour des événements de cohésion d'équipe, avec une forte demande pour des activités immersives et de pleine nature.

Les événements festifs sont également présents (25%) ; ce segment bénéficie d'une attractivité croissante, notamment pour des séjours combinant travail et loisirs.

Les congrès et conférences restent, quant à eux, minoritaires en raison du manque de grandes infrastructures adaptées. L'absence d'un palais des congrès moderne et la capacité limitée des salles freinent leur développement.

Ainsi la taille moyenne des manifestations est de 30 pax au sein des hébergements et de 163 pax au sein des lieux d'accueil ; soit 61 pax en moyenne.

Le nombre d'évènement annuel moyen est de 11 pour les hébergements et de 18 pour les lieux d'accueil ; soit 12 évènements annuels en moyenne.

³ L'analyse quantitative s'appuie sur des enquêtes menées auprès des prestataires MICE en Corse (questionnaires et entretiens).

De nouvelles tendances émergent. Des structures alternatives se développent, comme l'office de tourisme de Bonifacio qui propose des bateaux comme salles temporaires, ou encore des compagnies maritimes proposant des espaces équipés à une clientèle d'affaires. De plus, les manifestations évoluent, avec une montée en puissance des activités durables (randonnées, vélo, catamaran, kayak) au détriment des offres traditionnelles comme le 4x4 ou les bateaux à moteur. Enfin, la Corse accueille des événements plus atypiques, tels que des showrooms et des lancements de produits.

4.2. Une clientèle essentiellement nationale et corporate

4.2.1. La provenance des clients

La demande MICE en Corse est largement portée par une clientèle nationale avec une forte présence de sociétés d'Île-de-France, Rhône Alpes et PACA, et dans une moindre mesure, européenne. La clientèle internationale est marginale (Belgique, Allemagne et Suisse).

Les entreprises locales privilégient des événements courts, de type journée d'étude ou cocktail professionnel. La demande émane des entreprises corses, des institutions publiques et associations locales.

4.2.2. Les secteurs d'activité représentés

Les principaux secteurs représentés sont la santé (pharmaceutique, laboratoires) autour de congrès de spécialistes.

Les banques, assurance et finance, souvent organisateurs de séminaires et incentives.

Les administrations et collectivités qui privilégient des réunions ou conventions internes.

Les motivations majeures sont le cadre naturel, l'opportunité de combiner travail et loisirs, ainsi que la qualité des infrastructures hôtelières.

Les principaux freins sont le coût élevé du transport, le manque d'infrastructures adaptées et des délais de réponse parfois trop longs de la part des prestataires locaux.

4.3. Importance économique du MICE

Le secteur MICE en Corse représente un poids économique limité pour les structures locales. Pour le hébergements le MICE dépasse rarement 5% du CA.

Son suivi est parfois imprécis en raison d'une distinction floue entre séminaires classiques, séminaires hébergés et clientèle affaires individuelle.

4.3.1. Un impact économique marginal pour les hébergements

La part du MICE dépasse rarement 5 % du chiffre d'affaires des hôtels, en raison de la forte orientation loisir de la destination. Seuls neuf hébergements enregistrent un chiffre supérieur à ce seuil. Toutefois, certains établissements, comme le Sofitel ou le Radisson, sont spécialisés dans ce segment, et d'autres hôtels capitalisent sur leur attrait événementiel (ex : rooftop).

4.3.2. Une dépendance aux infrastructures existantes

Les lieux d'accueil des manifestations sont généralement dédiés à d'autres usages (culture, administration, sport). Leur rentabilité repose sur leur programmation initiale et les retombées en nuitées et consommation locale.

4.3.3. Des revenus MICE disparates

Seules les manifestations hébergées génèrent des revenus significatifs, notamment pour les grands hôtels. Néanmoins, les professionnels du secteur constatent une stagnation, voire une baisse des revenus MICE, due à la réduction des budgets des entreprises.

Le manque de coordination entre acteurs empêche également les structures de capter des revenus additionnels liés à l'organisation d'activités ou de transports. Enfin, les prix pratiqués varient selon le type de manifestation, avec une plus grande flexibilité pour les assemblées générales.

4.4. Une forte dépendance saisonnière des manifestations MICE

4.4.1. Une activité limitée à cinq mois par an

Le secteur MICE en Corse souffre d'une saisonnalité marquée, avec une concentration des événements sur les mois d'avril, mai, juin, septembre et octobre.

Sur la basse saison (novembre à mars) l'offre est réduite en raison des conditions météorologiques, de la limitation des liaisons aériennes, de la fermeture de nombreux hébergements et du manque d'attractivité des villes principales.

4.4.2. Des manifestations qui s'étendent sur plusieurs journées

- La nature insulaire de la Corse favorise des séjours prolongés : les manifestations hébergées durent en moyenne 2 à 3 jours, une durée plus élevée pour les événements internationaux.
- Une part significative des participants prolonge son séjour jusqu'au week-end, générant des nuitées additionnelles.
- La majorité des événements relatifs aux entreprises locales ne sont pas hébergés. Ces dernières privilégient les journées d'études et événements festifs.

« Sur les mois d'avril, mai, juin, septembre, octobre, nous accueillons un groupe par semaine décliné en 40% privé (anniversaires, mariages) et 60% MICE. Le mois de juin a été particulièrement dynamique. » - Sofitel Golfe d'Ajaccio

Durée moyenne des séjours : 1,58 jour dont 2,35 jours en hébergement et 1,19 jour dans les lieux d'accueil.

4.5. La satisfaction des organisateurs

Les organisateurs perçoivent la Corse comme une destination attractive grâce à son cadre naturel exceptionnel, qui permet de combiner réunions professionnelles et activités en plein air.

L'offre hôtelière de qualité, particulièrement dans le segment haut de gamme constitue un autre atout majeur

Enfin la Corse bénéficie d'un positionnement exclusif et différenciant, attirant ainsi les entreprises recherchant des événements premium et des incentives sur mesure.

« Nous organisons tant des CODIR de 15 personnes que des événements de 600 personnes. La taille de nos groupes a tendance à monter car l'offre en transport et en infrastructure MICE s'améliore. Nous accueillons en moyenne 70 personnes pour du séminaire et incentive » - Corse Incentive

« Nous organisons et accueillons en moyenne 1 à 2 séminaires par saison (avril –octobre). Ces événements sont généralement de petite envergure et adaptés à des groupes cherchant un cadre intime et personnalisé. » - Casa Santini x Roc Seven – Porto-Vecchio

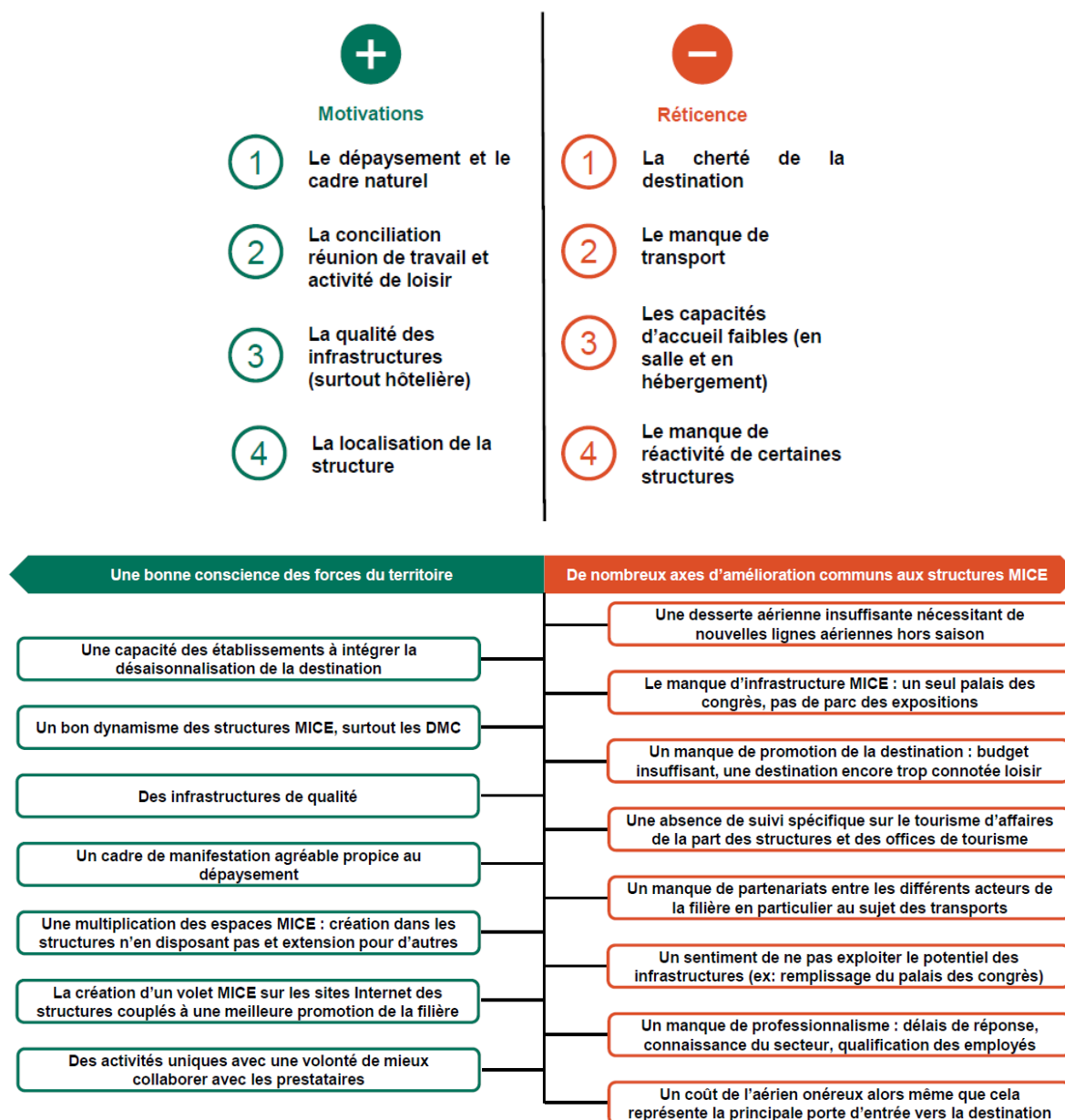


Figure 15: Evaluation de la filière MICE par les structures/organismes (Voltere by Egis)

4.6. Synthèse de la demande de la filière MICE en Corse

| Atouts | Faiblesses |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Des espaces adaptés pour les petits séminaires, incentives, événements festifs au sein des hôtels ; Une destination dépaysante et atypique qui plaît aux demandeurs ; Un écosystème d'agences DMC riche pour un petit territoire ; Une bonne capacité à générer des séjours longs ; | <ul style="list-style-type: none"> Une demande en congrès, salon, conférence minoritaire ; Des freins structurels : saisonnalité, accessibilité, prix... Une absence de suivi des manifestations pour la plupart des structures MICE ; Un attrait faible de la clientèle étrangère (hormis belge) pour la destination ; Une part de la filière MICE dans le CA encore minoritaire pour les structures. |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> La volonté des entreprises à mixer davantage séminaires et incentives, segments sur lesquels la Corse est bien positionnée ; La multiplication des espaces MICE ; Une réponse efficace aux nouvelles demandes concernant des séjours plus RSE. La volonté croissante de partenariats entre les différents acteurs ; | <ul style="list-style-type: none"> Des coûts d'accès plus onéreux que des destinations insulaires telles que la Sardaigne ou les îles Baléares (vois low-costs) ; La baisse du budget des entreprises ; |

Figure 16: Matrice SWOT de la demande de la filière MICE en Corse (Voltere by Egis)

4.7. Perspectives et opportunités pour renforcer la demande

La Corse est une destination attractive pour les séminaires, incentives et événements festifs de petite envergure. Toutefois, elle peine à capter des événements d'ampleur en raison d'un manque d'infrastructures adaptées et d'une saisonnalité marquée.

La demande pour le MICE a un fort potentiel de développement qu'il conviendrait de renforcer prioritairement :

- En améliorant l'accessibilité hors saison en développant des liaisons aériennes adaptées.
- En créant des infrastructures adaptées aux grands événements pour capter le marché des congrès et conférences.
- En structurant une offre MICE plus lisible et compétitive en renforçant la collaboration entre acteurs locaux.
- En misant sur le MICE écoresponsable, en capitalisant sur les atouts naturels et culturels de l'île pour séduire des entreprises sensibles aux enjeux du développement durable.
- En renforçant la visibilité de la Corse comme destination MICE à travers des actions de promotion ciblées.

4.8. Diagnostic de l'offre et de la demande de la filière MICE en Corse

Malgré les efforts réalisés, la Corse reste une destination de niche sur la filière MICE

Du côté de l'offre :

- **Un territoire pluriel** : une polarisation de l'activité MICE par le pays d'Ajaccio face aux autres secteurs davantage orientés vers des clientèles loisirs ;
- **Une accessibilité restreinte** : une trop forte saisonnalité des moyens de transport couplée à des durées de trajets longues du fait de l'insularité ;
- **Une typologie de lieux peu variée** : un manque de moyennes à grandes capacités tandis que le segment petites capacités est surreprésenté ;
- **Un hébergement qualitatif** : des actifs variés répondant efficacement aux standards de la clientèle sur tous les segments ;
- **Une offre en service dense mais peu structurée** : des partenariats inexistant qui permettraient une meilleure organisation de la filière.

Du côté de la demande :

- **Une concentration sur certains types de manifestation** : une efficacité sur les segments incentives, événementiels et petits séminaires mais des difficultés sur les congrès, salons et conférences ;
- **Un poids économique encore mineur pour les établissements** : des revenus très variables selon les établissements influençant le mix CA ;
- **Une demande concentrée sur une poignée d'actifs** : un manque en capacité et en disponibilité de la majorité des établissements ;
- **Des durées de séjour longues** : portée par la clientèle non locale ;
- **Une clientèle essentiellement locale et nationale** : un désintérêt de la clientèle internationale qui privilégie d'autres destinations.

5. Impact économique du MICE en Corse

L'évaluation des retombées économiques du MICE en Corse permet de mesurer son poids dans l'économie insulaire et son évolution récente. L'analyse repose sur des données quantitatives issues des réponses aux questionnaires, des entretiens avec les acteurs du secteur et des statistiques économiques locales (Insee, ATC).

5.1. Méthodologie de l'évaluation des retombées économiques

Les manifestations professionnelles génèrent des impacts économiques⁴ à différents niveaux en Corse :

- **Les retombées primaires directes** : dépenses liées aux événements (hébergement, restauration, location de salles, transport, prestataires divers) qui émanent des organisateurs et des participants.
- **Les retombées secondaires** : impact indirect du MICE sur l'économie locale (emplois induits, effets sur le commerce, services annexes).

5.2. Chiffres clés des retombées économiques du MICE en Corse

5.2.1. Estimation du nombre d'événements MICE en Corse

Le tourisme d'affaires en Corse représente 270 000 touristes et génèrent 433 000 nuitées.

Le MICE représente quant à lui 31 300 touristes (soit 12% des touristes d'affaires) et 126 400 nuitées (soit 29% des nuitées Affaires⁵). Cette part des nuitées affaires générées par le MICE est cohérente avec ce que l'on observe dans d'autres régions.

En Corse on dénombre en moyenne 165 lieux d'accueil pour le tourisme d'affaires en général et le MICE en particulier. Ces lieux concernent à la fois des lieux d'accueil classiques (165) et des hébergements (135) équipés pour ces événements.

En 2024, ces 300 lieux ont organisé 2 063 événements qui ont permis d'accueillir 133 400 participants.

Au total 211 800 journées participants ont été réalisées en 2024 en Corse dont 85 380 générées par les entreprises corses, soit 40% du total. Ce chiffre peut paraître élevé mais au regard de la forte activité du palais des congrès d'Ajaccio qui draine un nombre considérable de participants locaux (salons et congrès d'échelle locale notamment) nous considérons que ce chiffre est légitime.

⁴ Nous ne prenons en compte ici que les retombées économiques de court terme.

⁵ Le MICE représente 12% des touristes et 29% des nuitées affaires. Cet écart s'explique par des DMS plus longues pour les événements MICE que pour des événements « tourisme d'affaires » hors MICE (un séminaire dure plus longtemps qu'un déplacement professionnel).

5.2.2. Estimation du chiffre d'affaires du MICE en Corse

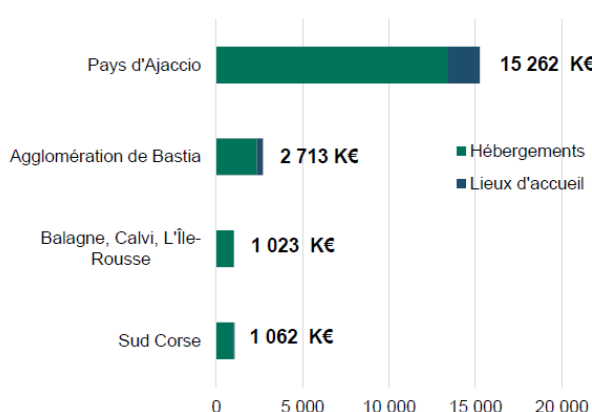
Le chiffre d'affaires⁶ direct généré par le MICE dans l'ensemble des établissements est évalué à 20.1 M€ HT, dont la majeure partie est réalisée dans les hôtels avec les séminaires hébergés.

Les lieux d'accueil ne génèrent quant à eux que 2.2 M€ de revenu direct, soit 11% du total.

Globalement, le MICE contribue pour 8.9% du chiffre d'affaires des établissements ayant une activité MICE. Le poids relatif du MICE est sensiblement plus important (11.8%) dans la catégorie 4*, comprenant quelques établissements « gros porteurs » ayant une activité de séminaires résidentiels très importante.

Cette part est en revanche plus modeste dans les catégories 3* et 5*, dont les établissements sont davantage tournés vers une clientèle de loisirs (à l'exception de quelques établissements).

Le chiffre d'affaires généré par le MICE par secteur géographique reflète la structure de l'offre et le comportement des clients.



Le Pays d'Ajaccio concentre une part significative des capacités dans les lieux d'accueil (42%) mais surtout dans les hôtels (68%), avec des événements de plus grande taille et de plus longue durée, notamment les séminaires résidentiels, qui génèrent par conséquent des recettes directes plus importantes : **15,3 M€ soit 76% du chiffre d'affaires direct total.**

L'agglomération de Bastia dispose également de nombreux lieux d'accueil avec des capacités importantes (31% du total), mais ils accueillent des événements de taille plus modeste et à vocation plus locale, générateurs de retombées plus limitées : **2,7 M€ soit 14% du total.**

L'offre MICE en **Balagne et dans le Sud Corse** est moins développée (respectivement 3 et 4% de la capacité totale) et le MICE reste une activité secondaire pour des hébergements davantage tournés vers la clientèle loisirs. Il génère environ 1 M€ de recettes directes dans chacune de ces deux régions, principalement du fait des séminaires résidentiels.

⁶ Le chiffre d'affaires MICE des lieux d'accueil et des hébergements est estimé sur la base des recettes moyennes par participants fournies par les sites enquêtés par le prestataire Voltere by Egis. Ces recettes varient selon la catégorie de l'établissement et le type de prestations.

5.2.3. Les consommations intermédiaires et la valeur ajoutée dans les lieux d'accueil et les hébergements

Les consommations intermédiaires

La consommation intermédiaire correspond aux achats de biens et services nécessaires à la production des exploitants (hébergements et lieux d'accueil). On distingue ici :

- **Les achats de marchandises**, d'un montant estimé à **2,7 M€**.
- **Les autres achats et charges** externes (énergie, fournitures, location, prestations de services, marketing...) d'un montant de l'ordre de **8 M€**.

On ne dispose pas de données statistiques sur l'origine des fournisseurs, on retiendra par convention un ratio de 55% d'achats auprès de fournisseurs corses.

La valeur ajoutée produite par les exploitants

La **valeur ajoutée**⁷ produite par les exploitants est estimée à **9,4 M€**. Elle est générée essentiellement par les hébergements (taux de valeur ajoutée de 47%) ;

Le partage de la valeur ajoutée s'effectue entre la masse salariale, les impôts et taxes et la rémunération de l'exploitant.

5.2.4. Les dépenses indirectes auprès d'autres bénéficiaires

Aux dépenses réalisées directement auprès des lieux d'accueil et des hébergements viennent s'ajouter :

- Les dépenses indirectes réalisées par les organisateurs d'événements, en particulier auprès des prestataires techniques ;
- Les dépenses réalisées par les participants eux-mêmes dans le cadre de leur déplacement et de leur séjour en Corse.

Ces dépenses indirectes sont estimées à **8,7 M€ HT**.

Les événements dans les lieux d'accueil autres que les hébergements génèrent des dépenses indirectes très supérieures à leur chiffre d'affaires direct, notamment en restauration et auprès des prestataires techniques.

Par ailleurs, on peut rajouter l'ensemble des achats pour un montant de 8,3 M€ réalisés auprès des fournisseurs insulaires.

Les dépenses d'acheminement (transport aérien) sont estimées à 15 M€ (non pris en compte dans le calcul des retombées économiques).

⁷ Selon l'Insee, la *valeur ajoutée* désigne le supplément de valeur qu'un agent économique, par son activité, apporte aux biens et services intermédiaires qui proviennent de tiers. Elle est égale à la valeur de Production (Chiffre d'affaires + Subventions d'exploitation) diminuée de la consommation intermédiaire (achat de matières premières, biens et services).

5.2.5. L'emploi direct et induit

Le MICE fait travailler **directement 145 salariés** (en ETP) dans les lieux d'accueil et les hébergements.

En parallèle, les dépenses des organisateurs ou des participants eux-mêmes génèrent auprès d'autres bénéficiaires **66 emplois indirects** (notamment dans la restauration et les transports), non compris les emplois induits par l'acheminement des participants en Corse.

Les achats de biens et services de la part de ces opérateurs auprès de fournisseurs induisent l'équivalent de 116 emplois en amont, dont on estime que 55% soit **64 ETP sont localisés en Corse**.

Soit un volume de **275 emplois directs, indirects et induits en amont**, qui vont à leur tour générer, par leur consommation, **50 emplois induits supplémentaires en aval en Corse, soit un total de 325 emplois** (en ETP).

Cette approche par les emplois met en évidence **l'effet multiplicateur important** de l'activité MICE, compte tenu de la durée des séjours des visiteurs et du montant élevé des dépenses.

En résumé :

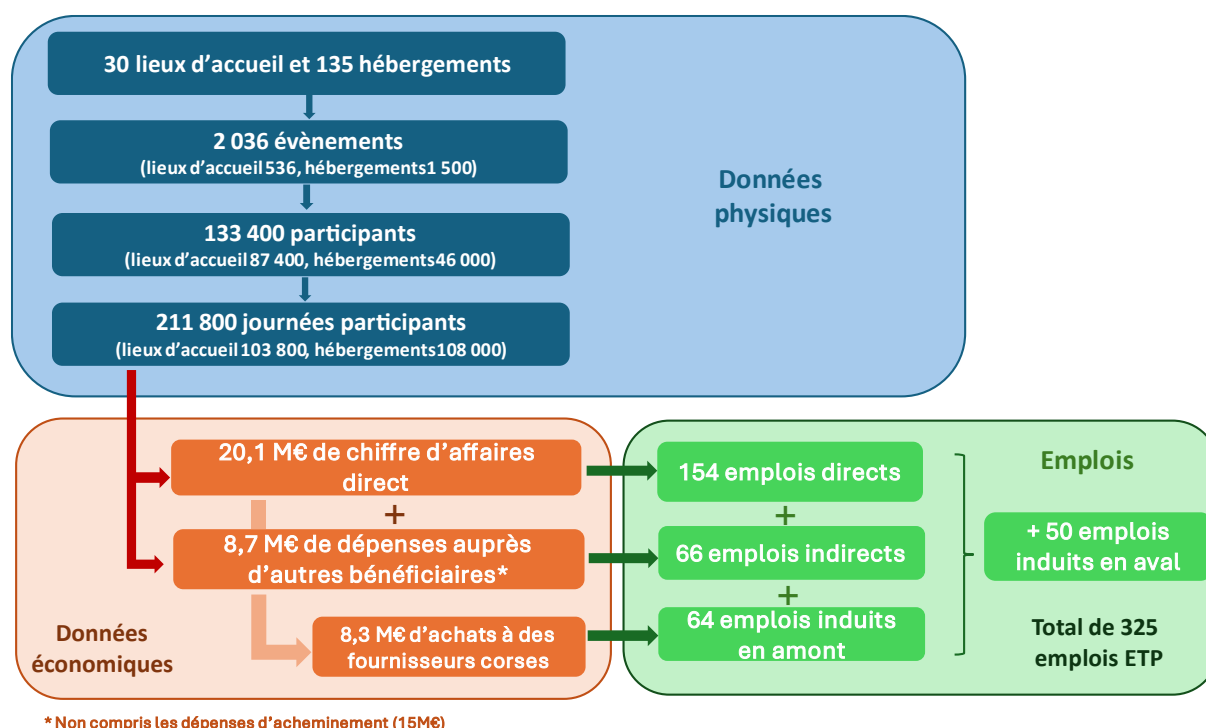


Figure 17: Synthèse des résultats (Voltere by Egis)

Ainsi, l'ensemble des retombées économiques (directes, indirectes et induites) peut être évalué à 37,1 M€.

MICE vs CROISIÈRES

Si l'on compare avec le tourisme lié aux croisières, la dernière étude réalisée met en avant un vivier de 450 000 croisiéristes concentrés à 90% sur la seule ville d'Ajaccio d'avril à octobre ; le MICE génère 211 800 journées participants, 126 400 nuitées réparties sur les ailes de saison (et de manière plus globale, le tourisme d'affaires génère 433 000 nuitées).

Le CA généré par les croisières est de 20,4 M€ ; identique à celui du MICE.

Les retombées économiques sont inférieures : 27 M€ contre 37,1 M€ pour le MICE. Tout comme la VA qui est moindre pour la croisière (7M€) contre 9,4 M€ pour le MICE.

Enfin, la croisière génère 240 emplois (directs + indirects + induits) contre 325 pour le MICE.

5.2.6. Evolution du MICE en Corse

Depuis 2012, il y a eu une augmentation du nombre de manifestations en Corse, liée à une hausse du nombre de lieux MICE et de la montée en notoriété de la destination.

Le pays d'Ajaccio (ainsi que le palais de congrès d'Ajaccio) polarise toujours une majorité des manifestations même si l'émergence de nouveaux lieux contribue à un renforcement sur les autres secteurs.

La diminution du nombre de pax/événement (supposément de 81 à 61) pourrait s'expliquer par :

- Une création de salles dirigée plutôt vers les petites capacités.
- Les tendances à l'hybridation des événements permettant à des participants d'y assister par visioconférence réduisant de fait le nombre de pax/événements.

Le mix clientèle ayant supposément peu évolué, la durée moyenne des événements n'a pas fortement évolué non plus (1,5 jour en 2012 vs 1,58 jours actuellement).

6. Conclusion

Le tourisme d'affaires constitue un levier stratégique pour diversifier et dynamiser l'économie touristique insulaire. L'étude réalisée par le Cabinet Voltere by Egis met en évidence le fort potentiel de la Corse grâce à son cadre naturel exceptionnel, son patrimoine culturel riche et son offre hôtelière qualitative. Cependant, plusieurs freins limitent son développement, notamment l'absence de véritables centres de congrès, une accessibilité aérienne et maritime encore trop saisonnière et un manque de coordination entre les acteurs du secteur.

L'analyse territoriale révèle des disparités importantes. Ajaccio, seule ville dotée d'un palais des congrès, dispose d'atouts mais souffre d'un manque de structuration et d'infrastructures vieillissantes. Bastia, bien connectée au continent, manque d'équipements adaptés pour accueillir des événements de grande envergure. La Balagne, avec ses hôtels haut de gamme et son environnement privilégié, attire principalement des séminaires et incentives, mais reste limitée pour des manifestations d'ampleur. Enfin, le Sud Corse séduit une clientèle internationale grâce à ses établissements de prestige et ses paysages uniques, mais son offre MICE reste confidentielle, faute d'infrastructures dédiées.

Toutefois, l'évolution du marché impose aux acteurs une adaptation continue. L'essor du digital, les nouvelles exigences en matière de développement durable et la montée des attentes en termes de personnalisation redéfinissent les standards du secteur. La Corse, pour tirer pleinement parti de son attractivité, doit renforcer ses infrastructures, améliorer son accessibilité hors saison et développer des stratégies de positionnement différenciantes.

Il apparaît que la Corse détient un avantage de positionnement sur le segment des incentive qu'il convient de renforcer notamment auprès des clientèles internationales.

Le développement du MICE en Corse repose ainsi sur une stratégie collective et des investissements ciblés. La capacité des acteurs à anticiper les mutations et à innover sera déterminante pour positionner durablement la Corse comme une destination de référence pour le tourisme d'affaires.



2025

Cahier du Tourisme n°29

La Corse, destination MICE : impact économique et stratégies pour l'avenir

Agence du Tourisme de la
Corse – Mars 2025

Photos et édition :
© ATC

Contact Pôle Centre de Ressources

[Robert Menasse](#)

+33 (0)4 95 51 77 76

rmenasse@atc.corsica

Contacts de l'Observatoire

[Anne Casabianca](#)

+33 (0)4 95 51 77 55

acasabianca@atc.corsica

[Marc Simoni](#)

+33 (0)4 95 51 77 45

msimoni@atc.corsica

[Pierre Torre](#)

+33 (0)4 95 51 77 87

ptorre@atc.corsica

Agence du Tourisme de la Corse

17, boulevard du roi Jérôme
20181 Ajaccio Cedex 01

contact@atc.corsica

+33 (0)4 95 51 77 00

