



Communiqué de presse

Jeudi 15 mai 2025

Mission de prospection Lufthansa : une opération stratégique pour positionner durablement la Corse sur le marché allemand

Du 14 au 17 mai 2025, l'Agence du Tourisme de la Corse organise, en collaboration avec la compagnie aérienne Lufthansa, en partenariat avec les Offices de Tourisme¹, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse et avec le soutien d'Atout France, **une mission de prospection inédite dédiée au marché allemand.**

Portée par l'ouverture de la nouvelle liaison aérienne Francfort-Figari, inaugurée en clôture de séjour, cette démarche ambitieuse réunira **huit tour-opérateurs de premier plan** – dont les leaders TUI et DERTOUR – venus spécialement en Corse pour **enrichir leur programmation et explorer les multiples atouts de la destination**. C'est la seconde fois que l'ATC accueille des acteurs majeurs du tourisme allemand, puisqu'une première rencontre avait été organisée en octobre 2024 à Aiacciu, pour valoriser le **Paesi d'Aiacciu et l'Ouest Corsica**, en partenariat avec le DRV – l'association allemande des agences de voyages et tour-opérateurs.

Une initiative faisant donc partie intégrante de la **stratégie globale de développement touristique durable** promue par l'Agence du Tourisme de la Corse, visant à diversifier la clientèle, réguler les flux touristiques et promouvoir des périodes de fréquentation hors saison estivale.

¹ OTI de Bastia, OTI du Cap Corse, OT Marana-Golo, OT de Saint-Florent – Nebbiu Conca d'Oru, OT de Porto-Vecchio et OMT de Bonifacio.

Une action concrète au service du rayonnement de la destination Corse

Organisée sur le territoire, la **mission de prospection Lufthansa** constitue une opportunité stratégique pour mettre en lumière **les potentialités de développement de la destination auprès du marché allemand**, identifié comme prioritaire.

En facilitant les mises en relation directe entre prescripteurs et professionnels insulaires, elle favorise **la commercialisation de l'ensemble de la chaîne de valeur** : hébergements, activités, services. L'accent est mis sur des offres ciblées, exclusivement positionnées sur **l'avant et l'après-saison**, dont une part croissante d'établissements écolabellisés.

Plus qu'un simple accueil de tour-opérateurs, cette opération s'appuie sur une collaboration étroite avec les Offices de Tourisme, la CCI de Corse et Atout France, s'inscrivant dans une logique **de structuration durable, de renforcement de la notoriété de la destination Corse et de conquête de marchés à fort potentiel**.

Un programme immersif pour valoriser la diversité territoriale

Conçu pour mettre en valeur **la diversité et la richesse de l'offre insulaire**, le programme alterne **entre rendez-vous professionnels, éductours thématiques et temps d'échanges institutionnels** (cf. programme complet).

Les territoires mis à l'honneur :

- ➡ **15 mai 2025 : Bastia, San Fiorenzu-Nebbiu Conca d'Oru, Capicorsu et Marana Golo**
- ➡ **16 mai 2025 : Portivechju**
- ➡ **17 mai 2025 : Bunifaziu**

À chaque étape, **une sélection de produits touristiques**, définie en concertation avec les Offices de Tourisme, sera proposée en réponse aux **attentes spécifiques du marché allemand** : typologie d'hébergements, localisation, saisonnalité.

Un itinéraire stratégique insulaire Nord/Sud, en lien avec les portes d'entrée aéroportuaires de Bastia et Figari

L'organisation logistique de la mission s'appuie sur **les services opérés par la Lufthansa**, avec une arrivée à Bastia le 14 mai et un retour le 17 mai depuis Figari, **via le vol inaugural**.

Bien que la Lufthansa relie déjà Bastia à huit grandes villes allemandes, **l'ouverture de cette nouvelle ligne dans le sud de l'île représente une avancée significative, renforçant l'accessibilité de la destination**.

Par ailleurs, en ciblant cette fois **Bastia et le Sud Corse**, l'itinéraire retenu pour cette opération s'inscrit dans une logique **d'équilibre et de complémentarité territoriale**, en écho à l'accueil organisé en octobre 2024.

ATC-Lufthansa-CCI de Corse, une collaboration durable et fructueuse

Depuis deux ans, l'Agence du Tourisme de la Corse développe, avec Atout France et en étroite concertation avec la CCI de Corse, **un partenariat stratégique avec le groupe Lufthansa**, à travers le déploiement de **campagnes marketing co-brandées** efficaces sur le marché allemand.

Ce modèle a notamment permis de :

- ➔ **Renforcer la notoriété de la destination Corse,**
- ➔ **Accroître les points de contact avec les clientèles cibles,**
- ➔ **Stimuler la demande,**
- ➔ **Développer l'offre de connectivité aérienne.**

Au-delà des retombées concrètes pour la destination, ce travail de fond a permis de tisser des liens de confiance, **faisant de l'ATC un interlocuteur privilégié aux yeux de la Lufthansa**. Dans le prolongement des actions menées, cette mission vient renforcer cette **collaboration durable, au service du rayonnement touristique de la Corse**.

L'Allemagne, un marché prioritaire pour la Corse

Avec près de 4 millions de nuitées enregistrées en 2024, l'Allemagne s'impose comme **l'un des premiers marchés étrangers émetteurs pour la Corse**. Sa clientèle, particulièrement réceptive aux séjours en avant et arrière-saison, représente un levier essentiel pour accompagner la politique de désaisonnalisation portée par l'Agence du Tourisme de la Corse.

La proximité géographique et **l'efficience des dessertes aériennes toujours plus nombreuses** entre l'Allemagne et la Corse constituent des facteurs favorables à cette dynamique.

Le public allemand se distingue par un fort intérêt pour les **expériences uniques, durables et respectueuses de l'environnement**. Des attentes **en adéquation avec l'offre touristique insulaire**, structurée autour de propositions à taille humaine, fondées sur l'authenticité, le respect de l'environnement et la valorisation des patrimoines locaux.

Focus sur la clientèle allemande (Source : Cahier du Tourisme n°25 – Tourisme en Corse 2023)

➔ **Profil :**

- Une clientèle assez jeune (43,5 ans)
- Voyage en couple (44%) et en famille (43%)
- Un pouvoir d'achat assez élevé : 46% gagnent entre 4 000 € et 6 000 €
- 58% de primo-visiteurs
- 56% en été mais 39% sur l'arrière-saison

➔ **Trajets :**

- 32% en avion principalement de Berlin, Dusseldorf, Cologne (Eurowings) et Francfort (Lufthansa)
- 68% en bateau par les ports de Livourne et de Gênes
- Une clientèle allemande provenant principalement de Bavière (17%), Bade-Wurtemberg (15%) et de Rhénanie-du-Nord-Westphalie (16%)
- 15% sédentaires, 85% mobiles

➔ **Hébergements préférés :**

- 30% : Camping
- 20% : Hôtel
- 19% : Location meublé

➔ Réservations des hébergements :

- 28% : Directement
- 26% : Autre
- 25% : Booking
- 22% : Plateformes

➔ Dépenses :

- 3 187 € : dépense totale pour le séjour
- 66 € : dépense/jour/personne (transport compris)
- 53 € : dépense/jour/personne (hors transport)

➔ Activités réalisées :

- 26% : Aucune activité
- 20% : Visites culturelles et patrimoniales
- 14% : Activités sportives et nature
- 11% : Activités nautiques

Note : La clientèle allemande venue en Corse en vacances en 2023 comprend 236 individus dans cet échantillon.

Contact presse :

Paul Grossetti
+33 (0)6 23 46 15 53
pgrossetti@atc.corsica

