



REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 17 DECEMBRE 2025
RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 17 DI DICEMBRE DI U 2025

RAPPORT DE LA PRESIDENTE
RAPORTU DI A PRESIDENTE

Objet : Plan de promotion et programme d'actions 2026 de l'ATC.
Ughjettu : *Pianu di prumuzione e prugrammu d'azione 2026 di l'ATC.*

CONTEXTE GENERAL ET AMBITION 2026

Le plan de promotion 2026 présenté au conseil d'administration s'inscrit pleinement dans les orientations fixées lors de la commission du 4 décembre 2025 et prolonge la dynamique engagée ces dernières années. Il vise à consolider la position de la Corse comme destination singulière, attractive toute l'année et désormais reconnue au niveau international pour ses engagements en matière de durabilité, à travers l'obtention du niveau Or du label Green Destinations.

L'objectif général demeure inchangé : accompagner la montée en puissance d'une promotion cohérente, mieux coordonnée, capable de valoriser à la fois les filières, les territoires, les opérateurs et les actions de l'ATC, tout en pilotant plus finement les marchés et la saisonnalité. Le plan 2026 intègre la continuité des actions performantes engagées en 2025, tout en tenant compte de l'évolution des comportements, de la concurrence méditerranéenne et des attentes des clientèles, qui privilégient des expériences authentiques, responsables, moins concentrées en haute saison et plus diversifiées dans le temps.

ACCOMPAGNER ET PROMOUVOIR L'ACCESSIBILITE AERIENNE ET MARITIME

La promotion de l'accessibilité insulaire constituera en 2026 un volet central du dispositif. L'ATC renforcera sa collaboration avec les compagnies aériennes et maritimes pour accompagner le développement des liaisons, clarifier les modalités de réservation et rendre plus visible l'offre de transport auprès du grand public comme des professionnels.

Les campagnes conjointes, les co-brandings et les actions de conversion viendront soutenir les lignes existantes, en particulier en avant et arrière-saison. La mise en avant de l'accessibilité est une réponse directe aux freins exprimés par les clientèles et un levier essentiel pour accroître la demande, fluidifier les périodes de voyage et consolider la compétitivité de la destination.

REFONTE DU SITE VISIT.CORSICA : UN OUTIL STRATEGIQUE AU SERVICE DE LA DESTINATION

En parallèle, l'année 2026 verra la refonte complète du site Visit.Corsica, dont la version actuelle, conçue au début des années 2000, ne répond plus aux standards ni aux besoins actuels.

Ce nouvel outil stratégique offrira une expérience modernisée, éditorialisée et structurée autour des filières, des marchés et des saisons, avec un référencement optimisé et une ergonomie repensée. Le site permettra de mieux valoriser les contenus produits, les événements, les partenaires, les offres et les suggestions de séjours, tout en intégrant une logique de parcours utilisateur orientée vers la conversion et un dispositif CRM renforcé.

Visit.Corsica sera ainsi pleinement repositionné comme plateforme de référence de la destination et comme socle opérationnel de la stratégie de promotion.

DATA, OUTILS DE PILOTAGE ET INTELLIGENCE STRATEGIQUE

La montée en puissance de la data accompagnera l'ensemble de cette stratégie. Les bases de contacts de l'ATC atteignent désormais 45 000 opt-in, permettant des ciblage plus précis, des campagnes plus adaptées à chaque marché, à chaque saison et à chaque centre d'intérêt.

En 2026, de nouveaux outils de pilotage et d'aide à la décision seront déployés : tableaux de bord par marché, intégration progressive d'analyses automatisées, amélioration de la segmentation des publics, suivi fin de la performance média, évaluation des actions B2B et MICE, harmonisation des indicateurs avec les partenaires.

Ces outils permettront d'ajuster les campagnes en temps réel, de mesurer les effets concrets de la promotion et de renforcer la coordination entre les services internes, les opérateurs et les territoires.

UN RECIT DE DESTINATION COHERENT ET DIFFERENCIANT

La stratégie 2026 poursuivra également la consolidation du récit de destination. Il s'agira de faire vivre une Corse premium, naturelle, responsable et authentique, portée par ses habitants, ses savoir-faire, ses territoires et ses filières structurantes, en valorisant notamment l'obtention du niveau Or au label Green Destinations comme gage de sérieux, d'exemplarité et de différenciation face aux autres destinations méditerranéennes.

Les contenus, les relations presse, l'influence et les réseaux sociaux seront mobilisés pour inscrire cette narration dans la durée et sur l'ensemble des marchés identifiés comme prioritaires, en complément d'un dispositif média mêlant digital, plateformes internationales, affichage, DOOH, magazines spécialisés et actions de conversion avec les transporteurs et les partenaires commerciaux.

OPERATIONS DE TERRAIN, SALONS ET RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Le plan d'action 2026 prêtera également une attention particulière aux opérations collectives visant à soutenir les filières, les événements et les rencontres professionnelles : salons, workshops, éductours et opérations de co-marketing.

À titre d'exemple, la Corse sera représentée au Salon de la Plongée à Paris en janvier, qui constitue un rendez-vous phare pour la filière plongée, ainsi qu'au salon IFTM Top Resa à Paris en septembre, événement de référence pour les professionnels du tourisme et la distribution. Ces rendez-vous s'ajoutent à un ensemble d'opérations déployées sur les marchés français et internationaux, destinées à renforcer la visibilité de la destination, à soutenir la programmation des tour-opérateurs et à conforter la place de la Corse dans les catalogues et les stratégies des principaux acteurs.

Ces actions permettront d'ancrer la destination dans une dynamique constante d'amélioration, de renforcement des relations professionnelles et d'ouverture vers de

nouveaux publics, en cohérence avec les enjeux de durabilité portés par le label Green Destinations.

CONCLUSION

Le plan de promotion et le programme d'actions 2026 prolongent ainsi la dynamique de 2025 tout en consolidant un modèle plus équilibré, plus durable et plus lisible.

Ils s'inscrivent dans un cadre évolutif, ajustable aux résultats, aux retours des marchés et aux opportunités, dans une logique de cohérence, de performance et de responsabilité partagée avec l'ensemble des acteurs du tourisme insulaire.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.