



COMPTE RENDU D'OPERATION

Pure Meetings & Events

Paris

22 Janvier 2026

01 Description de la manifestation

NOM : Pure Meetings & Events

Lieu : Paris Pavillon Dauphine

Type : Workshop

Dates : 22 janvier 2026

Cibles : Agences MICE, entreprises, Associations

Zone(s) géographique(s) concernée(s) : Majoritairement France

02 Description de l'espace

Surface : 7 modules – format table de workshop

Partenaires : DMC Corsica Exclusive & DMC Cors'Alpha Events, Hôtels : Pozzo di Borgo, Radisson Blu Resort & spa, Sofitel et Office de Tourisme Ile-Rousse Balagne

03 Evaluation

Evolution de la fréquentation : Excellente fréquentation du Corner Corse

Nombre et qualité des contacts : 32 contacts

Agences / entreprises / indépendants : 27 contacts, soit $\approx 84\%$ (dont 65% d'agences et 10% d'entreprises)

Associations / fédérations / organismes institutionnels : 5 contacts, soit $\approx 16\%$

04 Bilan général de l'opération :

L'Agence du Tourisme de la Corse, représentée par le Corsica Convention Bureau, accompagnée de six partenaires insulaires – DMC Corsica Exclusive, DMC Cors'Alpha Events, les hôtels Pozzo di Borgo, Radisson Blu Resort, Sofitel ainsi que l'Office de Tourisme de L'Île-Rousse Balagne – a participé au salon Pure Meetings & Events, le 22 janvier dernier, au Pavillon Dauphine à Paris.

Entièrement dédié au secteur du tourisme d'affaires, cet événement de référence a enregistré une fréquentation soutenue tout au long de la journée, offrant un cadre propice à des échanges ciblés et de qualité entre l'offre corse et un visitorat majoritairement composé d'agences spécialisées en tourisme d'affaires, d'agences événementielles, d'entreprises, de venue Finder, de CSE, ainsi que de quelques tour-opérateurs et agences de voyages disposant d'un département business.

Un nombre record de visiteurs, selon les organisateurs se traduisant par :

+20 % de visiteurs par rapport à l'édition précédente

Présents sur place : 607 acheteurs

Détail des profils :

150 Hosted Buyers

457 acheteurs en provenance de Paris et de l'Île-de-France

Plus que jamais, PURE France confirme son positionnement de salon national, capable de drainer des demandes en provenance de Paris, d'Île-de-France et de la majorité des villes et régions françaises.

Un nombre record d'exposants :

145 tables pour 186 exposants

Le format BtoB, basé sur des rendez-vous qualifiés de 20 minutes, a favorisé des échanges efficaces permettant aux acteurs insulaires de promouvoir leurs expertises et solutions auprès d'interlocuteurs décisionnaires.

À cette occasion, le Corsica Convention Bureau a accueilli 32 visiteurs qualifiés, majoritairement issus de Paris et de l'Île-de-France, mais également de Nantes, Nice, Rodez, Saint-Ouen, Dijon, Toulouse, Annecy et Montpellier. Cette diversité géographique constitue un signal très positif, permettant de diversifier les bassins de demande et de réduire la dépendance au seul marché parisien.

Cette édition s'est également distinguée par une ouverture de quelques prospects à l'international. Des agences italiennes, belges et autrichiennes ont manifesté un intérêt pour la Corse en tant que nouvelle destination événementielle, sollicitant des informations sur le potentiel de l'île pour l'organisation d'événements professionnels ainsi que sur l'offre hôtelière, notamment sur le segment 4 étoiles.

Les échanges ont mis en évidence un intérêt des clients pour la Corse, perçue comme une destination différenciante répondant aux nouvelles exigences en matière de déplacements professionnels responsables. Les projets identifiés concernent majoritairement des formats CODIR, séminaires et incentives, conventions, privilégiant des établissements 4 étoiles à même d'offrir des prestations qualitatives et sur mesure. Quelques demandes également au vu des restrictions budgétaires concernant de nombreuses entreprises de très bons hôtels 3 étoiles.

Par ailleurs, certaines demandes se positionnent sur le segment 5 étoiles, pour des clients en quête d'expériences haut de gamme alliant confort, exclusivité et tranquillité. Bien que représentant environ 10 % des demandes, le luxe demeure une tendance structurante, les visiteurs souhaitant identifier précisément l'ADN de la destination sur ce positionnement. Les établissements hôteliers éco-labellisés, valorisés lors des échanges, ont également suscité un intérêt marqué.

Les échanges avec les hosted buyers confirment une évolution marquée des attentes sur le segment MICE. Les visiteurs viennent avant tout s'informer sur la destination et sur les solutions globales permettant d'accueillir des collaborateurs dans un cadre différenciant. Les demandes portent prioritairement sur les capacités d'hébergement, les salles de réunion et les services autour des soirées de gala et des activités.

Les tendances observées mettent en avant une forte appétence pour des expériences à forte valeur ajoutée, centrées sur la gastronomie, l'œnotourisme, la culture et la création d'itinéraires sur mesure. Les entreprises recherchent désormais des programmes immersifs, ancrés dans l'identité du territoire, favorisant la rencontre avec les acteurs locaux et la découverte des savoir-faire et des traditions.

La tendance actuelle s'éloigne des programmes multi-activités au profit de véritables parcours expérientiels, conçus comme des aventures humaines cohérentes et porteuses de sens. Les briefs s'orientent ainsi vers des expériences authentiques, privilégiant la rencontre avec producteurs, éleveurs et artisans, afin de renforcer l'engagement des participants et l'impact mémoriel des événements.

Cette édition a également mis en lumière l'émergence de nouvelles tendances en matière de promotion, notamment le recours à des chatbots vidéo, outils de présentation de la destination générés par l'intelligence artificielle. Ces dispositifs, perçus comme innovants et facilitant l'argumentaire commercial auprès des clients finaux, traduisent l'évolution rapide des attentes du marché et l'intégration croissante de l'IA dans les processus de sélection des destinations. Deux des contacts rencontrés ont ainsi partagé leur recours à ce type de solutions pour capter l'attention de leurs clients, nous laissant réfléchir aux nouvelles formes que pourraient prendre, demain, les présentations de la destination.

Enfin, il est intéressant de souligner que certaines agences, déjà familières de la Corse pour l'organisation d'événements professionnels, découvrent lors de séjours personnels des territoires plus « confidentiels » l'exemple a été donné avec la Castagniccia, et expriment le souhait d'y programmer des circuits plutôt haut de gamme, voir tour de Corse complet de l'île à l'attention de client venant de Turquie. Ces échanges ont permis d'identifier de nouvelles opportunités et de répondre aux interrogations relatives aux établissements capables d'accueillir des groupes dans ces zones.

La participation au salon Pure Meetings & Events confirme tout l'intérêt, pour les professionnels corses, d'être présents sur ce type de manifestations. Ces rendez-vous

constituent de véritables leviers de visibilité, de mise en réseau et de génération de leads qualifiés, tout en offrant la possibilité de positionner la Corse comme une destination MICE différenciante et en phase avec les nouvelles attentes du marché.

Ces échanges permettent non seulement d'identifier des projets concrets à court et moyen terme, mais également de se positionner en amont de l'organisation de groupes, en influençant les choix de destinations des agences et des entreprises. Les retours des partenaires ayant participé à cette manifestation sont positifs : ils soulignent qu'ils devraient recevoir des briefs dès leur retour et que les contacts établis présentent un bon potentiel de conversion, optimisant ainsi les retombées commerciales directes.

La présence de la Corse sur ce type de manifestation contribue à renforcer sa visibilité sur le marché du tourisme d'affaires, à asseoir son positionnement différenciant et à générer un environnement favorable à la mise en relation entre l'offre insulaire et une demande ciblée, facilitant ainsi la concrétisation de projets pour les acteurs locaux.



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse