



REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 22 JUIN 2026

RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 22 DI GHJUGNU DI U 2026

RAPPORT DE LA PRESIDENTE

RAPORTU DI A PRESIDENTE

Objet : Rapport d'activité de l'ATC 2025.

Ughjettu : Raportu d'attività di l'ATC 2025

Rapport d'activité 2025

Agenza di u Turisimu
di a Corsica

Q www.atc.corsica

Q www.visit.corsica

TABLE DES MATIERES

Introduction générale.....	6
I. GOUVERNANCE.....	8
A. Fonctionnement des organes statutaires délibérants	8
1. Le Conseil d'Administration	8
2. Le Bureau	10
B. Fonctionnement des organes consultatifs	10
1. Commission Observation	10
2. Commission Promotion.....	12
3. Commission Développement	13
II. ADMINISTRATION GENERALE	15
A. Gestion des Ressources Humaines	15
1. Effectifs de l'Agence et classification	15
2. Accord collectif.....	16
3. Instances représentatives du personnel	16
4. Formation des personnels.....	16
B. Budget-Finances	17
1. Compte Financier Unique 2025.....	17
2. Etat des réalisations budgétaires	17
3. Trésorerie	21
4. Comptabilité.....	21
5. Certification.....	22
C. Classement des Communes et Stations	22
D. Marchés Publics passés en 2025	23
III. COORDINATION DES ACTEURS.....	24
1. La convention CCI de Corse – ATC.....	24
2. Réunions bimensuelles Air Corsica.....	25
3. Travail mené avec la FROTSI et les Offices du Tourisme	26
4. RDV en France – Lyon 2025.....	27
5. Groupement de commande MABRIAN	27
6. Maison de la Corse en Italie	27
IV. POLE CENTRE DE RESSOURCES.....	28
A. Projets transverses et actions réalisées.....	28
B. Observation touristique territoriale.....	30
1. Nos publications « Les Cahiers du Tourisme »	30
2. Suivi Conjoncturel	31
3. Données Transports	31
C. Classement des hébergements 2025	31

V.	POLE PROMOTION TOURISTIQUE	32
A.	Stratégie et communication	32
B.	Nos actions spécifiques sur les marchés.....	38
C.	Nos actions de promotion sur le territoire	39
VI.	POLE INGENIERIE-DEVELOPPEMENT	40
A.	Développer et valoriser l'offre touristique : améliorer l'offre touristique pour accroître l'attractivité et la compétitivité	41
1.	Les outils et soutiens financiers aux porteurs de projets.....	41
2.	Mission d'étude « France Tourisme Ingénierie » avec Atout France et la Banque des Territoires.....	48
3.	Slow Tourisme : Structuration de l'itinéraire GT20 et du cyclotourisme	50
4.	Obtention du niveau OR du label international « Green Destinations » pour la destination Corse	52
5.	Plages Inclusives	53
B.	Une mise en oeuvre concertée de la politique touristique	54
1.	Animation des acteurs – Journées du Club de l'Ecolabel Européen	54
2.	Coopération internationale – Séminaire de lancement du programme Interreg Med INSPIRE – Messina	55
VII.	LA MISSION COMMUNICATION	56
A.	La communication institutionnelle et interne.....	56
1.	Les relations presse institutionnelles	57
2.	Les réseaux sociaux institutionnels	59
3.	Animation du site internet professionnel Atc.corsica	60
4.	Le fonds documentaire et le CDI	61
B.	Le Système d'Information Touristique Régional (SITTCO)	61
1.	Pilotage et gestion du SITTCO	61
2.	Aide à l'appropriation du SITTCO et assistance aux OT partenaires	62
C.	Le studio de production.....	62
1.	Photographie.....	62
2.	Tournage et montage de vidéos	63
3.	La médiathèque (DAM)	63
4.	Le Design graphique	64

SOMMAIRE DES ANNEXES

(UNE ANNEXE AU PRESENT RAPPORT COMPORTE LES DOCUMENTS MENTIONNES CI-APRES)

ANNEXE 1 : GOUVERNANCE.....	
ANNEXE 1.1 : Composition du Conseil d'Administration	
ANNEXE 1.2 : Délibérations du Bureau	
ANNEXE 1.3 : Composition du Bureau	
ANNEXE 2 : ADMINISTRATION GENERALE	
ANNEXE 2.1 : Organigramme de l'Agence du Tourisme de la Corse.....	
ANNEXE 2.2 : Éléments statistiques – Ressources Humaines	
ANNEXE 2.3 : Liste des marchés publics conclus en 2025.....	
ANNEXE 3 : POLE CENTRE DE RESSOURCES.....	
ANNEXE 3.1 : Chiffres Clés du tourisme Corse en 2025	
ANNEXE 3.2 : Liste des Cahiers du Tourisme produits en 2025	
ANNEXE 3.3 : Détail des données transports.....	
ANNEXE 3.4 : Détail du classement des hébergements en 2025	
ANNEXE 3.5 : Panonceaux de classement des hébergements 2025	
ANNEXE 4 : POLE PROMOTION TOURISTIQUE	
ANNEXE 4.1 : Visuels campagne 2025	
ANNEXE 4.2 : Visuels des campagnes social media 2025.....	
ANNEXE 4.3 : Exemples de la gamme d'éditions	
ANNEXE 4.4 : Salons et workshops	
ANNEXE 4.5 : Zone Europe du Nord.....	
ANNEXE 4.6 : Zone Europe Centrale	
ANNEXE 4.7 : Zone Europe du Sud.....	
ANNEXE 4.8 : Marchés d'opportunité.....	
ANNEXE 4.9 : Le Tourisme d'A faires	
ANNEXE 4.10 : Relevé détaillé des accueils organisés par l'ATC.....	
ANNEXE 5 : POLE INGENIERIE-DEVELOPPEMENT	
ANNEXE 5.1 : Tourisme expérientiel, le Jardin des Abeilles à Ocana.....	
ANNEXE 5.2 : Hébergement et valorisation de l'identité, un projet bastiais.....	
ANNEXE 5.3 : Thermoludisme, la renaissance de Baracci en 2025	
ANNEXE 5.4 : Exemple de diffusion de la marque, participation à la Fiera del Cicloturismo – Bologna 2025.....	
ANNEXE 5.5 : Destination durable, diffusion de l'Ecolabel Européen dans les structures d'hébergement	
ANNEXE 6 : MISSION COMMUNICATION.....	
ANNEXE 6.1 : Détail des retombées réseaux socaiaux corporate.....	
ANNEXE 6.2 : Abonnements et acquisitions 2025	
ANNEXE 6.3 : Détail des sites internet connectés au SITTCO	
ANNEXE 6.3 : Exemples de la production photo	
ANNEXE 6.4 : Détail et exemples de la production vidéo	
ANNEXE 6.5 : Détail et exemples de la production graphique.....	

INTRODUCTION GENERALE

NOS MISSIONS

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

L'ATC assume la promotion de l'île en France et à l'étranger, le développement et la valorisation de l'offre touristique (aides aux porteurs de projets, soutiens financiers, conseil, accompagnement), l'observation de l'évolution du tourisme et la coordination des acteurs publics et privés du tourisme de Corse (Offices de tourisme, professionnels, transporteurs, chambres consulaires...). Les missions de l'ATC correspondent à celles assumées au sein des autres régions françaises par les Comité Régionaux du Tourisme (les CRT), les Comités Départementaux du Tourisme (les CDT) et la direction développement économique/touristique du Conseil Régional.

LE CONTEXTE ECONOMIQUE

En 2017, selon l'INSEE, l'économie touristique représentait 39% du PIB du territoire (7,5% sur le plan national, 11% pour PACA). Son importance est encore accrue si l'on considère la part, environ 32%, des « administrations publiques » dans le PIB d'une île dont il faut rappeler qu'elle reste la région la plus pauvre de France métropolitaine¹.

Or, le tourisme est concentré sur la période estivale. En 2023, 73% de la fréquentation touristique a été observée entre juin et septembre². Cette très forte saisonnalité entraîne une pression importante sur les ressources naturelles avec les effets habituels du surtourisme : sites saturés, pollution, risque de tourismophobie des habitants, ... Concentrer l'activité économique sur quelques mois expose la Corse à des risques considérables. Une mauvaise saison estivale, causée par des crises climatiques, sanitaires ou géopolitiques, peut entraîner des pertes significatives de PIB et mettre en péril la viabilité de nombreuses entreprises locales. En diversifiant son activité sur l'année, la Corse pourrait stabiliser ses revenus et résister plus efficacement aux fluctuations du marché touristique mondial dans un contexte géopolitique préoccupant.

LA STRATEGIE

Les orientations stratégiques de l'Agence trouvent leur fondement dans le schéma d'orientation pour le développement touristique (SODT) qui constitue l'annexe 8 du Plan d'Aménagement et de Développement Durable de la Corse (PADDUC) que l'on peut résumer de la façon suivante : « un tourisme durable fondé sur l'identité et largement réparti sur l'année et sur les territoires ».

¹ Insee Dossier Corse n°18 paru le 03/10/2023 « La Corse est la région la plus pauvre de France métropolitaine avec une intensité de la pauvreté également plus importante sur l'île ».

² Et 47% en juillet et août. Statistiques établies sur la base du nombre de nuitées consommées par les touristes en Corse en 2024 (source Flux Vision Orange).

Elles nous amènent à porter nos efforts sur :

- La diversification de nos marchés par l'accroissement des visiteurs étrangers tout en maintenant le flux domestique. Les marchés étrangers à fort potentiel de développement (Allemagne, Suisse, Autriche) étant vecteurs d'une dépense unitaire plus importante, et constituent une clientèle intéressée par des visites en dehors de la saison estivale ;
- L'étalement de la saison touristique par une meilleure fréquentation avant et après la période estivale constitue un objectif majeur pour la Corse ;
- Une meilleure répartition des flux de visiteurs sur les différents territoires de l'île en mettant l'accent sur les régions de l'intérieur de l'île par la valorisation des atouts naturels et culturels de ces territoires.

Deux dossiers méritent d'être particulièrement signalés

La Corse a officiellement reçu le niveau « Or » du label Green Destinations, le 29 septembre 2025 à l'occasion du congrès International organisé à Montpellier, en présence de plus de 400 participants issus de plus de 40 nationalités. Cette reconnaissance internationale, évaluant les territoires selon des critères environnementaux, socioéconomiques et culturels, vient récompenser la Corse pour son excellence dans l'ensemble des domaines liés à la gestion durable tels que la préservation des ressources naturelles et patrimoniales. Elle est également une reconnaissance des actions menées par l'île pour maintenir son attractivité, tout en prenant en compte la nécessité et les enjeux que représentent un tourisme plus responsable. L'Agence travaille en concertation avec les partenaires publics et privés pour l'obtention, d'ici deux ans, du niveau Platine qui constitue la plus haute distinction de ce label.

A la suite de la délibération n° 25/137 AC de l'Assemblée de Corse du 2 octobre 2025, des contrats de concession de services de transport aérien ont été conclus par la Collectivité de Corse avec les sociétés Air Corsica et Volotea. Les vols à partir de Nantes, Bordeaux et Strasbourg ont été opérés par Volotea dès le premier novembre. La CDC, l'ATC et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse ont travaillé durant de nombreux mois à la réalisation de cet accord. Les premiers résultats, très satisfaisants, confortent l'analyse selon laquelle le principal frein au développement d'une activité touristique à l'année réside dans l'insuffisance de l'offre de liaisons aériennes en dehors de la haute saison, et que, lorsque ces liaisons existent, la demande répond favorablement.

LES CHIFFRES CLES 2025

- 8,5 millions de passagers ont été enregistrés dans les ports et aéroports corses (arrivées et départs confondus), soit une augmentation de 1,8 % par rapport à 2024, confirmant la dynamique de fréquentation touristique observée ces dernières années ;
- Le taux de satisfaction des hébergeurs est de + 9 points en juillet 2025 et de +3 points en août 2025 ;
- Part de la clientèle étrangère d'avril à octobre 42% contre 24% en 2022 à la même période ;
- 5 nouveaux Cahiers du Tourisme ;
- 9% de tourisme d'affaires concentré sur les ailes de saison ;
- L'ATC a participé à 39 évènements à travers l'Europe et déployé plus de 120 actions médias ;
- 1 496 dossiers de classements d'hébergements instruits ;
- 92 dossiers ont été soutenus dans le cadre du Guide des aides pour un montant de près de 3M€ ;
- L'ATC a octroyé près de 1,9 M€ d'avance remboursable à taux 0 à **13 projets**.

I. GOUVERNANCE

A. FONCTIONNEMENT DES ORGANES STATUTAIRES DELIBERANTS

1. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 2025, le Conseil d'Administration de l'Agence du Tourisme de la Corse s'est réuni à cinq reprises. Ces cinq réunions se sont tenues sur l'ensemble de l'année avec des séances très suivies, démontrant l'intérêt porté à l'institution et à ses actions, toutes réunies en première instance (quorum atteint).

a) Les séances

1. Réunion du 10 février 2025

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 4 décembre 2024 ;
- Projet d'implantation d'une Maison de la Corse en Italie ;
- Amendements au Guide des aides au tourisme 2022-2027.

2. Réunion du 12 mars 2025

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 10 février 2025 ;
- Approbation du Compte Financier Unique 2024 ;
- Affectation du résultat de l'ATC de l'exercice 2024 ;
- Orientations Budgétaires pour l'exercice 2025 ;
- Amendements complémentaires au Guide des aides au tourisme 2022-2027.

Rapports pour information :

- Point d'information sur les marchés publics publiés en 2024.

3. Réunion du 10 avril 2025

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 12 mars 2025 ;
- Rapport d'activité de l'ATC 2024 ;
- Vote du budget primitif 2025 ;
- Vote des budgets affectés au CSE pour 2025 ;
- Accord d'entreprise portant sur les déplacements du personnel de l'ATC ;
- RIFSEEP applicable au directeur de l'ATC ;
- Régularisation de délibération d'emplois permanents.

4. Réunion du 9 juillet 2025

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 10 avril 2025 ;
- Fonds FEDER-FSE+ 21-27 : Financement de la promotion de la destination Corse ;
- Fonds FEDER-FSE+ 21-27 : Financement pour l'aménagement des aires d'arrêt de l'itinéraire cyclo touristique GT20 ;
- Fonds FEDER-FSE+ 21-27 : Financement du nouveau site ATC ;
- Contrats d'alternance 2025-2026 ;
- Modification du règlement interne de la commande publique de l'ATC ;
- Remboursement des frais de mission des personnes extérieures à l'ATC.

Rapports pour information :

- Point d'information sur les individualisations du bureau en date du 23 avril 2025.

5. Réunion du 17 décembre 2025

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 9 juillet 2025 ;
- Plan de promotion et programme d'actions 2026 de l'ATC ;
- Modification des conditions générales de participation aux opérations retenues par l'ATC ;
- Décision modificative n°1 du budget de l'ATC pour l'exercice 2025 ;
- Orientations budgétaires 2026 ;
- Autorisation donnée à la présidente d'engager, liquider et mandater en 2026 les dépenses d'investissements et les aides individualisées dans la limite du quart des crédits de l'exercice précédent ;
- Demande de remise gracieuse ;
- Accord d'entreprise relatif au plan d'épargne entreprise ;
- Avenant n°1 à l'accord d'entreprise relatif au fonctionnement du CSE.

Rapports pour information :

- Point d'information sur les individualisations du bureau en date des 23 juillet et 26 novembre 2025 ;
- Point d'information sur les commissions développement et observation ;
- Convention de coopération ATC/Atout France.

ANNEXE 1.1 - Composition du Conseil d'Administration

2. LE BUREAU

Pour rappel, le bureau de l'ATC est composé de six membres élus issus du collège des élus de l'Assemblée de Corse et quatre autres membres désignés par les autres membres du conseil d'administration. Ses attributions consistent à individualiser les subventions allouées en application du règlement des aides de l'Agence adopté par l'Assemblée de Corse. Le bureau a rendu régulièrement compte au conseil d'administration des décisions qu'il a prises.

Trois réunions du bureau se sont tenues en 2025 avec une grande assiduité de ses membres ; toutes les séances ayant pu se réunir en première instance :

ANNEXE 1.2 - Délibérations du Bureau

ANNEXE 1.3 - Composition du Bureau

B. FONCTIONNEMENT DES ORGANES CONSULTATIFS

L'article 8 des statuts de l'Agence du Tourisme de la Corse prévoit que le conseil d'administration peut associer à ses travaux toute personne ou organisme qu'il juge utile et constituer auprès de lui un comité consultatif formé de trois Commissions représentant les secteurs d'activités touristiques. La composition du comité et des commissions ainsi que leur rôle sont fixés par le règlement intérieur de l'Etablissement.

Ces instances consultatives, présidées par M. Benoît CHAUDRON pour la Commission Observation, M. Ludovic SUSINI pour la Commission Promotion et M. Attilius CECCALDI pour la Commission Développement, se sont tenues en 2025 :

- Commission Observation les 23 avril et 26 novembre 2025 ;
- Commission Promotion le 4 décembre 2025 ;
- Commission Développement le 26 novembre 2025.

1. COMMISSION OBSERVATION

En 2025, l'Agence du Tourisme de la Corse a organisé deux Commissions Observation, qui se sont tenues au Palais des Congrès d'Ajaccio les 23 avril et 26 novembre **sous la présidence de M. Benoît CHAUDRON**. Ces instances, réunissant partenaires institutionnels, élus, acteurs socio-professionnels et opérateurs du secteur, ont permis de poursuivre le travail de gouvernance régionale de l'observation touristique, en partageant les principaux résultats conjoncturels et en valorisant les productions stratégiques du Pôle Centre de Ressources.

La Commission du 23 avril 2025, consacrée aux premières tendances de l'année, a permis de présenter un état des lieux de l'activité touristique à travers les données de cadrage disponibles, ainsi que les premiers signaux observés sur les marchés émetteurs. Les échanges ont notamment mis en évidence une progression significative de la demande aérienne : entre le 1er janvier et le 19 avril 2025, les recherches de vols vers la Corse progressaient de +31 % par rapport à 2024, traduisant une dynamique favorable en amont de saison. Les principaux marchés identifiés demeurent la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie, la Suisse et la Belgique, confirmant la stratégie de consolidation des marchés prioritaires européens.

Cette commission a également permis de restituer plusieurs études structurantes conduites ou réceptionnées par l'Observatoire, parmi lesquelles l'étude ACSEL Banque de France (panorama économique et financier des activités touristiques), l'étude MICE réalisée par Voltere by Egis, l'étude sur le logement des saisonniers à l'échelle de la CAPA, ainsi que des travaux relatifs à l'acceptabilité du tourisme par les résidents corses et à l'image de la destination.

La Commission Observation du 26 novembre 2025, dédiée au bilan complet de l'activité touristique 2025, a constitué un temps fort de clôture conjoncturelle. Elle a permis de confirmer le caractère exceptionnel de l'année 2025, marquée par une fréquentation record. Ainsi, le cumul des arrivées touristiques entre le 1er janvier et le 31 octobre 2025 s'élève à 3,97 millions, représentant un record historique, avec une répartition équilibrée entre l'aérien (51 %) et le maritime (49 %).

Le suivi des flux touristiques a également permis d'estimer un surcroît maximal de population de 368 000 personnes selon l'ATC (361 000 selon Flux Vision Orange) le 12 août 2025. Ce pic est en diminution de 3% et confirme la poursuite des tendances d'étalement de saison observées ces dernières années. Les arrivées mensuelles ont notamment enregistré de fortes hausses en avril (+10 %) et en octobre (+7 %), traduisant un renforcement des ailes de saison.

Les données portuaires indiquent par ailleurs 1,9 million d'arrivées au 30 octobre (+2,5 %), tandis que les aéroports corses totalisent près de 2 millions d'arrivées sur la même période, confirmant la solidité des dynamiques de connectivité.

Les travaux ont également permis d'aborder les évolutions du secteur locatif de particulier à particulier. À fin octobre 2025, les estimations font état de 6,7 millions de nuitées générées dans ce segment, représentant environ 323 M€ de revenus annuels, illustrant le poids croissant de cette offre dans l'économie touristique insulaire.

Enfin, cette Commission a permis de valoriser les missions permanentes du Centre de Ressources, qui assurent tout au long de l'année le suivi de l'offre (hébergements, transports, locatif), l'interrogation régulière des socioprofessionnels dans le cadre des notes mensuelles de conjoncture, ainsi que l'exploitation des outils structurants tels que Flux Vision Orange et Mabrian, dans le cadre du groupement de commandes partenarial.

La Commission du 26 novembre a également rappelé l'importance des livrables produits par l'Observatoire, notamment à travers la publication de cinq Cahiers du Tourisme en 2025 :

- CDT#29 : La Corse, destination MICE ;
- CDT#30 : Perception du tourisme chez les résidents corses ;
- CDT#31 : Analyse concurrentielle du tourisme en Sardaigne ;
- CDT#32 : Analyse Flux Vision Orange Corse 2024/2023 ;
- CDT#33 : Analyse concurrentielle Baléares.

Ces Commissions ont enfin permis de réaffirmer le rôle central du Centre de Ressources comme outil d'aide à la décision publique, en produisant des analyses territorialisées, des études stratégiques spécifiques, ainsi qu'une offre de services mobilisable par les intercommunalités, offices de tourisme et partenaires socio-économiques, dans une logique d'ingénierie touristique au service des territoires.

Toutes les productions de l'Observatoire sont à retrouver sur le site institutionnel de l'ATC :

<https://www.atc.corsica/fr/observatoire/>

Une réunion importante

La Commission Promotion de l'ATC s'est réunie le 4 décembre 2025 à Ajaccio. Transporteurs, chambres consulaires, agences, syndicats et offices de tourisme ont dressé le bilan de l'année écoulée et fixé les priorités à venir.

Fréquentation 2025 : l'essentiel

- 3,97 millions d'arrivées au 31 octobre 2025 (+ 4 %), notamment grâce à un mois d'octobre très dynamique ;
- Répartition équilibrée : 51 % des visiteurs arrivent en avion, 49 % en bateau ;
- 20 millions de nuitées françaises, dont la moitié hors vacances scolaires ;
- 15 millions de nuitées étrangères : les clientèles allemande, italienne, suisse, belge, néerlandaise, britannique et américaine sont majeures au printemps et à l'automne.

Actions 2025

- Campagne image déployée avec cohérence sur les marchés clés (France, Italie, Suisse, Belgique, Allemagne, Autriche, Pays-Bas). Parallèlement, 14 marchés ont été ciblés : France, Allemagne, Italie, Suisse, Benelux, Royaume-Uni, Espagne, États-Unis, Canada, etc. ;
- 120 actions médias déployées (100 grand public et 20 professionnelles) ;
- Partenariats structurants avec les compagnies aériennes et maritimes ainsi qu'avec les agences en ligne (Lufthansa, Air Corsica, Transavia, Corsica Ferries, Expedia...) ;
- Un mix média dominé par le digital (réseaux sociaux, campagnes ciblées), complété par la presse et l'affichage ;
- Segments visés : familles, couples, seniors et passionnés de loisirs nature et culture ;
- Soutien à des événements sportifs à fort impact, tels que le Corsica Cyclo GT20 et le Restonica Trail ;
- Relations presse et voyages de presse : 24 accueils de journalistes et médias (France, Allemagne, Suisse, Pays-Bas, Italie, Espagne, Autriche...) assurant une présence éditoriale soutenue ;
- Éductours et blog tours : ex: Blog Trip Corsica Ferries Selectour, Blogtour Moby, Food Trip, Travered ;
- MICE et CSE : douze événements dédiés (workshops, roadshows, salons IMEX Francfort, IBTM Barcelone...). Le rendez-vous « Events Days Bastia » a accueilli 40 décideurs MICE et généré 1 402 rendez-vous. Les campagnes presse et display ciblées (Teads) ont accru la notoriété, dépassant 195 000 clics ;
- Participation à 40 salons et workshops en France et à l'international, permettant d'élargir le réseau de prescripteurs.

Outils et innovations

- Segmentation avancée des contacts (pays, âge, centres d'intérêt) pour un ciblage fin ;
- CRM et campagnes e-mailing via la plateforme Numberly ;
- Tableaux de bord en temps réel pour piloter la performance ;
- Stratégie de contenus renforcée : 70 articles (nature, gastronomie, culture, MICE), optimisés SEO et GEO ;
- Communautés sociales en forte croissance : plus de 230 000 abonnés et des campagnes d'influence toute l'année.

Perspectives et nouveautés 2026

Grandes orientations

- Renforcer la désaisonnalisation en dynamisant encore le printemps et l'automne ;
- Consolider les clientèles existantes tout en conquérant de nouveaux marchés (Royaume-Uni, États-Unis, Canada) ;
- Améliorer l'accessibilité avec les transporteurs et développer une stratégie B2B renforcée ;
- Déployer une offre durable et expérientielle en phase avec les attentes ;
- Intensifier l'usage de la data pour mieux connaître, cibler et fidéliser les visiteurs ;
- Poursuivre la transformation digitale de la promotion.

Nouveautés structurantes

- Refonte programmée (septembre 2026) du site internet de la destination Corse, pour offrir une meilleure lisibilité, un parcours utilisateur optimisé et des performances accrues (SEO, conversion) ;
- Renouvellement des visuels de campagnes et lancement d'une nouvelle campagne MICE, pour moderniser l'image et renforcer l'impact émotionnel ;
- Nouveau stand pour la destination Corse (septembre 2026), repensé et modernisé pour les salons professionnels et grand public ;
- Renforcement du kit de contenus et de la stratégie d'image, pour une communication plus homogène et qualitative, adaptée à chaque marché ;
- Opérations professionnelles inédites (par exemple, opérations ciblées à bord et événements dédiés aux prescripteurs) destinées à dynamiser les actions B2B.

3. COMMISSION DEVELOPPEMENT

La Commission Développement s'est tenue le 26 novembre 2025 **sous la présidence de M. Attilius CECCALDI** en présence des différents représentants des principales fédérations et organisations du secteur touristique. Les points ci-après étaient inscrits à l'ordre du jour et ont été présentés aux participants :

- **Synthèse des aides année 2025**
 - Aides Directes ATC
 - Avance remboursable
- **Structuration de la GT 20**
- **Structuration de l'offre autour de signes de qualité**
 - Ecolabel Européen
 - Ports propres
 - Tourisme inclusif
 - Green Destinations
- **Structuration d'une offre produit**
 - Good Travel Alliance
 - Partenariat ATC - ODARC – FFRAAC
 - Démarche « Vignobles et découverte » Patrimoni
- **Programmes de coopération**

Ces éléments sont détaillés au sein du chapitre VI intitulé Pôle Ingénierie-Développement.

Les travaux de la commission et les échanges ont porté sur la stratégie de développement en matière de tourisme durable : mobilité douce avec le cyclotourisme, labélisation de l'offre avec l'écolabel européen, la certification Ports Propres, le label de destination « Green Destinations », ainsi que les efforts réalisés en termes d'inclusivité.

L'ATC apporte sa contribution à la mise en œuvre concrète du PADDUC pour ce qui la concerne : un tourisme durable qui valorise l'identité de la destination.

Au titre **de la structuration de la GT20**, ont été évoqués l'achèvement de l'étude de définition et d'implantation des aires de repos et la progression de la diffusion de la marque « Accueil Vélo ».

Le **développement de l'Ecolabel Européen** dans l'hébergement s'est poursuivi et, fin 2024, la Corse comptait 58 établissements écolabellisés ainsi que 14 demandes en cours d'instruction.

La certification « **Ports Propres** » concerne 4 ports de plaisance ayant obtenus ce label et 8 ports en cours d'obtention, donc 12 ports engagés dans cette démarche sur les 18 que compte la Corse.

La candidature de l'ATC au titre du **Label Green Destinations** a été validée en septembre 2025 par le niveau « Or » lors du congrès de la fondation qui s'est tenu à Montpellier.

L'ATC, distinguée par **Green Destinations**, est devenue membre fondateur de la **Great Travel Alliance, communauté mondiale** constituée de membres de Green Destinations et d'acteurs de l'économie du tourisme à travers le monde. L'objectif est d'encourager un tourisme et des **voyages plus durables** et inspirer tous ceux qui créent de meilleures expériences de voyage grâce à l'échange et à l'innovation au **niveau international**. Un accord a été signé avec **Amadeus** plateforme mondiale de distribution de voyages (GDS) pour déployer les « **Good Travel Experiences** ». Un Guide Good Travel Experiences pour la Corse servira de projet pilote dans le cadre de l'accord.

L'ATC, l'ODARC et la FFRAAC, se sont associés pour créer un package à la découverte des terroirs : découverte d'une foire thématique labélisée, découverte d'un territoire, de ses artisans et producteurs, gastronomie au sein d'établissement labélisés « Gusti di Corsica », hébergement au sein de structure écolabellisées, expériences immersives, master-class, ... La commercialisation de ces produits se fera par AGV via un Appel à Manifestation d'Intérêt.

L'ATC s'est engagée aux côtés du syndicat des vignerons de **Patrimoni** et du CIVC dans le cadre d'une candidature au label « **Vignobles et découvertes** » créé par Atout France il y a vingt ans. Il s'agit de la première candidature de la Corse au titre de ce label qui rassemble plus de 70 appellations en France.

Enfin, l'ATC est partenaire de deux programmes de coopération de l'**Interreg Marittimo** : Via Patrimonia et Smart comunitas, ainsi que de 2 programmes de l'**Interreg Euro Med** : Regenera4Med et Inspire

Ces 4 programmes de coopération traitent tous de développement durable : tourisme régénératif, tourisme expérientiel, circuits courts, agritourisme, valorisation du patrimoine, développement local.

II. ADMINISTRATION GENERALE

A. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

1. EFFECTIFS DE L'AGENCE ET CLASSIFICATION

En 2025, la part du budget de l'établissement qui a été consacrée à la masse salariale brute chargée s'est élevée à **4 909 138€** soit 25% € des dépenses totales de l'établissement.

Emplois permanents (CDI)

Au 31 décembre 2025, le nombre de postes pourvus au sein de l'ATC est de 53 emplois permanents. L'effectif de l'ATC est composé de 30 femmes et de 23 hommes.

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
Hommes	20	2	23
Femmes	28	2	30
Ensemble	48	4	53

Equivalent Temps Plein Rémunéré (CDI)

En considérant le volume de temps partiel et les salariés en invalidité, l'équivalent temps plein rémunéré en CDI sur l'année 2025 s'établissait à **51.58 ETP** dont 3 salariés fonctionnaires détachés. Le temps partiel s'est réparti de la façon suivante : 1 agent à 45.71% et 1 agent à 90%.

	ETPR
Hommes	21.59
Femmes	28.99
Ensemble	50.58

En termes de mouvement du personnel, on notera les éléments suivants :

Recrutements

Au cours de l'année, un producteur de contenu a été recruté en CDI au sein de la mission Communication.

Par ailleurs, cinq recrutements en CDD ont été réalisés afin de faire face à un surcroît d'activité : un CDD au sein de la Mission Classement des Hébergements Touristiques pour une durée de trois mois, et quatre CDD au Pôle Promotion et Communication pour des durées comprises entre un et trois mois.

La politique de recrutement en alternance s'est poursuivie de manière active. En 2025, quatre contrats d'alternance ont été conclus à la rentrée 2025/2026, tandis que quatre contrats débutés en 2024 se sont achevés à l'été 2025. Parmi les nouveaux alternants, deux effectuent leur formation au sein du pôle Promotion et Communication, un au pôle Ingénierie et Développement et un au pôle Centre de Ressources.

À l'issue de son alternance, une collaboratrice a par ailleurs été recrutée en CDI sur le poste d'assistante Promotion au sein du pôle Promotion et Communication en décembre 2025.

Départs

Un salarié en CDI a quitté l'établissement en 2025 dans le cadre d'un départ à la retraite.

ANNEXE 2.1 : Organigramme de l'Agence du Tourisme de la Corse

ANNEXE 2.2 : Éléments statistiques - Ressources Humaines

2. ACCORD COLLECTIF

En 2025, trois rapports relatifs à des protocoles d'accord collectif, négociés préalablement entre la Direction et la déléguée syndicale de l'agence, ont été votés par le conseil d'administration :

- Accord collectif relatif au Plan d'épargne entreprise de l'ATC : Mise en œuvre d'un nouvel accord compte tenu de l'arrivée à échéance du précédent marché ;
- Accord collectif relatif au fonctionnement du CSE : Evolution des modalités de versement de la dotation annuelle de l'entreprise ;
- Accord collectif relatif aux déplacements du personnel : Mise en œuvre d'un nouveau protocole relatif aux barèmes de remboursement et récupération horaire dans le cadre des missions du personnel de l'ATC.

3. INSTANCES REPRESENTATIVES DU PERSONNEL

Pour rappel depuis janvier 2024, doté de la personnalité civile, le CSE est une personne morale de droit privé, avec un patrimoine et une autonomie en raison du dépassement du seuil de 50 salariés au sein de l'Agence. Le CSE est composé de 8 salariés (4 titulaires et 4 suppléants).

Le budget est désormais décomposé de la manière suivante :

Fonctionnement : 6074€

Œuvres sociales : 38 000 €

9 réunions CSE se sont tenues en 2025.

Le nombre de questions du personnel posées par la délégation étaient de 12 avec pour thématiques principales : la politique salariale de l'entreprise et ses annexes, les conditions de travail, la cohésion et la communication au sein de l'entreprise.

L'ensemble des avis rendus par les membres du CSE dans le cadre de leurs prérogatives ont été favorables.

4. FORMATION DES PERSONNELS

Pour 2025, 33 sessions de formation (collectives ou individuelles) ont été menées à bien au sein de l'Agence du Tourisme de la Corse notamment dans les domaines de la communication digitale, les langues, le classement des meublés touristiques, la pratique des marchés publics ainsi que sur des logiciels spécifiques du centre de ressources.

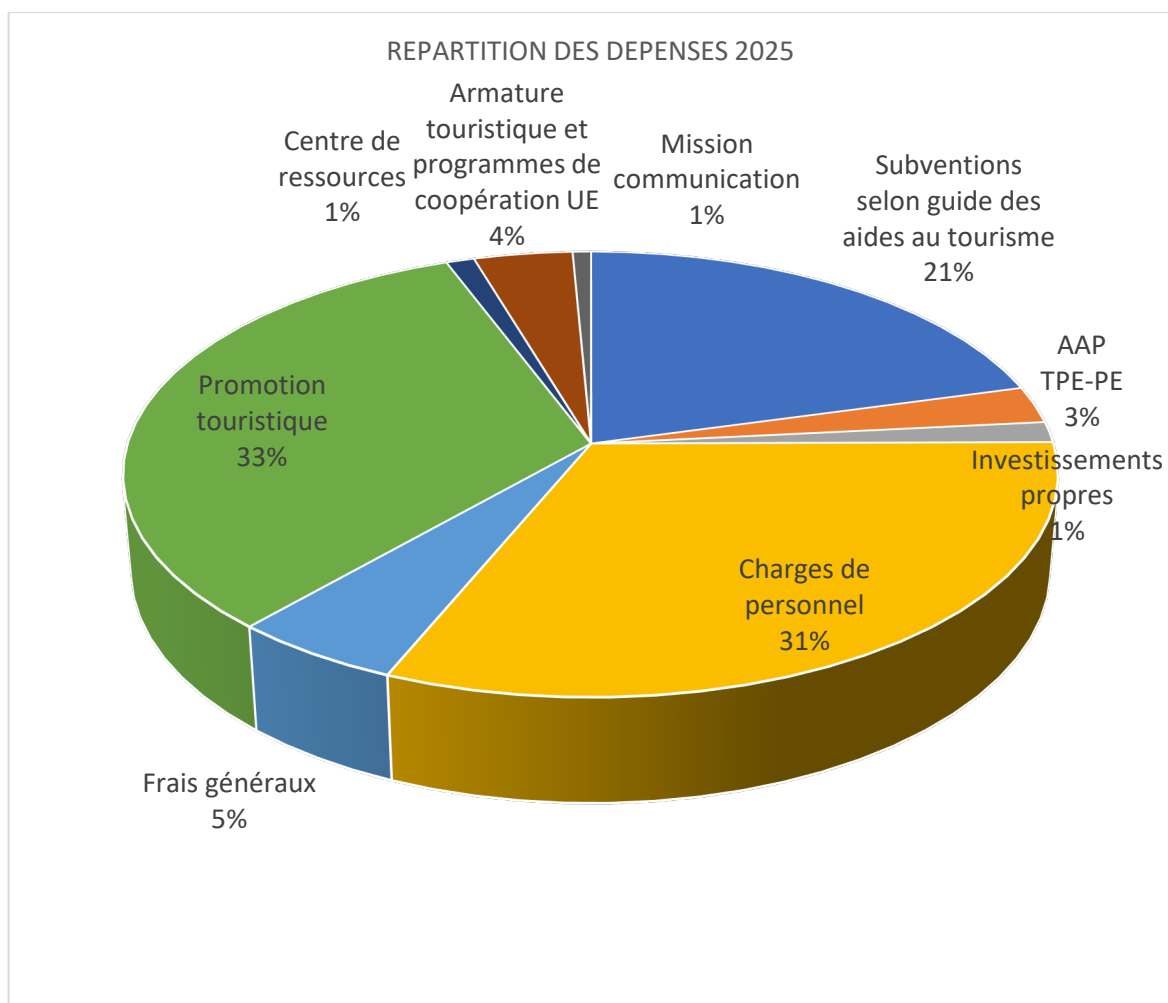
Le budget consacré à ces actions s'est élevé à 42305 €.

B. BUDGET-FINANCES

1. COMPTE FINANCIER UNIQUE 2025

	SECTION D'INVESTISSEMENT		SECTION DE FONCTIONNEMENT		TOTAL DES SECTIONS	
	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent
Résultat reporté		607 537,25 €		1 525 702,80 €		2 133 240,05 €
Opérations réelles	3 906 689,87 €	4 945 678,24 €	11 786 837,85 €	12 093 299,87 €	15 693 527,72 €	17 038 978,11 €
Opérations d'ordre	1 801 363,27 €	2 083 830,00 €	2 083 830,00 €	1 801 363,27 €	3 885 193,27 €	3 885 193,27 €
Total année 2025	5 708 053,14 €	7 029 508,24 €	13 870 667,85 €	13 894 663,14 €	19 578 720,99 €	20 924 171,38 €
Résultat de clôture		1 928 992,35 €		1 549 698,09 €		3 478 690,44 €

2. ETAT DES REALISATIONS BUDGETAIRES



INVESTISSEMENT- DEPENSES : 3 906 689.87 €

Cette somme comprend les subventions versées selon le règlement du guide des aides au tourisme, les aides directes au développement économique des opérateurs privés dans le cadre du plan de relance, la dotation aux avances remboursables et les dépenses d'équipement nécessaires au fonctionnement de l'établissement.

Subventions versées selon le règlement du guide des aides : 2 255 857.78 €

Il s'agit des subventions d'équipement versées aux organismes publics et privés conformément au guide des aides au tourisme. L'essentiel des crédits versés concerne des engagements antérieurs, les subventions étant liquidées en fonction de l'avancée des projets et après certification des dépenses.

Ces subventions ont contribué :

- A financer des projets structurants des territoires ;
- A conforter et à développer l'activité économique (modernisation d'hôtels, création de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes) ;
- Au développement de l'offre « Affaire » ;
- A développer et à structurer des filières ;
- A financer la professionnalisation des acteurs et l'innovation ;
- A diverses études pour le développement et l'aménagement.

Aides directes au développement économique des opérateurs privés (plan de relance) : 418 241.05 €

Mesure 1.1 de la Feuille de route territoriale pour le tourisme corse adoptée le 27 avril 2021 : « Soutien à l'investissement et à l'accompagnement des TPE-PE du secteur touristique ».

Ce dispositif conçu sous la forme d'un appel à projet a permis d'apporter une aide financière directe aux projets d'investissement des TPE-PME insulaires qui ont été fortement impactées par la crise sanitaire. Cette mesure dotée de 6 M€ a été co-financée par l'Etat (2.125 €) et la CDC (3.875 €). Les deux comités de sélection (Etat-ATC) qui se sont tenus en 2022 (5 mai et 18 octobre) ont validé 103 dossiers.

En 2023, 34 nouveaux dossiers d'aide à l'investissement ont été instruits par les services de l'ATC pour un montant total de 1 643 676 € dans le cadre du budget actions de l'ATC financé par la CDC.

A fin décembre 2025 :

- 132 dossiers sont finalisés (travaux réalisés et contrôlés, versement de l'aide effective) ;
- 5 dossiers restent à finaliser.

Dispositif avances remboursables : 1 000 000 €

Il s'agit du versement à la CADEC, prévu par convention ATC/CADEC/2023/09 ratifiée le 7 novembre 2023. Le montant total des versements à effectuer sera sur 3 ans de 4 millions d'euros. Ces versements permettent de financer le dispositif des avances remboursables (axe 2 du règlement des aides : conforter et développer l'activité économique).

Au titre de l'année 2025 un montant total de 2 039 000 € a été versé. Ces versements concernent 13 établissements pour un montant d'investissement prévisionnel de 9 070 000 €.

Subventions actions versées en 2025 :

Subventions selon règlement du guide des aides :	61%
Aides directes au développement économique (plan de relance) :	12%
Dispositif avances remboursables :	27%

Les destinataires des subventions d'équipement versées en 2025 dans le cadre du guide des aides et des aides directes au développement économique ont été pour 29,27 % des organismes privés, pour 26,30 % des OTI et pour 44,43 % des organismes publics.

Immobilisations corporelles et incorporelles de l'établissement : 232 591.04 €

Il s'agit des dépenses d'investissement propres à l'établissement (licences et logiciels, refonte site phase 1, matériel informatique, matériels et mobiliers de bureau ...).

Les crédits de paiement ouverts par la CDC pour ces investissements ont été consommés à 95,68%.

INVESTISSEMENT- RECETTES : 4 945 678.24 €

Les recettes d'investissement arrêtées à la somme de 4 945 678,24 € résultent pour :

- 3 754 651,24 € des remontées de dépenses réelles effectuées par l'ATC et prises en charge à hauteur des crédits ouverts par la CDC pour l'année ;
- 1 191 027,00 € d'un remboursement dans le cadre du FRCT.

b) Détail Section de Fonctionnement**FONCTIONNEMENT - DEPENSES : 11 786 837.85€**

La section de fonctionnement de l'ATC regroupe les frais de fonctionnement propres de l'établissement (frais de personnel et administration générale) mais également les dépenses d'interventions et d'actions. Ces dépenses concernent principalement les actions de promotion et de communication, les missions de l'observatoire, les aides accordées aux OTI, le soutien à l'évènementiel.

Fonctionnement propre de l'établissement : 5 741 505.99 €**Charges de personnel : 4 922 523.74 €**

Ce montant comprend les salaires et les charges sociales patronales de l'ensemble des salariés de l'établissement (CDI, CDD, alternants) et les provisions concernant le Compte Epargne Temps.

Charges générales de fonctionnement : 818 982.25 €

Ce montant comprend les frais de structure de l'établissement, dépenses liées aux loyers, charges et entretien des bureaux de l'ATC, aux matériels de reprographie, aux fournitures de bureau, aux contrats d'assurance, aux frais de télécommunication et d'affranchissement, la dotation aux dépréciations d'actif...

Dépenses d'intervention et d'actions de l'établissement : 6 045 331.86 €**Promotion, marketing : 5 146 558.12 €**

L'année 2025 a été marquée, comme les années précédentes, par la réalisation d'opérations de communication de grande envergure avec le concours d'agences spécialisées retenues par appel d'offres et notre partenaire Atout France. Ces campagnes ont ciblé le marché français et nos marchés internationaux (Italie, Belgique, Suisse, Allemagne, Grande Bretagne, Autriche, Pays-Bas, Suède et Danemark).

Les partenariats avec les transporteurs, tour-opérateurs et plateformes de réservation ont constitué un axe central du plan d'actions. Les campagnes co-financées menées tout au long de l'année ont soutenu la dynamique de réservation, notamment sur les ailes de saison, tout en renforçant l'accessibilité de la Corse sur les marchés européens stratégiques.

En 2025 l'ATC a :

- Participé à 39 événements, accompagnée par les Offices de Tourisme, les transporteurs, les Tour-Opérateurs corses, des hôteliers et d'autres professionnels (12 salons et 27 Workshops et assimilés) ;
- Réalisé 22 accueils presse ou TV assurant ainsi la notoriété de notre territoire dans la presse européenne.

Points clefs 2025 :

- Consolidation de la fréquentation dans un contexte de concurrence internationale accrue et d'évolution des attentes des clientèles ;
- Consolidation du modèle fondé sur la désaisonnalisation et une meilleure répartition des flux ;
- Un étalement de la fréquentation qui se confirme, un printemps et une arrière-saison qui progressent ;
- Promotion du territoire et valorisation de la diversité des expériences immersives (outdoor, randonnée, plongée, oeno-gastronomie, culture) ;
- Soutien des événements sportifs à forte visibilité (Corsica Cyclo GT20, Restonica Trail...) ;
- Des accueils presse qualitatifs et un déploiement événementiel visible ;
- Refonte en profondeur de la stratégie de référencement naturel (SEO) ;
- Accentuation de la progression significative en communication digitale (réseaux sociaux, base de données qualifiée...).

Mission communication : 114 078.31 €

La Mission Communication de l'Agence a poursuivi la couverture des actions menées par l'Agence, elle a participé à la mise en valeur des atouts de notre destination avec de nombreuses réalisations de vidéos, de photographies et de reportages (qui privilégient et met en valeur la Corse rurale, les producteurs, les artisans, les lieux culturels...) et à l'accompagnement des adhérents du SITTCO.

Centre de Ressources : 173 877.60 €

Ces crédits ont contribué, entre autres :

- Aux études de l'Observatoire : 5 Cahiers du Tourisme (la Corse, destination MICE, Perception du tourisme chez les résidents corses, Analyse concurrentielle du tourisme en Sardaigne, Analyse Flux Vision Orange Corse 2024/2023, Analyse concurrentielle Baléares) ;
- Aux notes de conjoncture sur l'hébergement, le transport et les autres activités ;
- A l'analyse sur la priorisation des marchés émetteurs (Mabrian) ;
- Aux diverses études et contributions avec ou pour les partenaires afin d'accompagner les Agences, Offices de Tourisme, intercommunalités et professionnels du secteur.

Développement touristique : 610 808.83 €

Il s'agit de soutiens en fonctionnement, attribués sur l'exercice 2025, relatifs aux domaines suivants :

- Aide au fonctionnement des offices de tourisme et à la FROTSI ;
- Soutien aux évènements ;
- Déploiement des contrats de développement territorialisés ;
- Développement de l'écolabel Européen.

L'ATC a poursuivi le déploiement **de l'Ecolabel Européen** (label écologique officiel dans tous les pays membres de l'Union Européenne) auprès des entreprises corses de l'hébergement touristique. Le nombre d'établissement écolabellisés en Corse fin 2025 est de 58. Environ 20 dossiers sont par ailleurs en cours d'instruction, afin de pouvoir candidater au cours de l'année qui vient.

L'ATC a de plus, pu inscrire l'ensemble de la destination Corse sous l'angle du label international du tourisme durable « **Green Destinations** » fondation internationale reconnue par le **Conseil Mondial du Tourisme Durable** (Global Sustainable Tourism Council - GSTC).

La structuration de la GT 20 s'est poursuivie et le lancement de l'étude d'aménagement de cette dernière a été finalisée. Par ailleurs, la diffusion de la marque accueil vélo s'est poursuivie, douze établissements sont actuellement labellisés, une quinzaine de dossiers d'établissement sont en cours d'instruction.

Les crédits de paiement ouverts par la CDC pour ces actions ont été consommés à 100%.

FONCTIONNEMENT- RECETTES : 12 093 299.87 €

Financements des actions par la CDC 5 755 000 € dont 1 242 668,79 de taxe de séjour additionnelles.
Dotations de fonctionnement 5 854 950 € et 483 349,87 € de ressources propres.

RESULTAT D'EXECUTION DE L'EXERCICE 2025

Résultat de la section d'investissement : **1 321 455,10 €**

Résultat de la section fonctionnement : **23 995,29 €**

3. TRESORERIE

Montant de la trésorerie de l'Agence du Tourisme de la Corse au 31 décembre 2025 : **4 368 663.95 €**.

4. COMPTABILITE

L'Agence du Tourisme de la Corse est régie par la comptabilité publique M57.

Volume de mandatement de l'Agence : 2 062 Mandats et 325 Titres de Recettes émis en 2025.

5. CERTIFICATION

L'établissement dispose d'une cellule de certification et de contrôle des dépenses. Ce contrôle s'effectue sur pièces (factures acquittées notamment) mais aussi au travers de visites sur site. En 2025, 24 contrôles sur site ont été réalisés afin de vérifier la conformité des travaux réalisés avant la mise en paiement.

a) Contrôle contrats de commercialisation

Les contrôles du respect de la commercialisation des meublés sur une période de 9 ans ont été effectués en 2025 (24 dossiers en cours).

b) Versement des aides

Aides au titre de la Région

En 2025 :

- 71 dossiers d'opérations ont été soldés pour un montant total versé de 2 058 337.45 €
- 23 dossiers d'opérations ont bénéficié d'acomptes pour un total versé de 627 082.82 €.

Le tout représente 94 dossiers pour un total de fonds Région versé de 2 685 420.27 €.

Ces dossiers certifiés concernent l'hôtellerie, les meublés de Tourisme, les Offices de Tourisme, les Communes, les Communautés de communes, les Associations.

Appel à projet TPE-PME

- 1 dossier d'acompte effectué pour un montant total versé de 29 183.55 €
- 18 certificats de solde effectués pour un total versé de 389 057.50 €.

Le tout représente 19 dossiers pour un total de fonds Région versé de 418 241.05 €.

Aides au titre du FEDER

Clôture des dossiers FEDER.

C. CLASSEMENT DES COMMUNES ET STATIONS

L'instruction des dossiers de classement en commune touristique et station de tourisme relève des compétences de l'Agence du Tourisme de la Corse.

L'ATC a instruit et finalisé au cours de l'année 2025 les demandes suivantes :

- Classement en dénomination de « **station de tourisme** » de la commune de Zonza ;
- Classement en dénomination de « **commune touristique** » de la commune de Monaccia d'Aullène ;
- Classement en dénomination de « **groupement de communes touristiques** ». La demande de classement émanant des 4 communes ci-après listées : Lecci, Figari, Pianattoli et Sotta, a été présentée en CODERST le 15 octobre 2025. Celle-ci

D. MARCHES PUBLICS PASSES EN 2025

Au cours de l'année 2025, 20 marchés ont été passés par l'ATC, aucun ne nécessitant la tenue d'une Commission d'Appel d'Offres :

- 14 ont fait l'objet d'un sourcing (montant maximum de 40 000 € HT) ;
- 4 en MAPA (montant maximum de 215 000 € HT) ;
- 2 avec l'UGAP (centrale d'achat) ;

De plus, 1 avenant de durée avec incidence financière de 3,25% a été réalisé.

ANNEXE 2.3 : Liste des marchés publics conclus en 2025

III. COORDINATION DES ACTEURS

Parmi les quatre missions dévolues à l'Agence du Tourisme de la Corse figure la **coordination des différents acteurs du tourisme de notre île**.

Offices de tourisme, professionnels, transporteurs, chambres consulaires, acteurs de la formation, autant de partenaires qui agissent aux côtés de l'ATC pour, ensemble, construire une politique touristique dynamique.

Le travail de renforcement de la coordination des acteurs initié depuis quelques années a été poursuivi et renforcé durant l'année 2025.

1. LA CONVENTION CCI DE CORSE – ATC

De nombreuses actions sont menées dans le cadre de cette convention signée en 2022, notamment concernant l'Axe I dédié aux transports.

a) Développement des liaisons aériennes : Dossier achat de flux passagers

L'Assemblée de Corse a approuvé à l'unanimité lors de ses sessions de mai et octobre 2024 puis le 2 octobre 2025 (délibération n° 25/137) les rapports concernant le « renforcement, l'élargissement et l'annualisation des liaisons aériennes à destination de la Corse par achat de flux ». Ce projet résulte de plusieurs années de travail menées par l'ATC en concertation avec la CCIC et la CDC.

Il s'inscrit dans une stratégie globale de soutien à l'économie insulaire. Les travaux menés par le Pôle Observation de l'ATC ont estimé à près de 2% d'augmentation de PIB annuel les effets de la mise en place du dispositif dans sa globalité.

Le dispositif consiste à conclure, après mise en concurrence, des contrats avec les compagnies aériennes s'engageant à offrir et à exploiter, à leur risques et périls, un service de transport aérien régulier entre des aéroports situés dans les zones françaises (4) et européennes (6) et les quatre aéroports de Corse.

12 lots ont été attribués sur les 38 lots, soit Bordeaux/ Ajaccio, Bastia, Figari, Nantes en direction des 4 aéroports Corse, Strasbourg/ Ajaccio et Bastia, Bruxelles/ Ajaccio et Bastia, Rome vers Ajaccio.

Les liaisons nationales ont été opérées par VOLOTEA dès le 1^{er} novembre, les liaisons internationales ne devant débuter qu'à partir du mois d'avril 2026.

Les chiffres transmis par la CCIC, qui détaillent le volume d'arrivée et de départ à partir des trois villes concernées, nous permettent de confirmer les prévisions qui avaient été présentées à l'Assemblée de Corse lors du vote du dernier rapport :

Ce premier retour opérationnel met en évidence des retombées économiques significatives dès la phase initiale du dispositif (en 2025), avec :

- Plus de 15 000 visiteurs induits ;
- Plus de 6 M€ de dépenses directes ;
- Environ 0,6 M€ de TVA locale ;

- Près de 50 k€ de fiscalité de séjour.

La taxe transport étant perçue sur les passagers arrivés et les passagers au départ, la recette supplémentaire pour la CDC est de $33\,280 \times 4.57 = 152\,089.60\text{€}$.

Il apparaît désormais très clairement **que le manque de liaison aérienne en dehors de la saison est le principal élément bloquant du développement d'une activité touristique à l'année en Corse**. Lorsque les routes existent, les touristes répondent présents. Les premiers vols opérés par VOLOTEA ont débuté très rapidement après le vote de l'assemblée de Corse et malgré le peu de temps laissé aux acteurs du tourisme corse pour s'organiser, un volume significatif de visiteurs, que nous n'aurions sans cela jamais accueillis en cette période de l'année, ont fréquenté notre territoire.

Dès lors l'opposition de l'Etat à la mise en œuvre de ce dispositif, à un moment où les crises mondiales et leurs conséquences fragilisent le secteur du tourisme, notamment pour les destinations insulaires, apparaît très préoccupante ; d'autant plus que la validité juridique de ce système, certes très novateur, ne nous semble pas discutable.

b) Promotion et développement du réseau des lignes aériennes : travail en synergie entre les deux institutions

Le travail mené en concertation avec les services des aéroports de Corse et l'ATC permet d'optimiser l'action des deux structures dans le but de convaincre les compagnies aériennes à programmer la destination Corse. Il convient toutefois de rappeler que ces efforts ne sauraient remplacer le dispositif « achat de flux aériens » car ils ne permettent pas le maintien de « routes » en dehors des mois de juin à septembre (au mieux).

Concrètement l'action des services de la CCIC en direction des compagnies aériennes possiblement intéressée est renforcée par la présence du « Tourism Board » à ses côtés. La conjugaison des actions de promotion de l'ATC avec les actions d'incitations aéroportuaires CCI permet de convaincre les compagnies. Des résultats concrets ont été constatés dès 2025 : ouvertures de lignes à Figari par la Lufthansa à partir de l'Allemagne, à Calvi par Edelweiss à partir de la Suisse, maintien de liaisons fragilisées à partir de la Scandinavie...

2. REUNIONS BIMENSUELLES AIR CORSICA

Sous l'égide de l'ATC, des réunions de travail sont organisées deux fois par mois entre la direction de l'ATC et la compagnie régionale Air Corsica. Ces réunions s'inscrivent dans une démarche initiée en 2021, visant à remettre l'ATC dans son rôle de « coordinateur des acteurs du tourisme ».

Considérant que les projets et les ambitions des deux entités sont complémentaires Une concertation pérenne s'est instaurée. Ce partenariat positif vise à contribuer efficacement au développement de la destination Corse en favorisant la connectivité.

L'ATC soutient la compagnie aérienne qui entre dans une phase de développement forte avec l'arrivée d'un 7^{ème} airbus, elle poursuit l'objectif d'augmenter la rentabilité en dehors des lignes de mission de service public.

Le partenariat en quelques chiffres et modes opératoires :

- **Coordination des acteurs**

16 réunions et visioconférences tout au long de l'année

- **Mode opératoire Salons et Workshops**

Participation de la compagnie Air Corsica à 14 salons et workshops sur le stand de l'ATC, majoritairement sur le marché national, sur les filières loisirs et MICE.

- **Ouverture de nouvelles routes**

La compagnie poursuit son objectif de connecter la Corse aux marchés européens porteurs, susceptibles de visiter la destination hors juillet et août.

Un important travail a été mené sur l'Autriche et l'Allemagne, visant à préparer l'ouverture des lignes suivantes :

- Vienne Ajaccio qui sera opérée du 07/06 au 27/09/2026 ;
- Vienne Bastia du 14/06 au 30/09/2026 ;
- Munich Ajaccio du 11/06 au 24/09/2026 ;
- Munich Calvi du 28/06 au 06/09/2026.

Autriche : mise en relation partage de contacts, présentation marché, accompagnement pendant le démarchage, organisation et participation à la Conférence de presse Ambassade Vienne 10/09/25.

Allemagne : présentation de marché, mise en relation Atout France, organisation et participation à la soirée de Munich 13 novembre 2025. (invités : Presse et TO).

- **Collecte de datas**

Réalisation d'une campagne d'emailing à destination de la base de données de la compagnie, qui a donné lieu à la collecte de 33.000 adresses utilisables par l'ATC.

- **Accueil de professionnels**

La Compagnie soutient l'ATC en offrant les billets de transports (hormis les taxes dues) pour les voyages de découvertes de la Corse, tant pour les journalistes que pour les Tour-Opérateurs et agences de voyages.

- **Groupement de commande avec Mabrian Technologies**

La Compagnie participe au groupement de commande avec Mabrian Technologies, qui lui permet l'accès à des données stratégiques, essentielles pour la conquête de nouveaux marchés.

3. TRAVAIL MENE AVEC LA FROTSI ET LES OFFICES DU TOURISME

Le rôle de coordinateur des acteurs du tourisme assumé par l'ATC est notamment concrétisé par le travail mené avec la Fédération des Offices de Tourisme et les Offices de Tourisme.

En 2025, le **cycle de réunions** suivi par la plupart des offices été maintenu en concertation avec la FROTSI, les thématiques suivantes ont été abordées :

- 16/01 : présentation du Label Green Destinations par l'AMO Eurakom ;
- 27/01 : Cycle de visioconférences avec chaque Office de tourisme / Ateliers marketing ;
- 02/05 : Participation de l'ATC au Festival Green Horizon de Calvi / Co animation de l'Atelier dédié au Green destinations avec l'AMI Eurakom en présence des OT ;
- 18/09 : Réunion : booster les candidatures à l'Eco Label Européen sur les territoires et coconstruire le plan d'actions promotion 2026 ;
- 06/10 : Ateliers de travail à Corti (locaux du PNRC) : services promotion et développement ;
- 27/11 : Visioconférence consacrée au plan d'actions Promotion 2026.

Ces rendez-vous seront reconduits en 2026.

4. RDV EN FRANCE – LYON 2025

Le Salon RDV France, organisé par Atout France, constitue le point d'orgue de la saison de promotion pour les acteurs du tourisme institutionnel : l'endroit où l'offre nationale croise la demande mondiale (Tour-Opérateurs et journalistes) autour de rendez-vous préprogrammés.

Le salon s'est tenu à Lyon en 2025 et la Corse, accompagnée de nombreux professionnels et offices de tourisme, était présente.

Cette plateforme de business essentielle pour les destinations, permet aux exposants français de présenter leurs offres aux Tour-Opérateurs et journalistes internationaux. Comme à l'accoutumée, la destination Corse a pu faire valoir ses atouts auprès des professionnels du tourisme venus d'Europe et au-delà.

5. GROUPEMENT DE COMMANDE MABRIAN

L'ATC a créé un groupement de commande relatif à la fourniture de données stratégiques sur le secteur touristique. Les partenaires publics (ADEC, CCIC) et privés (Air Corsica, Gîtes de France/Corse, Cercle des grandes maisons, TO Ollandini Voyage) participent à des réunions mensuelles qui permettent l'analyse des données issues de la plateforme. Ce travail collaboratif a permis de renforcer les liens entre acteurs publics et privés autour de la donnée touristique.

Dans ce cadre, le Pôle Centre de Ressources a assuré un suivi conjoncturel mensuel des données Mabrian, diffusé auprès des partenaires, et a produit de nombreux livrables opérationnels (insights, fiches marchés, analyses prospectives) portant sur les marchés émetteurs, les comportements de consommation, la connectivité aérienne, l'image de destination et les tendances de fréquentation.

Des études spécifiques ont notamment été conduites sur des marchés émergents, notamment l'Europe de l'Est.

6. MAISON DE LA CORSE EN ITALIE

Le projet d'implantation d'une Maison de la Corse en Italie, à Rome, préparé par l'Agence est toujours d'actualité, prêt à être mis en œuvre. Cet outil vise à accroître la clientèle touristique issue de la péninsule, mais également à permettre de nouer des liens économiques et culturels avec la péninsule.

IV. POLE CENTRE DE RESSOURCES

Le Pôle Centre de Ressources nourrit la Direction de l'Agence du Tourisme de la Corse des tendances observées dans le secteur du tourisme en Corse, dans le but de définir des politiques publiques adaptées aux spécificités du territoire insulaire. Il contribue ainsi à objectiver les dynamiques de fréquentation, les flux de mobilité, les comportements de consommation touristique et les évolutions structurelles du secteur.

Le pôle travaille également sur un panel de données stratégiques permettant de définir de manière précise les campagnes marketing et promotionnelles à mener sur les différents marchés émetteurs de la Corse. À travers la production d'insights, de fiches marchés et d'analyses prospectives, il accompagne directement le pilotage des actions promotionnelles de l'agence.

Enfin, le Pôle Centre de Ressources participe à la conduite de chantiers transversaux structurants, notamment dans le domaine de la modernisation des outils d'observation, de diffusion des données et d'amélioration des dispositifs numériques au service des nouveaux usages.

Le Pôle Centre de Ressources intègre principalement :

1. **L'observation du phénomène touristique.** Cette mission consiste à collecter, analyser et interpréter des données sur l'activité touristique en Corse grâce à des outils de suivi et d'analyse renforcés.
2. **Le classement des hébergements touristiques.** Cette compétence attribuée à la Corse par la loi du 22 janvier 2002, vise à garantir la qualité et le confort des établissements d'accueil en Corse. En effectuant des évaluations objectives, le pôle attribue des classements aux hébergements touristiques, fournissant ainsi aux voyageurs des repères fiables et contribuant à la structuration qualitative de l'offre insulaire.

En 2025, le Pôle a consolidé ses compétences techniques et méthodologiques, notamment dans le domaine de l'ingénierie des données, de l'automatisation des traitements et de la valorisation statistique, permettant une montée en puissance progressive des capacités d'analyse et de diffusion.

A. PROJETS TRANSVERSES ET ACTIONS REALISEES

- **Suivi des meublés de tourisme (LIKIBU) – collaboration avec DREAL et AUE.**
Le partenariat engagé avec la DREAL et l'AUE s'est poursuivi en 2025 afin de renforcer l'observation du parc de meublés de tourisme en Corse. Les données issues du prestataire LIKIBU permettent un suivi plus fin des dynamiques territoriales, des capacités d'accueil et des évolutions du marché locatif touristique.
- **Finalisation de l'étude FTI sur le logement des saisonniers – partenariat Atout France, Intercommunalité Sud Corse et cabinet MDP.**
En 2025, le Pôle Centre de Ressources a finalisé l'étude conduite dans le cadre du dispositif France Tourisme Ingénierie (FTI), menée en partenariat avec Atout France, l'Intercommunalité de Sud Corse et le cabinet MDP. Ce travail a permis de consolider un diagnostic partagé sur un enjeu structurant pour l'économie touristique insulaire et de formuler des pistes opérationnelles visant à améliorer les conditions d'accueil des actifs saisonniers.

- **Groupement de commande Mabrian – coopération institutionnelle, suivi conjoncturel et livrables stratégiques.**
Cf. supra chapitre III, Coordination des acteurs.
- **Suivi des données de fréquentation – Flux Vision Orange.**
Le Pôle a poursuivi en 2025 l'exploitation quotidienne des données Flux Vision Orange (FVO), outil structurant pour l'analyse des flux touristiques et des mobilités. Ce travail s'effectue à l'échelle régionale mais également à l'échelle infra-territoriale, en se concentrant sur les intercommunalités et des zones spécifiques. Plusieurs analyses territorialisées ont ainsi été réalisées afin d'éclairer les décideurs publics sur les politiques à mener en matière de gestion des flux, d'aménagement du territoire ou de développement durable. Dans ce cadre, le Pôle Centre de Ressources réalise également, à la demande, des prestations (payantes) spécifiques d'accompagnement auprès d'acteurs publics et privés. Parmi les travaux conduits en 2025 :
 - Étude FVO pour l'EPCI Pieve de l'Ornano (2024 vs 2023) ;
 - Étude FVO pour l'EPCI Spelunca Liamone – Ouest Corse (2024 vs 2023) ;
 - Analyse de la fréquentation touristique en nuitées pour la CAPA (2024 vs 2023).
- **Diagnostics des meublés de tourisme – accompagnement stratégique des territoires.**
Le Pôle a poursuivi en 2025 la réalisation de diagnostics territoriaux relatifs aux meublés de tourisme :
 - Diagnostic pour l'EPCI Centre Corse ;
 - Finalisation du diagnostic pour l'EPCI Cap Corse.
- **Réception des résultats de l'étude ACSEL Banque de France – panorama de l'économie touristique.**
En 2025, le Pôle a réceptionné les résultats de l'étude ACSEL commandée auprès de la Banque de France, portant sur le panorama de l'économie touristique insulaire. Cette analyse constitue un apport structurant pour mieux caractériser le poids économique du tourisme et alimenter les réflexions stratégiques de l'agence.
- **Étude MICE – clôture et opérationnalisation.**
L'année 2025 a permis de clôturer l'étude relative au tourisme d'affaires (MICE) menée par le cabinet Voltere by Egis. Le pôle a contribué à la diffusion des recommandations et à leur opérationnalisation progressive, en lien avec le Pôle Promotion et Marketing.
- **Appui au pilotage des campagnes marketing et promotionnelles.**
Le Pôle a participé activement en 2025 au suivi de l'impact des campagnes promotionnelles menées par l'ATC. Des comités de pilotage internes ont permis d'accompagner l'utilisation opérationnelle des données Mabrian sur les marchés prioritaires : Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Italie, Suisse, Scandinavie, France et bassins français.
- **Organisation des Commissions Observation.**
Deux commissions Observation ont été organisées en 2025 :
 - Commission n°1 du 23 avril 2025 ;
 - Commission n°2 du 26 novembre 2025.
 Ces instances ont permis de partager les résultats conjoncturels, de présenter les productions de l'Observatoire et de renforcer la coordination partenariale.

- **Modernisation des outils d'enquête – adoption de SPHINX.**

Le Pôle a poursuivi en 2025 la réalisation des enquêtes conjoncturelles mensuelles (transports, hébergements, musées, Gîtes de France, activités touristiques). Un changement d'outil a été opéré avec l'adoption de la solution SPHINX pour la diffusion et la gestion des questionnaires.

ANNEXE 3.1 : Les chiffres clés du tourisme corse en 2025

B. OBSERVATION TOURISTIQUE TERRITORIALE



Notes de conjoncture



Etudes et travaux thématiques



Les cahiers du tourisme



L'économie du tourisme

1. NOS PUBLICATIONS « LES CAHIERS DU TOURISME »

L'Observatoire du Tourisme de la Corse a réalisé une série de publications intitulée « Cahiers du Tourisme » dont le but premier consiste à communiquer, de façon régulière, sur des thématiques précises. En 2025, 5 nouveaux Cahiers du Tourisme, **disponibles sur le site professionnel de l'Agence**, sont venus compléter la liste des 29 précédents cahiers :

- CDT n°29 : La Corse, destination MICE ;
- CDT n°30 : La perception du tourisme chez les résidents corses ;
- CDT n°31 : Analyse concurrentielle du tourisme en Sardaigne ;
- CDT n°32 : Analyse Flux Vision Orange – Région Corse 2024 vs 2023 ;
- CDT n°33 : Analyse concurrentielle du tourisme dans les Îles Baléares.

D'autres publications sont en cours de validation auprès de la Direction, avec des sorties prévues au premier trimestre 2026.

ANNEXE 3.2 : Liste des Cahiers du Tourisme produits en 2025

2. SUIVI CONJONCTUREL

La mission Observation du Tourisme poursuit son travail de suivi conjoncturel de l'activité touristique auprès de différents « secteurs » : hébergement marchand, Gîtes de France, meublés de tourisme, transport aérien et maritime, musées, Offices de Tourisme intercommunaux, etc.

Deux notes de conjoncture sont ainsi réalisées chaque mois – une portant sur les hébergements, l'autre les transports – et transmises à l'ensemble des professionnels et organisations du tourisme de la région (plus de 12 000 destinataires).

Ces éléments sont très appréciés par les socioprofessionnels et ils nous en font part tout au long de l'année.

3. DONNEES TRANSPORTS

En 2025, 8,5 millions de passagers ont été transportés dans les ports et aéroports de Corse (arrivées et départs confondus).

Ce chiffre est en hausse de 1,8 % par rapport au résultat de 2024 (8,35 M. de passagers).

Le détail des données 2025 est à retrouver dans l'annexe 3.3.

ANNEXE 3.3 : Détail des données transports

C. CLASSEMENT DES HEBERGEMENTS 2025

En 2025, au titre de la mission classement des hébergements touristiques, le nombre de dossiers traités s'élève à 1 496, soit une augmentation de plus de 21% par rapport à l'année 2024 : 4 villages de vacances, 14 campings, 2 parcs résidentiels de loisirs, 33 résidences de tourisme, 51 hôtels et 1392 meublés de tourisme.

Par ailleurs, l'année 2025 a permis de continuer à renforcer la collaboration entre Atout France et l'Agence du Tourisme de la Corse au sujet du classement des hébergements collectifs.

Ainsi, dans un souci de cohérence avec la procédure en vigueur en Corse et afin d'identifier clairement l'organisme en charge de la décision de classement, l'ATC, qui bénéficie de compétences spécifiques, a obtenu que la Collectivité de Corse ainsi que son logo figurent sur les panonceaux de classement de notre territoire.

Différents travaux entre les deux organisations devraient également permettre, dans le courant de l'année 2026, d'organiser le classement des hébergements marchands directement depuis la plateforme de dématérialisation des demandes de classement, administrée par Atout France. L'Agence du Tourisme de la Corse devrait pouvoir obtenir délégation de gestion du progiciel (administration) pour la zone Corse.

ANNEXE 3.4 : Détail du classement des hébergements en 2025

ANNEXE 3.5 : Panonceaux de classement des hébergements 2025

V. POLE PROMOTION TOURISTIQUE

L'Agence du Tourisme mène des campagnes de communication, organise des opérations événementielles, participe à des salons et workshops dans toute l'Europe, accueille les médias en Corse et édite nombre de documents promotionnels multilingues à destination des publics, ceci pour mettre en relation l'offre et la demande.

La promotion de la destination Corse repose sur trois axes majeurs :

- La promotion au niveau européen de la destination Corse avec 5 marchés prioritaires ;
- La promotion de l'offre touristique des territoires corses en concertation avec les partenaires de l'Agence ;
- La promotion des différentes offres de services mises en place par l'institution.

A. STRATEGIE ET COMMUNICATION

2025 : une année charnière pour le tourisme corse

L'année 2025 constitue une étape déterminante dans la trajectoire touristique de la Corse et dans la mise en œuvre de la stratégie portée par l'Agence du Tourisme de la Corse. Dans un contexte de concurrence internationale accrue et d'évolution des attentes des clientèles, l'ATC a affirmé une ambition claire : positionner durablement la Corse comme une destination attractive, accessible et vivante tout au long de l'année.

Avec 3,97 millions d'arrivées la pertinence de notre modèle de développement est validée. Au-delà de cette performance quantitative, 2025 marque un rééquilibrage des flux touristiques en avant et après saison malgré le manque de liaisons aériennes en dehors de l'été. L'obtention du label Green Destinations, niveau « Or » vient consacrer cette dynamique en reconnaissant l'engagement du territoire en faveur d'un tourisme responsable et équilibré.

Accessibilité et rayonnement : les leviers d'une croissance maîtrisée

La performance de l'année repose en grande partie sur le renforcement de la connectivité, levier essentiel d'attractivité. Le transport aérien, représentant désormais 51 % des arrivées, a bénéficié d'une augmentation de l'offre de sièges, facilitant l'ouverture vers les marchés européens même si les liaisons aériennes restent toujours quasi inexistantes une grande partie de l'année contrairement à nos concurrents méditerranéens.

Cette accessibilité accrue s'est accompagnée d'une stratégie de promotion offensive et structurée, déployée sur 14 marchés internationaux. Les partenariats de co-marketing avec des acteurs majeurs tels qu'Air Corsica, Lufthansa, Skyscanner ou Expedia ont permis d'optimiser les investissements et d'atteindre des niveaux de performance remarquables, illustrés notamment par un retour sur investissement record sur le marché britannique.

Une stratégie expérientielle au service de la désaisonnalisation

L'année 2025 marque une évolution majeure dans le positionnement de la destination. Il ne s'agit plus uniquement de promouvoir un territoire, mais de valoriser une diversité d'expériences en s'adressant à des communautés d'affinités.

Les atouts de la Corse toute l'année, outdoor, vélo, randonnée, plongée, oeno-gastronomie culture, sont désormais appréhendés comme autant de vecteurs d'expériences immersives. Cette approche a permis de déconstruire les représentations liées au surtourisme estival et de promouvoir une destination fluide, accessible et riche en toutes saisons sous réserve d'accessibilité.

Un déploiement opérationnel structuré et performant

La mise en œuvre de cette stratégie s'est appuyée sur un dispositif opérationnel dense, articulé autour de plus de 120 actions médias. Cette dynamique repose sur une complémentarité entre visibilité grand public et prescription professionnelle.

Les actions de presse et d'influence ont permis d'assurer un rayonnement médiatique qualitatif, tandis que les Eductours ont renforcé l'appropriation de l'offre par les professionnels du tourisme.

Parallèlement, les campagnes Créatives innovantes telles que « Cet été, venez en... » et « Find your own beauty » ont contribué à renouveler l'image de la destination.

Le segment du tourisme d'affaires (MICE) a également connu une progression significative, avec l'organisation d'événements structurants renforçant l'attractivité de la Corse sur ce marché stratégique.

La donnée et le digital : piliers de la performance

L'année 2025 consacre la transformation digitale engagée par l'ATC. Avec un mix média dominé par le digital, les campagnes ont généré plus de 15 millions d'impressions, témoignant d'une stratégie de diffusion efficace et ciblée.

La constitution d'une base de données qualifiée de plusieurs dizaines de milliers de contacts représente désormais un actif stratégique majeur que nous allons développer en 2026. Elle permet d'inscrire les actions dans une logique de pilotage par la donnée, en affinant la connaissance et le ciblage des clientèles et en optimisant l'efficacité des campagnes.

Une plateforme de marque renouvelée : « L'Île de toutes les beautés »

En 2025, l'ATC a engagé un nouveau cycle narratif affirmant un positionnement renouvelé autour du concept de « L'Île de toutes les beautés ».

Ce territoire d'expression s'articule autour de deux axes complémentaires :

- Une approche audacieuse et décalée avec « **Cet été, Venez en...** », valorisant la destination hors saison ;
- Une dimension émotionnelle et universelle avec « **Find your own beauty** », invitant chaque visiteur à vivre une expérience personnelle et unique.

Ce repositionnement contribue à faire évoluer l'image de la Corse, de destination contemplative à destination expérientielle.

Une exigence d'exécution au service de la cohérence de marque

Le succès de cette stratégie repose également sur la rigueur de son exécution. La cellule communication promotionnelle joue un rôle central dans la garantie de la cohérence des prises de parole, la qualité des supports et le respect de l'identité visuelle.

L'optimisation continue des assets et des kits médias permet une adaptation agile aux différents marchés, tout en assurant une image homogène, qualitative et premium de la destination.

2026 : vers une Corse « Green & Premium »

Le présent rapport d'activité s'inscrit dans la continuité de cette dynamique. L'année 2025 ne constitue pas un aboutissement, mais le socle d'une stratégie ambitieuse tournée vers l'avenir.

Pour 2026, l'ATC entend renforcer le positionnement d'une Corse « & Premium », en poursuivant les investissements dans l'innovation, notamment en matière d'intelligence artificielle et d'outils numériques, et en consolidant ses partenariats structurants.

À travers l'ensemble des actions présentées, ce rapport témoigne de la capacité de l'ATC à relever les défis d'un tourisme moderne, performant et responsable, au service du territoire et de son attractivité durable.

DIGITAL et DATA : la performance au service de l'engagement

En 2025, l'ATC a franchi un cap stratégique en transformant sa gestion de la donnée d'un mode artisanal (fichiers Excel, collecte manuelle) vers un socle data consolidé et industrialisé. Cette mutation repose sur une collaboration étroite avec notre partenaire spécialisé, Numberly, visant à construire une base CRM qualifiée pour un pilotage marketing de précision.

Une stratégie de collecte multi-marchés et multicanale

L'objectif prioritaire a été d'enrichir massivement notre base de contacts qualifiés sur le marché français et nos marchés européens clés (Suisse, Allemagne, Belgique). Pour y parvenir, nous avons déployé deux types de dispositifs complémentaires :

- Dispositifs Pérennes : mise en place de formulaires d'inscription automatiques sur le site *visit-corsica* en versions française, italienne et anglaise, ainsi qu'un formulaire dédié au marché B2B ;
- Opérations ponctuelles et de « gamification » : le recours à des mécaniques ludiques a permis de générer des volumes importants de contacts ;
- Bilan de Collecte : au 5 novembre 2025, ces actions ont permis de rassembler 34 760 contacts opt-ins email, dont 34 069 sur le segment B2C et 626 sur le segment B2B.

Qualification et Segmentation : vers une Connaissance Client 360°

Au-delà du volume, l'enjeu a été la qualification des profils. Chaque point d'entrée en base permet désormais de segmenter nos audiences selon des critères précis :

- Socio-démographiques et géographiques (marchés prioritaires) ;
- Centres d'intérêt (Outdoor, Cyclisme, Randonnée, Plongée, Culture, MICE...). Cette segmentation fine permet d'adresser des communications personnalisées en fonction des appétences réelles de chaque prospect.

Activations CRM et automatisation (marketing automation)

L'animation de cette base est désormais opérée via la Numberly Martech Platform, un outil intégrant l'IA générative pour l'optimisation des objets et contenus :

- Cycles « Welcome » Personnalisés : mise en production d'un parcours automatisé de bienvenue en trois étapes (J+1, J+4, J+7), adapté selon la langue du marché (FR, IT, EN). Ce cycle nourrit la relation client dès l'inscription en présentant les activités de l'île de manière personnalisée ;
- Performance des Campagnes : les premières campagnes envoyées en 2025 affichent des résultats solides avec un taux de réactivité moyen de 12,7% et un taux d'ouverture de 20,3% au

global. Les campagnes automatiques (Welcome) se distinguent particulièrement avec un taux d'ouverture exceptionnel de 55,6%.

Reporting et pilotage par la data

Pour garantir la transparence et l'optimisation continue du ROI, l'ATC dispose désormais de trois tableaux de bord (Dashboards) interactifs permettant de suivre en temps réel :

- Les performances du site visit-corsica ;
- L'état de la base de données (connaissance client) ;
- L'efficacité des campagnes emailing.

Cette infrastructure data robuste constitue aujourd'hui un actif stratégique pour l'ATC, nous permettant de transformer chaque interaction digitale en une opportunité de conversion pour la destination Corse.

SEO et stratégie de référencement

En 2025, l'ATC a engagé une refonte profonde de sa stratégie de référencement naturel (SEO) avec le partenaire Chirripo. L'enjeu n'est plus seulement d'être présent sur les moteurs de recherche, mais d'imposer *visit-corsica.com* comme la référence absolue à travers des contenus précis, ciblés et une structure technique irréprochable.

Assainissement et optimisation technique

Un audit technique rigoureux a permis de lever des freins majeurs à l'indexation et d'optimiser le « crawl » (l'exploration) du site par les moteurs de recherche :

- Restructuration des URLs et gestion du duplicate content : un travail de fond a été mené pour uniformiser la structure des URLs (généralisation du répertoire / fr). Cela a impliqué la mise en place de redirections 301 systématiques et le nettoyage des bases de données pour supprimer toute ambiguïté technique, garantissant ainsi que seule la version officielle des pages soit indexée ;
- Balisage stratégique : le déploiement systématique de balises *canonical* et *no-index* sur les contenus multi-positionnés a permis de clarifier l'architecture du site aux yeux de Google, évitant ainsi les pénalités liées au contenu dupliqué ;
- Optimisation de l'indexation multilingue : afin de soutenir notre ambition sur les marchés étrangers, des *sitemaps* spécifiques pour chaque langue (EN, IT, DE, NL) ont été recréés et déclarés. Cette structuration permet aux moteurs de recherche de mieux comprendre et de mieux valoriser l'offre corse à l'international.

Une stratégie de contenu thématisée et qualifiée

Parallèlement aux chantiers techniques, le SEO a été mis au service d'une ligne éditoriale plus fine :

- Sujets ciblés et « Longue Traîne » : la création de contenus thématiques (Outdoor, Gastronomie, Culture) répondant à des requêtes précises des internautes a été privilégiée. Cette approche a permis de capter une audience qualifiée en phase de recherche d'expériences spécifiques ;
- Garantie de l'Expérience Utilisateur : en travaillant sur la propreté du code et la redirection des erreurs, la fluidité de navigation a été améliorée, un facteur devenu clé pour le positionnement SEO.

Pilotage et audit continu

Cette stratégie de référencement organique est conçue comme un cycle d'amélioration continue. La collaboration étroite entre les équipes de l'ATC, l'agence web et des experts SEO permet d'auditer en permanence les environnements de pré-production et de production. Ce contrôle qualité strict garantit que chaque nouvelle fonctionnalité ou chaque nouveau contenu contribue positivement à la puissance globale de notre domaine.

Stratégie social media et influence : une narration au rythme des saisons

En 2025, l'écosystème digital de l'ATC a franchi une étape clé en passant d'une communication d'image à une communication d'incarnation. Le fil conducteur de notre stratégie repose sur une synchronisation parfaite entre la temporalité des accueils, la diversité des thématiques et l'évolution des comportements des voyageurs, de plus en plus en quête d'authenticité et de séjours courts.

Une temporalité maîtrisée pour répartir les flux

L'ensemble des 15 opérations d'influence et de création de contenus UGC a été cadencé pour couvrir le cycle annuel et casser le réflexe du « tout-été » :

- **Hiver & Printemps : l'Âme et le Sport.** La stratégie a débuté par la campagne « La Corse en hiver », valorisant les savoir-faire artisanaux et les activités praticables toute l'année. L'accueil de la Team Salomon à Zonza (sentiers du Mare a Mare) a permis de capter l'attention des communautés sportives dès le début d'année ;
- **Saisons de Transition : l'Éclat des Foires et de l'Outdoor.** Le fil conducteur s'est poursuivi avec la couverture des foires locales (A fiera di u casgiu, A fiera di u vinu, Festi Bocca, La Santa di Niolu). Ces temps forts, portés par des créatrices de contenu, ont mis en lumière la vitalité culturelle de l'île au printemps et à l'automne ;
- **Été Indien & Automne : la Douceur Durable.** En ciblant les thématiques du nautisme en arrière-saison et des activités de pleine nature (Restonica Trail), nous avons répondu à l'évolution des comportements vers un tourisme plus respirant et contemplatif ;
- **Valorisation de l'Expérience « City Break » :** à travers des collaborations avec des profils comme @travelwithtaste ou @borghingordi, nous avons prouvé que la Corse est une destination de séjours courts, dynamiques et accessibles 365 jours par an notamment grâce à la mise en œuvre du dispositif « achat de flux aériens » à partir de novembre 2025 ;
- **Patrimoine d'Assets Durables :** les contrats négociés garantissent une cession des droits sur 3 ans (usage organique et paid). Cela permet à l'ATC de disposer d'une base de données visuelle authentique, pérenne et déconnectée des clichés publicitaires classiques.

Chiffres 2025

Cette cohérence entre calendrier et contenus a généré une croissance record et un engagement qualitatif :

- **Instagram (@visitcorsica) :** +14 200 abonnés (49,3 K au total) et 1,5 million d'impressions ;
- **Facebook :** +4 900 abonnés (97,4 K au total) et 2,8 millions d'impressions ;
- **Internationalisation :** une visibilité accrue sur les marchés prioritaires (Allemagne, Belgique, Italie) grâce à des ambassadeurs étrangers produisant des contenus adaptés à leur audience locale.

ANNEXE 4.1 : Visuels campagne 2025

ANNEXE 4.2 : Visuels des campagnes social media 2025

Une Communication Engagée (Label Green Destinations « Or »)

Ce fil conducteur valorisant l'identité corse qui lie événements, saisons et rencontres humaines, est le socle de notre stratégie de tourisme durable. En orientant les voyageurs vers les acteurs locaux et les territoires d'intérieur, nous donnons du sens à la découverte de la Corse tout en préservant son équilibre, un effort couronné par l'obtention du niveau Or du label Green Destinations.

Gamme des Éditions Promotionnelles : un design renouvelé et des contenus ciblés

En 2025, la cellule communication promotionnelle a mené un travail de fond pour moderniser et enrichir ses supports physiques, outils indispensables pour nos chargés de marchés et les Offices de Tourisme. L'enjeu a été de concilier mise à jour stratégique et montée en gamme graphique.

- La Carte Généraliste : support incontournable sur les salons et workshops. La carte a bénéficié cette année d'une refonte visuelle complète. Son nouveau design, plus moderne et épuré, améliore la lisibilité de l'offre tout en affirmant la nouvelle identité de marque ;
- La Carte Outdoor : ce support stratégique a été intégralement révisé. Il répond à la demande du visiteur actif et valorise la diversité des terrains de jeux insulaires (plongée, nautisme, randonnée, vélo...) ;
- Le Dépliant GT20 : véritable succès éditorial. Le support dédié à la Grande Traversée à vélo a également été remis à jour avec un nouveau design. Il continue de positionner la Corse comme une destination phare de l'itinérance douce ;

Le Dépliant « Randonnées Découverte », la nouveauté : fruit d'une collaboration étroite avec le Parc Naturel Régional (PNR) de Corse, ce nouveau support met en lumière les itinéraires de moyenne montagne. Il invite à explorer une Corse authentique et secrète. Ce « trois-volets » technique et pratique est disponible en français et italien.

ANNEXE 4.3 : Exemples de la gamme d'éditions

Dispositif de communication « Achat de flux » – Campagne Automne / Hiver 2025

En complément de sa stratégie annuelle, l'ATC a déployé un dispositif d'envergure de novembre à décembre 2025, faisant suite au vote de l'Assemblée de Corse du 2 octobre. Cette opération « Achat de flux aériens » marque une accélération sans précédent dans la stratégie de désaisonnalisation, avec pour objectif de transformer l'accessibilité hivernale renforcée en fréquentation réelle.

Une stratégie de conversion à 360°

L'objectif de ce plan média spécifique a été de positionner la Corse comme la destination évidente pour les escapades de fin d'année. Pour ce faire, l'ATC a activé un écosystème complet de communication :

- **Visibilité et notoriété** : une présence forte dans les lieux de flux (affichage en gares, espaces de travail) et sur les réseaux sociaux pour capter l'attention dès la phase d'inspiration ;
- **Engagement et résonance** : le déploiement de contenus éditoriaux et de landing page dédiés a permis de nourrir l'imaginaire des voyageurs en quête d'authenticité hivernale ;

- **Performance et Achat** : en s'appuyant sur des partenariats stratégiques avec les grands acteurs de la distribution de voyages, l'agence a ciblé prioritairement les publics à haute intention de départ pour déclencher l'acte de réservation.

Un levier de croissance pour la filière

Au-delà de la puissance digitale (réseaux sociaux, newsletters qualifiées, bannières interactives), ce dispositif a joué un rôle de catalyseur pour l'ensemble des professionnels de l'île. En unifiant le message de l'ATC associé aux Offices de Tourisme, des transporteurs et des hébergeurs, nous avons offert une visibilité cohérente et haut de gamme à l'offre corse.

Cette offensive de fin d'année démontre la capacité de l'ATC à mobiliser des outils marketing de pointe pour répondre à un enjeu de territoire majeur : **faire de la Corse une destination vivante et attractive 365 jours par an.**

B. NOS ACTIONS SPECIFIQUES SUR LES MARCHES

En 2025, l'ATC a déployé une stratégie de promotion structurée et cohérente sur ses marchés prioritaires, articulée autour d'un double objectif : renforcer la notoriété de la destination et stimuler la conversion. Fortement digitalisé, le mix média a permis d'optimiser l'ensemble des leviers de communication, digitaux et traditionnels en privilégiant les dispositifs orientés performance et réservation.

Les partenariats avec les transporteurs, tour-opérateurs et plateformes de réservation ont constitué un axe central du plan d'actions. Les campagnes co-brandées (co-financées) menées tout au long de l'année ont soutenu la dynamique de réservation, notamment sur les ailes de saison, tout en renforçant l'accessibilité de la Corse sur les marchés européens stratégiques et en optimisant l'action publique.

Parallèlement, l'animation du réseau professionnel s'est traduite par une présence active sur plus de 40 salons, workshops et événements BtoB et MICE. Ces rendez-vous ont favorisé la mise en relation directe entre l'offre et la demande, contribuant à la mise en marché des produits touristiques corses et à la structuration des filières prioritaires (outdoor, vélo, plongée, tourisme d'affaires). Nous avons été accompagnés par 72 partenaires (OT, Tour-Opérateurs, Transporteurs, prestataires d'activités,...).

L'année a également été marquée par un déploiement opérationnel soutenu dès le premier trimestre, avec une présence affirmée sur des salons majeurs en France et à l'international (Salon de la Plongée, Pure Meetings & Events, Tourissima, Fiets & Wandelbeurs, Occy'gène, Destinations Nature, roadshows en Italie, IFTM), confirmant la capacité d'anticipation et de coordination des équipes.

ANNEXE 4.4 : Salons et workshops

Le détail de notre action sur les différents marchés européens est précisé au sein des annexes 4.5 à 4.9.

ANNEXE 4.5 : Zone Europe du Nord
ANNEXE 4.6 : Zone Europe Centrale
ANNEXE 4.7 : Zone Europe du Sud
ANNEXE 4.8 : Marchés d'opportunité
ANNEXE 4.9 : Le Tourisme d'Affaires

C. NOS ACTIONS DE PROMOTION SUR LE TERRITOIRE

Dans le cadre de son plan d'actions annuel, l'Agence du Tourisme de la Corse déploie une stratégie active et structurée d'accueils presse, considérée comme un levier majeur de notoriété, d'image et de désaisonnalisation.

Chaque année, des journalistes issus de la presse écrite, audiovisuelle et digitale en provenance d'Allemagne, Belgique, Suisse, Grande-Bretagne, Scandinavie, France, Italie, Pays-Bas, Autriche et d'autres marchés prioritaires sont accueillis sur le territoire. Ces accueils permettent de valoriser la diversité de l'offre insulaire et ses filières stratégiques (cyclotourisme, outdoor, plongée, gastronomie, culture, art de vivre, MICE), tout en mettant en lumière une Corse attractive toute l'année, notamment en avant et arrière-saison.

En complément, l'Agence organise de nombreux Eductours à destination des professionnels du tourisme (tour-opérateurs, agences de voyages, transporteurs, prescripteurs). Ces opérations visent à renforcer la connaissance de la destination, à faciliter la mise en marché des produits touristiques corses et à soutenir la conversion commerciale sur les marchés ciblés.

Enfin, les actions de prospection, menées notamment à travers l'accueil en Corse de professionnels européens ainsi que l'organisation d'opérations d'envergure sur le segment MICE, ont permis de générer des opportunités concrètes de développement commercial. Ces initiatives stratégiques contribuent à affiner le positionnement de la Corse dans un environnement méditerranéen concurrentiel, en intégrant les évolutions des comportements de consommation et en s'inscrivant dans une démarche d'amélioration continue fondée sur l'analyse des données et les retours marchés.

ANNEXE 4.10 : Relevé détaillé des accueils organisés par l'ATC

VI. POLE INGENIERIE-DEVELOPPEMENT

Les missions du Pôle Ingénierie-Développement convergent toutes vers l'amélioration de l'offre de la destination Corse sous l'angle d'un développement durable de l'activité touristique conformément aux préconisations du PADDUC : « *Faire du couple Environnement/Identité le moteur de la croissance ... avec pour ambition de positionner la Corse comme la destination méditerranéenne de référence.* »³

C'est également l'annexe n° 8 du PADDUC valant Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique (SODT) qui précise que « *aucune autre activité économique que le tourisme n'a autant intérêt à préserver la qualité de l'environnement* ». ⁴

Ce travail sur l'offre s'opère de diverses manières : des aménagements publics aux projets d'entreprises privées, dès lors qu'ils correspondent à la politique de soutien au tourisme de la Collectivité de Corse votée par l'Assemblée de Corse.

L'ATC soutient les investissements ainsi que l'ingénierie et l'accompagnement nécessaires aux projets dans une logique de protection des milieux et des ressources, de préservation des paysages et de la biodiversité, de cohésion sociale et de solidarité entre les territoires.

L'objectif est de tendre vers une dynamique de développement suivant des modes de production et de consommation responsables et autocentrés participant à une répartition optimale de la fréquentation touristique dans le temps et dans l'espace et produisant également un effet de levier sur les autres secteurs d'activité.

Les évolutions du Guide des aides au tourisme, adoptées par l'Assemblée de Corse le 23 mai 2025, traduisent cette volonté de faire de la Corse une destination durable, singulière dans son identité, compétitive et résolument orientée vers la qualité. Ils permettent d'ajuster les dispositifs aux réalités du terrain, d'accompagner les transitions en cours et de soutenir les filières d'avenir.

Un bilan à mi-parcours a confirmé l'utilité des divers dispositifs, tout en révélant les ajustements nécessaires pour mieux répondre aux besoins, renforcer l'efficacité des investissements et accompagner les mutations du secteur touristique.

En effet, depuis plus de deux ans, le dispositif d'aide au tourisme adopté par l'Assemblée de Corse le 28 avril 2022 a accompagné la structuration de notre destination : 6,85 M€ de subventions ont été attribuées à 195 projets, tandis que 6,72 M€ d'avances remboursables ont soutenu 34 initiatives, dont 11 créations.

Les avancées du dispositif reposent sur une coopération étroite entre la Collectivité de Corse, l'Agence du Tourisme de la Corse et de nombreux partenaires : Chambres consulaires, Parc naturel régional, Conservatoire du Littoral, AUE, ADEC, ODARC, Offices de Tourisme, CAUE, opérateurs maritimes et aériens, parmi d'autres présents et futurs. Une action cohérente, concertée et transversale.

Cette transversalité garantit la cohérence des investissements et permet de soutenir des démarches structurantes : transition écologique du nautisme, montée en gamme de la randonnée, valorisation du

³ PADDUC - PADD - Orientation stratégique n°5 « *Etablir un tourisme durable, fondé sur l'identité, largement réparti sur l'année et sur les territoires* », page 125

⁴ Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique, page 11

patrimoine, promotion d'activités écotouristiques sur le milieu marin ou sur terre, nouvelles mobilités touristiques ou encore annualisation des liaisons aériennes.

Afin de continuer à accompagner efficacement les acteurs publics et privés, les amendements proposés en 2025 relèvent de deux catégories : l'amélioration de mesures existantes et la création de nouvelles mesures.

Amélioration des mesures existantes

Elles visent notamment à :

- Revoir la trame des contrats de développement territorialisés (Mesure 1.2) pour une meilleure efficience ;
- Renforcer la prise en compte du handicap (Mesure 1.3) avec un taux porté à 80 % et une base éligible abaissée à 10 000 € ;
- Encadrer la transition écologique du nautisme (Mesure 1.4) en cohérence avec les décisions de l'Assemblée ;
- Étendre le soutien aux labellisations à la phase de certification (Mesure 2.2) ;
- Préciser les conditions d'intervention pour les événements afin d'optimiser leur impact et l'image de la destination (Mesure 2.6) ;
- Exclure les événements récurrents du champ du tourisme d'affaires pour diversifier les retombées (Mesure 2.7) ;
- Affiner la mesure de soutien à l'emploi hôtelier en ciblant les CDD de plus de 6 mois (Mesure 3.2).

Création de mesures nouvelles

Deux priorités structurantes émergent ;

- Mesure 1.5 - Un tourisme durable valorisant l'identité du peuple corse, via l'intégration de la langue dans les projets touristiques ;
- Mesure 2.5 - Le soutien au développement du cyclotourisme, prolongement naturel de la dynamique engagée autour de la GT20 et de la montée en puissance de la Corse en tant que « Destination vélo ».

La synthèse de l'activité 2025 est le reflet des principes et évolutions précédemment évoqués.

A. DEVELOPPER ET VALORISER L'OFFRE TOURISTIQUE : AMELIORER L'OFFRE TOURISTIQUE POUR ACCROITRE L'ATTRACTIVITE ET LA COMPETITIVITE

1. LES OUTILS ET SOUTIENS FINANCIERS AUX PORTEURS DE PROJETS

a) Le soutien financier par l'aide directe : individualisation de subventions

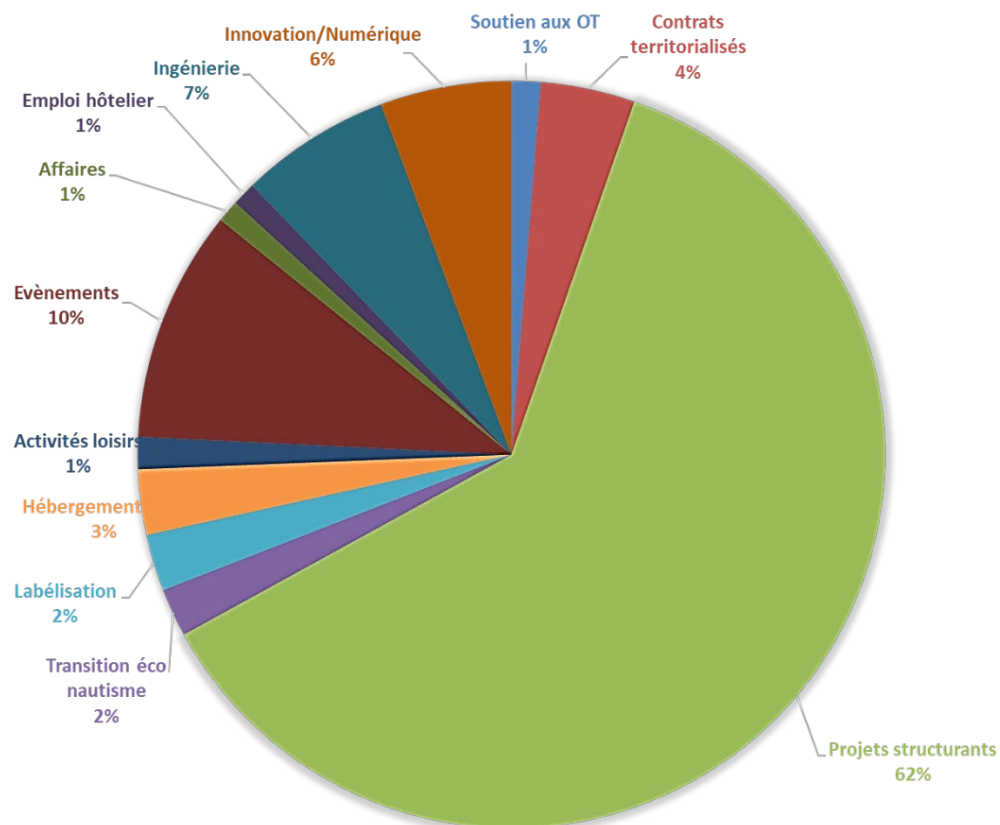
Lors des trois Bureaux de l'ATC qui se sont tenus au cours de l'année 2025, 92 dossiers ont été soumis au vote et ont donné lieu à l'individualisation de **2 940 973 €** de subventions soit une moyenne de **30 319 €** par dossier.

Toutes les mesures du Guide des Aides 2022-2027 ont été sollicitées et utilisées pour presque 3M€ de subventions.

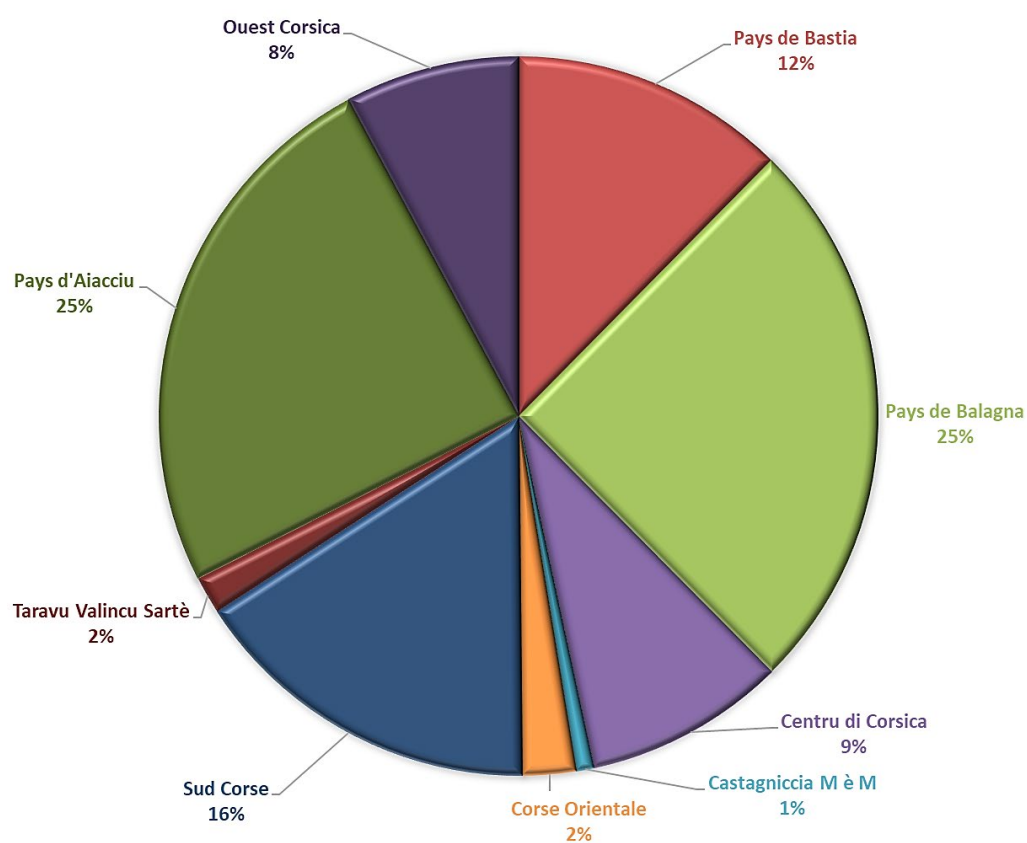
En 2025, le financement des projets publics représentait 75% du volume d'aide contre 25% pour les projets portés par des structures privées.

	BUREAU 23 AVRIL	BUREAU 23 JUILLET	BUREAU 26 NOVEMBRE	NOMBRE DOSSIERS	TOTAUX
1.1 SOUTIEN OT	-	-	36 918 €	3	36 918 €
1.2 CONTRATS TERRITORIALISES OT	-	120 000 €	-	2	120 000 €
1.3 PROJETS STRUCTURANTS	371 039 €	894 754 €	547 954 €	15	1 813 747 €
1.4 TRANSITION ECOLO. NAUTISME	61 404 €	-	-	1	61 404 €
2.2 HEBERGEMENT : LABELISATION	22 244 €	14 552 €	35 384 €	12	72 180 €
2.3 HEBERGEMENT RURAL : AIDE DIRECTE	26 697 €	-	56 400 €	4	83 097 €
2.4 ACTIVITES LOISIR	-	-	40 877 €	1	40 877 €
2.5 EVENEMENTS	64 202 €	76 265 €	154 664 €	25	295 131 €
2.6 TOURISME D’AFFAIRES	-	-	28 775 €	1	28 775 €
3.2 EMPLOI HOTELIER	-	15 000 €	15 000 €	2	30 000 €
4.1 INGENIERIE	124 106 €	25 600 €	42 177 €	8	191 883 €
4.2 INNOV. /NUMERIQUE	52 581 €	37 758 €	76 622 €	18	166 961 €
TOTAUX	722 273 €	1 183 929 €	1 034 771 €	92	2 940 973 €

Ventilation par mesures



Ventilation territoriale



La mesure « Projets structurants » représente à elle seule 62% du volume de subventions attribué alors qu'elle ne s'élève qu'à 16% des dossiers traités. Comme l'indique son intitulé, cette mesure permet à des entités publiques de réaliser des projets d'investissements structurant pour le développement touristique, projets dont le coût est souvent très élevé.

A titre d'exemple, parmi les projets structurants financés cette année :

- Communauté de Communes de l'Alta Rocca, site de Piscia di Gallu, sécurisation et valorisation du sentier d'accès à la cascade, 86 000 € de subvention ATC ;
- Aménagement marine d'Albu, commune d'Ogliastru, 239 000€ de subvention ATC ;
- Commune de Lumiu, aménagement du sentier littoral, 245 000€ de subvention ATC ;
- Commune de Lumiu, accès PMR port et plage St Ambrogio, 178 000€ de subvention ATC ;
- Syndicat Mixte Sanguinaires-Parata, opération Grand Site, 300 000€ de subvention ATC ;
- Commune de Cutuli-Curtichjatu, sentier patrimonial Castidda - Curtichjatu, 159 000€ de subvention ATC.

Les mesures les plus consommatrices en volume de subvention sont ensuite celles dédiées aux événements (10%), à l'ingénierie (7%) et au numérique (6%). Si ces 3 mesures ne totalisent « que » 15% du volume des subventions attribuées, elles représentent en revanche 55% des dossiers. Le dynamisme des dossiers afférents à la labélisation, Ecolabel Européen majoritairement, est constant et significatif avec une douzaine de demandes.

La répartition territoriale des aides montre une concentration habituelle sur 4 territoires avec 78% des subventions attribuées :

- Pays de Balagna 25%
- Pays ajaccien 25%
- Sud Corse 16%
- Pays de Bastia 12%

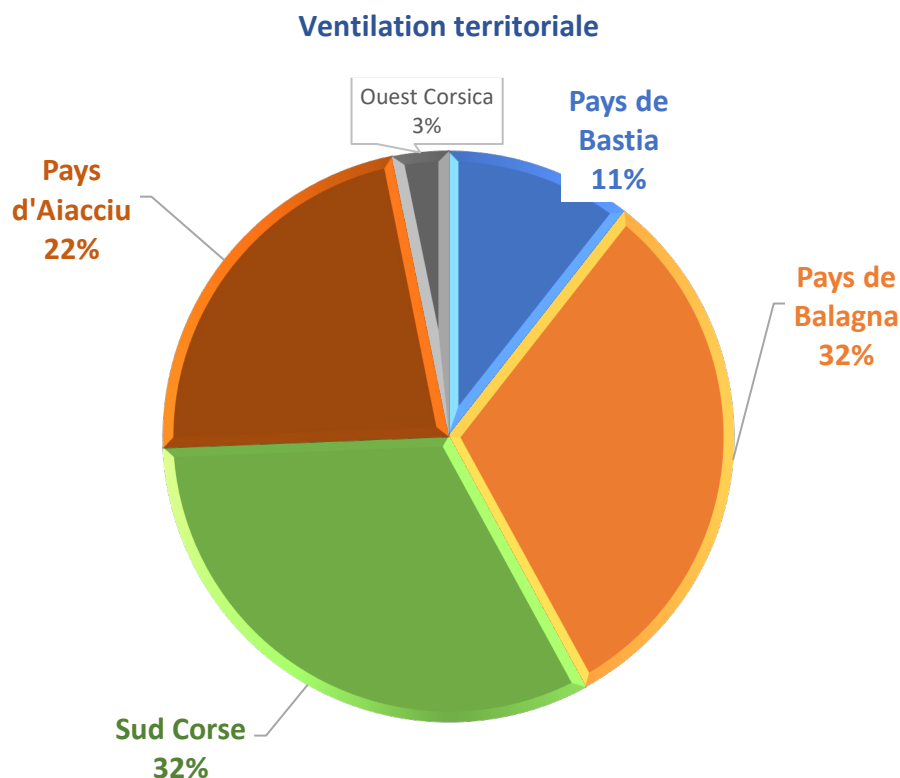
Le territoire le plus intérieur, Centru di Corsica, n'étant pas le moins dynamique parmi les 9 avec 9% du total des aides mobilisé, juste devant Ouest Corsica, territoire doté d'un grand littoral.

EN SYNTHESE

- Un montant d'individualisation en augmentation de 0,4 M€ par rapport à 2024
- Un volume moyen par dossier en légère hausse
- 84% des individualisations portent sur 4 mesures (projets structurants, événements, ingénierie, numérique)
- 23% des dossiers concernent les Offices de Tourisme (21 dossiers)
- 25% des dossiers concernent les communes et intercommunalités (23)

Le dispositif d'avance remboursable pour lequel l'ATC a créé un fonds, le FRCT (Fonds Régional Corse du Tourisme), fonctionne depuis 2010. Ce fonds est confié à un opérateur bancaire via une mise en concurrence ; la CADEC en est l'actuel attributaire.

En 2025, l'ATC a octroyé **1 893 000 €** d'avance remboursable à taux zéro qui ont permis à **13** projets, dont **1** création, de réaliser **10.3** millions d'Euros d'investissements soit un prêt à taux zéro moyen de **145 615 €** pour un investissement moyen de **791 000 euros**.



La répartition territoriale laisse apparaître une forte dynamique d'investissements sur les deux territoires historiquement leader en termes d'offre hôtelière : Sud Corse et Balagna qui totalisent presque les deux tiers du volume d'avance remboursable octroyée.

Inversement, les territoires à faible capacité d'accueil hôtelière utilisent peu ce dispositif, 3% pour Ouest Corsica, voire pas du tout pour d'autres (Corse Orientale, Castagniccia Mare à Monti, Centru di Corsica, Taravu-Valincu-Sartinese).

Les 13 dossiers financés correspondent tous à des hôtels de tourisme dont une création à Calvi.

EN SYNTHESE

- Une baisse du volume d'AR par rapport à 2024
- Un montant d'AR par dossier stable
- Une moyenne d'investissement à la baisse
- 1 création d'hôtel

Sur la programmation 2014-2020, l'ATC a assuré le rôle de service instructeur de la mesure PI6C du PO FEDER : « *Conservation, protection, promotion et développement du patrimoine naturel et culturel* ».

Le bilan du PO FEDER 14-20 a été réalisé en 2025, il a donné lieu à un rapport final de mise en œuvre dont nous pouvons tirer les enseignements qui suivent concernant la mesure dont l'ATC avait la charge.

FEDER-FSE en quelques lignes

Le **FEDER est un** fond de l'Union européenne destiné à soutenir le développement des territoires. L'Union Européenne alloue ces financements aux États et aux Régions qui les utilisent pour cofinancer des projets. Le **FEDER** soutient notamment l'innovation, les infrastructures et la transition écologique. Ce fond permet à l'Europe de soutenir concrètement des projets sur les territoires et de réduire les écarts de développement entre régions.

Contexte général de la programmation 2014-2020 en Corse

Le programme FEDER–FSE Corse 2014-2020 comportait 7 axes opérationnels (6 pour le FEDER, 1 pour le FSE). Il regroupe un grand nombre de thématiques qui constituent les enjeux économiques, sociaux et environnementaux prioritaires de la Corse.

Positionnement stratégique de la mesure dédiée au Tourisme (PI6C) dans le programme : une priorité en cohérence avec la stratégie régionale

Le **Tourisme** occupe une place stratégique au sein de cette programmation, intégré à l'Axe 5 « **Préserver et valoriser durablement les atouts environnementaux et culturels du territoire** », la priorité d'investissement (6c) s'inscrit directement dans les orientations du PADDUC :

- Mise en tourisme maîtrisée des patrimoines,
- Équilibre littoral / intérieur,
- Diversification territoriale de l'offre,
- Allongement de la saison touristique,
- Préservation des sites emblématiques

Le **Pôle Ingénierie & Développement de l'Agence du Tourisme de la Corse**, associé à l'élaboration du programme, a eu la responsabilité de sa mise en œuvre opérationnelle notamment, par l'instruction de demande de financement au titre de la Priorité d'investissement 6(c) : « **Conservation, protection, promotion et développement du patrimoine naturel et culturel** ».

► **24 projets pour 23,8 millions d'investissement dont 11,6 millions de FEDER : une véritable visibilité sur les territoires pour lequel cette ressource est devenue vitale.**

CHIFFRES CLES - PI 6C TOURISME

- 24 opérations instruites par l'ATC
- 23 796 222€ d'investissements
- 11 623 664€ de FEDER programmés
- 10,4 M€ versés
- 8,2% de l'enveloppe UE totale
- 49% de taux moyen de cofinancement

Il s'agit exclusivement d'opérations structurantes relevant de la valorisation patrimoniale, de la mise en tourisme, de l'aménagement de sites, de la structuration d'itinéraires, de la modernisation d'équipements culturels et touristiques.

Le patrimoine comme moteur de développement, des sites majeurs, un maillage territorial pertinent...

Plus de 65% des financements concernent des pôles d'attractivité renforcés, requalifiés et modernisés :

- Aiaçciu : Réhabilitation du centre historique → **4,98 M€**
- Baracci : Réhabilitation thermale → **3,75 M€**
- Bastia : Valorisation de la citadelle → **3,13 M€**
- Portivechju : Bastion et Haute Ville → **2,60 M€**
- Bunifaziu : Citadelle (phases 1 & 2) → **3,64 M€**

En parallèle des grands chantiers, la programmation a soutenu des itinéraires cyclo touristiques et pédestres, la valorisation de sites naturels moins fréquentés, la modernisation numérique de structures d'accueil et des équipements culturels de proximité pour une répartition financière équilibrée par territoire et projet allant de moins de 200 000€ à 500 000€ :

- Création d'un produit touristique de valorisation patrimoniale en **Alta Rocca** ;
- Itinéraire cyclotouristique Mare & Tarra à **Aiaçciu** ;
- Visite numérique de l'écomusée de **Bucugnà** ;
- Création d'une application smartphone de découverte touristique, culturelle, patrimoniale de **Lama** ;
- Aménagement d'une ancienne voie ferrée en voie douce en **Costa Verde** ;
- Cap sur la Mer, itinéraire pédestre à **Ville di Petrabugnu** ;
- Création d'un sentier d'interprétation du patrimoine à **Cristinacce** ;
- Mise en valeur et aménagement touristique pour l'accueil du public du site de l'étang de **Terrenzana** ;
- Aménagement scénographique et numérique de l'Office Intercommunal de Tourisme de la **CAPA** ;
- Opération Sentier **CAPA** à l'heure du numérique ;
- Création et mise en place d'une interprétation scénographique du site de Baccialu dans l'**Agriate** ;
- Aménagement, dans la citadelle de **Calvi**, d'un espace musée/boutique de l'OMT ;
- Réhabilitation de la Maison Rossi au sein du complexe archéologique d'**Aleria** ;
- Aménagement du site de Capu Laurosù dans le **Valincu** ;
- Aménagement du site de canyoning de la Richjusa, communauté de communes **Celavu Prunelli** ;
- Création d'une base de données dédiée à la connaissance des monuments patrimoniaux et archéologiques par la modélisation 3D, LRA.

Des réalisations concrètes, des impacts mesurables ...

La PI 6c a permis la restauration de patrimoines majeurs, la montée en gamme d'équipements culturels, la structuration d'itinéraires cyclables et pédestres ainsi que l'amélioration des conditions d'accueil :

- 71 sites requalifiés ou valorisés ;
- 149 654 visites enregistrés en 2023 (pour une cible initiale de 9 600) ;
- Une fréquentation en hausse sur plusieurs sites aménagés pour mieux gérer la fréquentation.

En conclusion

La PI 6c n'est pas l'axe financier dominant du programme néanmoins son impact territorial est supérieur à son poids budgétaire. Elle en constitue l'un des leviers les plus visibles et structurants pour la valorisation durable du patrimoine corse.



ANNEXE 5.1 : Tourisme expérientiel, Le Jardin des Abeilles à Ocana
ANNEXE 5.2 : Hébergement et valorisation de l'identité, un projet bastiais
ANNEXE 5.3 : Thermoludisme, la renaissance de Baracci en 2025

2. MISSION D'ETUDE « FRANCE TOURISME INGENIERIE » AVEC ATOUT FRANCE ET LA BANQUE DES TERRITOIRES

France Tourisme Ingénierie est un dispositif que propose **Atout France** sur un financement de la **Banque des Territoires**, en partenariat avec l'**Agence Nationale pour la Cohésion des Territoires**.

En 2025, trois sujets ont été étudiés :

- **Étude de marché relative à un projet touristique sur les anciens thermes de Caldaniccia, Sarrola-Carcopino.**

L'étude de marché permettra de confirmer la pertinence d'un projet de développement, de valider le ou les programmes susceptibles d'être développés sur le site et d'appréhender les avantages et inconvénients de chacun des projets. En complément, une conclusion exposera les facteurs-clés de succès du projet ainsi que les points de vigilance à prendre éventuellement en compte. Cette bonne appréhension des possibilités offertes par le site permettra à la commune et ses partenaires d'opérer le meilleur choix possible et de définir le projet répondant le mieux à leurs attentes mais aussi à leurs contraintes.

- **Transformation du château Malaspina en hébergement touristique, Belgodère.**

Érigé à la fin du XIX^{ème} siècle, le château Malaspina est situé dans le centre-bourg de Belgodère et fait actuellement l'objet de questionnements pour le réaménagement de son bâti. Si les questionnements concernant les travaux et le modèle économique subsistent, il convient de relever que l'emplacement privilégié du château en flanc de colline lui offrant une vue surplombant la vallée et la mer, sa localisation dans un bassin touristique dynamique, son caractère patrimonial et la qualité des fonciers communaux aux abords du site en font un atout touristique valorisable pour la commune.

- **Projet d'accompagnement à la modernisation des gîtes de randonnée de moyenne montagne en Corse**

L'ATC a conventionné en 2022 avec le PNR Corse sur divers sujets dont celui de la randonnée en moyenne montagne qui s'intègre dans la stratégie touristique de développement des itinéraires doux et de meilleure répartition dans le temps des flux touristiques.

Le PNR est opérateur et gestionnaire (entretien, balisage, promotion) de 8 itinéraires de moyenne montagne : les « randonnées découverte ». Entre 50 et 60 hébergements touristiques sont situés le long de ces différents parcours. Certains appartiennent à des privés, d'autres à des communes. La plupart sont des gîtes de randonnée, mais on retrouve aussi quelques hôtels et campings.

A l'instar de la Centrale de réservation créée au profit des refuges de randonnée le long du GR 20, le PNR a ouvert récemment une centrale équivalente pour l'itinéraire de moyenne montagne Mare à Mare Sud, les gîtes de ce parcours étant les plus avancés en matière de commercialisation.

Le PNR maintient un contact étroit avec les gestionnaires des lieux d'accueil sur les itinéraires. Il a constaté que si certains gestionnaires de ces gîtes modernisent leurs équipements pour mieux répondre aux attentes actuelles des clients, tous ne suivent pas ce chemin, pour des raisons variées : manque de moyens financiers, pas de vision long terme en raison de leur âge, fréquentation insuffisante... Or les disparités de qualité de l'offre qui en résultent nuisent à l'homogénéité globale de la destination, chaque lieu d'hébergement étant un maillon aussi important que les autres dans la chaîne de valeur de la proposition offerte aux randonneurs. Le risque de décrochage de l'ensemble en raison du retard pris par certains est donc une réalité qu'il faut anticiper pour se projeter dans le moyen-long terme.

Les besoins d'amélioration de ces gîtes portent globalement aussi bien sur les conditions d'accueil, que sur la sécurité ou le room mix (part des dortoirs notamment).

L'objectif de la mission est de contribuer à l'accompagnement global de ces hébergements dans l'amélioration de leur offre, en montrant les attentes des visiteurs, les évolutions de l'offre à la fois en Corse mais aussi ailleurs sur d'autres territoires et l'intérêt économique des investissements potentiels à consentir. Elle pourra servir également à contribuer aux évolutions de la marque Esprit Parc en Corse et à la politique de soutien pilotée par l'ATC et la Collectivité de Corse.

#ActivateurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr



BANQUE des
TERRITOIRES

ATOUT
FRANCE
L'Agence de développement
touristique de la France

France
Tourisme
Ingénierie

PROJETS
STRUCTURANTS

an
ct
agence nationale
de la cohésion
des territoires

L'ATC a ouvert il y a quelques un important chantier de développement de la filière cyclotourisme en Corse avec comme proposition phase la GT20 : la grande traversée de la Corse à vélo. Ce travail sur le long terme se poursuit sur le double registre de l'aménagement et de la promotion de la Corse comme destination vélo.

- **Aménagements d'aires d'arrêt : fin de l'étude**
 - 31 aires d'arrêt identifiées le long du parcours ;
 - Localisation des équipements (Aires de services - Halte repos - Halte simple renforcée - Arceaux).
- **Préparation de la phase travaux**
 - Lancement d'un marché de maîtrise d'œuvre conception, communication et design de panneaux d'information et d'orientation, de mobiliers et autres dispositifs à implanter sur les sites sélectionnés (Totems étapes, QR codes, ...) ;
 - Budget évalué à environ 1M€.
- **Diffusion de la marque « Accueil Vélo »**
 - 12 établissements ont obtenu la marque depuis 2024 ;
 - Une quinzaine sont actuellement candidats ;
 - Une cinquantaine d'entreprises seront labélisées à terme.





ANNEXE 5.4 : exemple de diffusion de la marque : participation à la Fiera del Cicloturismo - Bologna 2025

4. OBTENTION DU NIVEAU OR DU LABEL INTERNATIONAL « GREEN DESTINATIONS » POUR LA DESTINATION CORSE

Après avoir œuvré à la diffusion de l'Ecolabel Européen au sein des entreprises d'hébergement touristique, l'ATC a souhaité inscrire l'ensemble de la destination Corse sous l'angle d'un label international du tourisme durable.

« **Green Destinations** » est une fondation internationale basée aux Pays-Bas et accréditée pour porter une certification reconnue par le **Conseil Mondial du Tourisme Durable** (Global Sustainable Tourism Council - GSTC), plus haute instance traitant du tourisme durable au niveau international.

La présentation d'un dossier de candidature prend en compte 84 critères et indicateurs de durabilité dont 75 sont obligatoires et 9 optionnels.

Ces critères couvrent six domaines :

1. La gestion des destinations (le PADDUC, par exemple, est un élément fort dans ce domaine) ;
2. La nature et les paysages ;
3. L'environnement et le climat ;
4. Cultures et traditions ;
5. Le bien-être social (domaine venant sanctionner les destinations où le droit du travail est bafoué) ;
6. La communication d'entreprise (efforts d'une institution telle que l'ATC pour mettre en avant les éléments constitutifs de la durabilité de la destination).

La Corse devient la première île méditerranéenne et la seule région française à obtenir le **niveau « Or »** du label Green Destinations / QualityCoast Award, remis le 29 septembre 2025 à Montpellier lors de la **Green Destinations Conference**. Cette distinction, portée par l'Agence du Tourisme de la Corse, récompense une stratégie de tourisme durable articulée autour de la préservation des ressources naturelles et patrimoniales, de la gestion de l'énergie et des enjeux climat.

L'événement de Montpellier a rassemblé des représentants du tourisme mondial, dirigeants ou acteurs du quotidien des destinations mais tous défenseurs de la durabilité à l'échelle planétaire et, pour certains, membres de la **Good Travel Alliance**.

La Corse est membre fondateur de ce collectif de destinations engagées dont le but est de maximiser les avantages sociaux qu'apporte le tourisme aux territoires tout en minimisant les impacts négatifs sur le climat, l'environnement, la nature et la culture.





L'ATC travaille désormais pour gravir le quatrième et dernier niveau, le « Platine », dans une démarche commune avec le réseau des Offices de Tourisme de Corse.

ANNEXE 5.5 : Destination durable : diffusion de l'Ecolabel Européen dans les structures d'hébergement

5. PLAGES INCLUSIVES

Dans le cadre du projet « Una Piaghja per tutti », l'Etat (ARS et DRAJES), la Collectivité de Corse avec l'ATC, et l'association Cap Corse Handicap, ont noué un partenariat pour proposer aux acteurs de l'aménagement du territoire de rendre accessibles les plages et les plans d'eau aux personnes en situation de handicap. L'accès aux plages est un droit et cette opération vise à promouvoir une Corse plus inclusive.

L'objectif est de réaliser une plage accessible dans toutes les communes disposant d'un littoral et une plage de niveau 4 dans chaque intercommunalité. A l'été 2025, **68 plages étaient accessibles aux PMR.**

- Niveau 1 : Présence des équipements de base (tapis + parking PMR)
- Niveau 2 : Niveau 1 + fauteuil
- Niveau 3 : Niveau 2 + Accès sanitaire
- Niveau 4 : Niveau 3 avec une ouverture minimum de 120 jours

Ce sont les intercommunalités ou les communes qui doivent saisir l'ATC, dans le cadre de son guide des aides, d'une demande de financement des matériels nécessaires. De nombreuses collectivités ont été sollicitées par l'association Cap Corse Handicap qui est parvenue à convaincre une partie importante d'entre elles d'intégrer le dispositif.

L'ATC a par ailleurs signé une convention de partenariat en 2025 avec l'association Cap Corse Handicap pour la soutenir financièrement (les autres partenaires précités apportent un soutien financier équivalent). L'association durant les mois de juillet et d'août de chaque année, vérifie sur chaque plage que les conditions de mise en place de ces matériels correspondent aux besoins des personnes handicapées. Elle adresse ensuite à l'ATC la liste et les photographies des installations des plages opérationnelles sur le territoire corse. Cette information permet à l'ATC et à l'ARS de garantir la fiabilité des informations délivrées aux visiteurs. Cette association est également chargée de poser les panneaux d'information sur chaque site.

B. UNE MISE EN OEUVRE CONCERTÉE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE

1. ANIMATION DES ACTEURS – JOURNÉES DU CLUB DE L'ÉCOLABEL EUROPEEN

Les 10 et 11 avril 2025, l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) et l'Office Municipal de Tourisme de Bonifacio ont coorganisé deux journées d'échanges et de rencontres autour du tourisme durable, à destination des professionnels du secteur engagés dans la transition écologique.

La première journée fut consacrée à des exemples concrets d'engagements environnementaux à travers la visite de deux établissements écolabellisés : **A Cheda** et **Prea Gianca**. Ces visites ont permis aux participants de découvrir les initiatives mises en place pour répondre aux exigences de l'Écolabel Européen et renforcer leur ancrage dans une démarche de durabilité.

La journée s'est poursuivie par une réunion de travail entre l'ATC, la FROTSI et les Offices de Tourisme présents, afin de partager les bonnes pratiques en matière de tourisme durable et de renforcer la coordination régionale autour de ces enjeux.

La seconde journée a débuté par un bilan des actions menées en 2024 dans le cadre de l'Écolabel Européen, suivi de la présentation de la nouvelle plateforme dématérialisée dédiée aux écolabellisés et destinée à faciliter les démarches des hôteliers engagés dans cette labellisation ou ceux qui y sont candidats.

Un temps a également été consacré à la présentation du label Green Destinations, complémentaire de l'Écolabel Européen et porteur de nouvelles perspectives dans une stratégie de durabilité confirmant la dynamique en cours pour faire de la Corse une destination de référence en matière de tourisme responsable.

La matinée a été enrichie par les interventions de partenaires experts du tourisme durable, parmi lesquels l'**AFNOR**, la coopérative Petra Patrimonia avec le projet **ECOTOURS** et l'**ADEME**, qui ont partagé retours d'expérience, outils d'accompagnement et visions stratégiques.

L'après-midi a laissé place à des ateliers participatifs autour de quatre grandes thématiques :

- Alimentation durable et permaculture ;
- Production d'énergie hydro-hybride / hydromaréthermie ;
- Gestion des déchets ;
- Attractivité commerciale des labels écologiques.

Ces échanges ont permis aux participants de repartir avec des idées concrètes à mettre en œuvre dans leurs établissements, dans une logique de montée en compétences collective et de mise en réseau.



Du 8 au 13 septembre 2025, une délégation du service développement de l'ATC s'est déplacée à Messina, en Sicile, dans le cadre de l'évènement de lancement d'un projet Interreg Euro-MED baptisé INSPIRE.

Cinq pays et 8 partenaires, dont l'Albanie, l'Italie, l'Espagne, la Grèce et la France⁵, réunis autour d'une même thématique afin de réfléchir à la valorisation de l'agro-biodiversité au sein de destinations touristiques de l'espace MED.

L'objectif principal de ce programme consiste à bien identifier l'agro-biodiversité des territoires pour en faire un élément fort de l'offre touristique.

L'objectif spécifique du travail collectif n°1 ou WP1 d'INSPIRE est « de créer un cadre commun pour affiner une stratégie de projet partagée visant à identifier un modèle de gestion de destination touristique durable basé sur la conservation de la biodiversité, à travers l'échange de bonnes pratiques, la capitalisation des outils développés et la cartographie de l'agro biodiversité pour identifier à la fois les acteurs locaux et le patrimoine potentiel de l'agro biodiversité à protéger et à valoriser ».

Le livrable attendu est un rapport détaillé mettant en lumière les axes de développement prioritaires. Ce rapport fera suite aux journées de travail et au voyage d'étude, dans l'objectif de lancer une étude approfondie et de mettre en place les outils nécessaires (plateforme, inventaire, etc.). Ces éléments permettront de coconstruire le « Pacte communautaire INSPIRE », dans une dynamique de codéveloppement et de cogestion d'un modèle de destination touristique durable.

Les sessions de travail menées dans le cadre du WP1 ont permis à l'ensemble des partenaires de clarifier les attentes mutuelles et les contributions de chacun. Elles ont également permis de mettre en lumière les initiatives les plus prometteuses à valoriser dans le cadre du projet.

Parmi celles-ci, la démarche de la Fédération des Foires Rurales Artisanales et Agricoles de Corse (FFRAAC), visant à labelliser des foires thématiques, a été unanimement reconnue et saluée par l'ensemble des partenaires européens présents.

Cette session de travail a également permis de présenter des territoires pilotes ainsi que les premiers inventaires réalisés par chaque partenaire. Ce fut aussi l'occasion d'explorer ensemble la méthode de cartographie de l'agro-biodiversité développée par Slow Food IT. Jugée particulièrement adaptée aux objectifs du programme, cette approche pourrait aussi être valorisée à l'échelle de la destination Corse, en tant qu'outil structurant sur le long terme.



⁵ Détails des partenaires :

- **Chef de file** : Commune de Messina (Italie) ;
- **Partenaires** : Association Slow Food (Italie) - Consultant EuroVértice (Espagne) - Tourist Association of Sierra Espuña (Espagne) - Agence de développement local Anatoliki S.A (Grèce) - American Farm School (Grèce) - Ministère du tourisme et de l'environnement d'Albanie (Albanie) - Agence du Tourisme de la Corse

VII. LA MISSION COMMUNICATION

La **Mission Communication** a été créée en 2022 sous l'impulsion de la Présidente de l'Agence du Tourisme de la Corse, Madame Angèle BASTIANI, avec pour objectif de doter l'établissement d'une fonction de communication structurée, coordonnée et réactive, tant sur le plan externe qu'interne. Ce service transversal structurant a connu depuis une montée en charge progressive et un élargissement de son périmètre d'intervention.

Il porte aujourd'hui des fonctions couvrant des champs fonctionnels distincts mais étroitement complémentaires, au service de l'ensemble des pôles opérationnels de l'ATC ainsi que de ses partenaires institutionnels et touristiques :

- La Communication institutionnelle et interne
- Le Système d'Information Touristique Territorial de Corse (SITTCO)
- Le Studio de production créative, iconographique et la médiathèque / DAM

Au cours de l'exercice 2025, l'action de la Mission Communication s'est structurée autour de **quatre enjeux majeurs** :

- Donner du sens et incarner la stratégie institutionnelle ;
- Favoriser l'engagement des parties prenantes internes et externes ;
- Consolider les relations de coopération et de confiance avec l'ensemble des acteurs.
- Mutualiser les ressources et les moyens ;

A. LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET INTERNE

Les actions conduites en 2025 ont contribué à renforcer auprès des publics externes une image positive, dynamique et crédible de l'ATC, fondée sur l'expertise, la compétence et l'innovation. Elles ont également reflété **la cohérence et la transversalité de la communication interne**.

La stratégie de communication institutionnelle, notamment à destination des socioprofessionnels du tourisme corse, a été déployée tout au long de l'année à travers :

- La gestion des relations presse ;
- La rédaction et la diffusion de dossiers et communiqués de presse ;
- L'animation et le développement des réseaux sociaux institutionnels ;
- La production et la diffusion de contenus sur le site corporate Atc.corsica ;
- La conception et l'envoi de newsletters ciblées envers les professionnels et les agents de l'ATC.

Ces différents leviers ont permis d'assurer une visibilité continue de l'action de l'ATC au niveau « corporate », tout en consolidant son positionnement institutionnel auprès de ses partenaires et publics cibles.

1. LES RELATIONS PRESSE INSTITUTIONNELLES

Au cours de l'exercice, la Mission Communication a assuré la rédaction et l'édition de 4 communiqués de presse et de 4 dossiers de presse dont celui relatif à l'obtention du **label Green Destinations**.

https://www.atc.corsica/wp-content/uploads/2025/12/DP_Corse_Green_Destinations_ATC.pdf



Elle a également assuré **une dizaine de déplacements liés à la communication institutionnelle**, l'organisation de 3 conférences de presse, 4 encarts presse, 3 publirédactionnels, une quarantaine de retombées médiatiques institutionnelles (articles, reportages, interviews, etc.) avec des résultats qui traduisent un **intérêt constant des médias pour les actions et initiatives de l'Agence du Tourisme de la Corse**.

<https://www.atc.corsica/fr/infos-actus/salle-de-presse/concernant-latc/>

- **Zoom sur un nouveau partenariat stratégique**

En avril 2025, **l'ATC a rejoint le Club Impresa de Corse-Matin**, un réseau d'influence rassemblant les principaux acteurs économiques de l'île. Ce partenariat permet notamment à l'ATC de participer à six rendez-vous thématiques annuels, favorisant les échanges entre décideurs insulaires autour des grands enjeux économiques. L'adhésion au Club Impresa s'accompagne également d'avantages médiatiques au service de la communication institutionnelle, tels que des insertions dans l'édition papier du quotidien régional, des publications ciblées via les supports digitaux de Corse-Matin (site web et Facebook) et la réalisation de vidéos dédiées à la valorisation de l'institution.

- **Zoom sur deux rendez-vous significatifs de l'année 2025**

- **Les EVENTS DAYS CORSICA** : organisés par l'Agence du Tourisme de la Corse, cet événement dédié au tourisme d'affaires (MICE) a **bénéficié d'une couverture presse complète, tant au niveau local que national. Une dizaine de retombées** ont ainsi été recensées, renforçant la visibilité de la destination sur ce segment stratégique.



La Corse, ses plages paradisiaques, sa gastronomie et son tourisme d'affaires en plein essor

Par Corse Matin / Andria Pettiphan
Publié le 12/04/25 à 17:22

Commenter Partager



- **L'obtention du niveau « Or » Green Destinations** est probablement l'information majeure de l'année 2025. Cette distinction internationale a fait l'objet **d'une couverture médiatique locale soutenue**, mettant en lumière la **reconnaissance de la Corse** parmi les territoires de référence en matière de **développement touristique durable**.



2. LES RESEAUX SOCIAUX INSTITUTIONNELS

L'ATC s'appuie sur **quatre réseaux sociaux — Facebook, Instagram, LinkedIn et YouTube — comme leviers stratégiques de sa communication institutionnelle.**

Au cours de l'année 2025, **123 publications ont été réalisées** (rédaction et création de visuels).

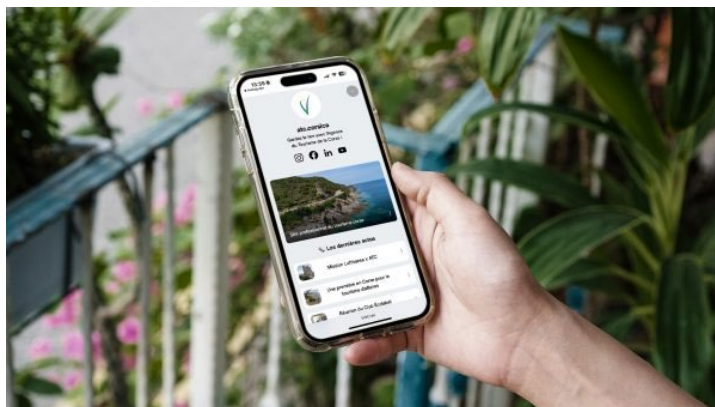
- **Facebook** : L'activité enregistrée sur Facebook confirme une dynamique de progression, marquée par une hausse significative des interactions. Par ailleurs, l'augmentation des clics sur les liens (+183,7%) démontre que l'audience ne se contente plus de consulter, elle cherche à approfondir l'information vers le site professionnel.
- **Instagram** : Avec un volume de publications volontairement maîtrisé (26 au total), Instagram enregistre une progression notable de ses indicateurs de performance. Le doublement du taux d'engagement confirme la pertinence des choix éditoriaux opérés.
- **LinkedIn** : La trajectoire de croissance sur LinkedIn souligne l'importance de l'Agence auprès des acteurs publics et privés, comme en témoigne le volume élevé de réactions et l'élargissement continu de la communauté. Avec 4,4 K réactions pour seulement 133,9 K impressions, le taux d'engagement est proportionnellement supérieur à celui de Facebook.
- **YouTube** : L'activité sur YouTube témoigne d'une consolidation de l'empreinte audiovisuelle de l'ATC, caractérisée par une audience qualifiée et un temps d'exposition prolongé (20,1 K impressions et 80,8 heures de visionnage).

Les publications enregistrent de nombreuses interactions positives, avec une attention particulière portée aux contenus relatifs à l'Administration générale, à la Présidence et aux retours d'événements professionnels.

La communication ayant suscité le plus d'intérêt sur nos réseaux sociaux, tous confondus, est sans conteste **l'obtention du niveau or du label international Green Destinations en septembre 2025** (9 724 vues sur Facebook et Instagram / 5 569 impressions sur LinkedIn).

- **Zoom sur un nouvel outil au service de la communication institutionnelle : Linktree.**

Dans une logique **d'optimisation de la communication digitale institutionnelle**, la Mission Communication a mis en place en 2025, un lien Linktree à consulter ici : <https://linktr.ee/atc.corsica>



Pensé comme **un point d'entrée unique**, il permet de regrouper sur une même page les différentes ressources utiles : site web, réseaux sociaux, dernières actualités, liens utiles, brochures, formulaires, vidéos et bien d'autres encore.

Cette solution présente plusieurs avantages :

- Un seul lien à diffuser sur l'ensemble des supports de communication : signatures de mail, réseaux sociaux, newsletters, dossiers de presse, etc ;
- Une navigation simplifiée permettant d'accéder rapidement à l'ensemble des contenus clés et plateformes numériques de l'Agence ;
- Des contenus ajustables : les liens intégrés peuvent être ajoutés, retirés ou modifiés à tout moment, sans avoir à modifier l'URL principale ;
- La possibilité de suivre les statistiques relatives au nombre de visiteurs.

Linktree constitue ainsi **un nouvel outil destiné à renforcer la visibilité des actions de l'Agence et à faciliter l'accès à l'information.**

ANNEXE 6.1 : Détail des retombées réseaux sociaux corporate

3. ANIMATION DU SITE INTERNET PROFESSIONNEL ATC.CORSICA

Le site Atc.corsica a pour vocation la **diffusion en continu de flux d'informations** à destination des acteurs du secteur touristique ainsi que, de manière plus générale, la connaissance de l'actualité du tourisme insulaire. Cet outil web est un **vecteur essentiel de communication** (actualités, agenda), alimenté de manière permanente par l'ensemble des composantes organisationnelles de l'établissement. Ce site s'adresse prioritairement aux professionnels du tourisme, journalistes mais encore à toute personne ou groupe susceptible de rechercher de l'information pertinente en matière d'économie touristique locale.

- **76 actualités externes** reflètent de l'actualité de l'ATC ont été rédigées publiées ;
<https://www.atc.corsica/fr/infos-actus/actualites/>
- **4 newsletters externes** ont été diffusées à près de 5 000 cibles (institutionnelles et professionnelles) avec toujours d'excellents résultats en termes de taux d'ouverture (près de 50%) et de clics (9%).
- Une **revue de presse spécialisée tourisme** est réalisée quotidiennement et donne lieu à la mise en ligne **d'articles de veille thématiques** accessibles pour tous sur le site Atc.corsica et requêtables par thématiques (300 articles en 2025) et à une revue de presse destinée aux agents de l'ATC. la communication interne

Depuis plusieurs années, l'ATC s'appuie sur une communication institutionnelle harmonisée, performante et résolument numérique, au sein de laquelle le site Atc.corsica occupe une place centrale. :

- **17 newsletters internes** ont été diffusées.
- **150 revues de presse internes** ont été réalisées.
- **58 articles** reflétant l'actualité de l'ATC et destinés à l'interne ont été publiés sur l'intranet.

4. LE FONDS DOCUMENTAIRE ET LE CDI

Le fonds documentaire de l'ATC comprend des ouvrages, des études sur le tourisme, des abonnements à des revues professionnelles spécialisées ainsi que les publications de l'Observatoire du Tourisme de l'ATC. La gestion courante génère une mission de service adaptée à destination des utilisateurs internes et externes. La Mission Communication a poursuivi au cours de l'année 2025, la gestion technique et administrative annuelle des différents abonnements et enrichissement du fonds documentaire en fonction des besoins.

ANNEXE 6.2 : Abonnements et acquisitions 2025

B. LE SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE REGIONAL (SITTCO)

L'Agence du Tourisme de la Corse et ses partenaires Offices de Tourisme de Corse centralisent dans une base de données commune accessible en ligne, l'ensemble des offres touristiques et de loisirs (points d'intérêts, prestataires, etc.). La Mission Communication a en charge **le pilotage, la gestion et l'animation** du Système d'Information Touristique Territorial de Corse (**SITTCO**).

Le SITTCO permet par un effet de mutualisation, de disposer d'une vision globale de l'offre et de l'activité touristique territoriale et de pouvoir construire des stratégies et actions pertinentes à destination de l'offre et de la demande. Il permet par ailleurs aux utilisateurs de pouvoir construire et mettre en avant des offres touristiques à destination des clients, pour améliorer la performance promotionnelle.

<https://www.atc.corsica/fr/infos-actus/sittco/le-systeme-dinformation-touristique-regional>

Au cours de l'année 2025, les offres présentes dans le SITTCO (hébergements, activités, agenda, restaurants...) ont été consultées **1 555 548 fois** sur le site www.visit-corsica.com.

1. PILOTAGE ET GESTION DU SITTCO

En 2025 **plusieurs avancées techniques et nouveautés** ont été réalisées en 2025 au bénéfice de l'ATC et de ses partenaires à savoir :

- L'optimisation par l'éditeur du logiciel Tourinsoft de la **médiathèque du SITTCO** qui bénéficie désormais d'une ergonomie optimisée, de performances améliorées (temps de chargement réduits) et qui est dotée de nouveaux outils (redimensionnement, modification et rotation des visuels).
- La mise en place, au printemps 2025, **d'une l'API DeepL Pro**, financée par l'ATC, permettant la prise en charge automatiques des traductions des champs textes et des bordereaux du SITTCO (Champs « Description commerciale » et « Description synthétique ») pour 3 langues cibles.
- La création de **syndications spécifiques** pour la remontée des données du SITTCO sur le site **France Vélo Tourisme** dans lequel l'ATC a intégré le tracé de la GT 20 et valorisant le label « Accueil vélo ».
<https://www.francevelotourisme.com/itineraire/grande-traversee-de-la-corse-a-velo-gt20>
- L'acquisition par l'ATC d'un connecteur intégré au logiciel et la création de champs dédiés et de syndications afin que les données du SITTCO (itinéraires et POI) soient diffusées sur le site spécialisé **Cirkwi.com** et son application ainsi que sur ceux de ses partenaires. <https://www.cirkwi.com/>

2. AIDE A L'APPROPRIATION DU SITTCO ET ASSISTANCE AUX OT PARTENAIRES

Au cœur de la stratégie numérique de l'Agence, l'organisation et la structuration du SITTCO constituent un pilier central. Dans cette dynamique, **l'ATC accompagne quotidiennement les adhérents du SITTCO** dans le déploiement de leurs stratégies numériques en vue de créer un véritable écosystème numérique interactif.

L'outil mutualisé est désormais utilisé par 100% des Offices de Tourisme de Corse, (3 OT utilisent un SIT distinct) et une quinzaine de sites internet d'OT de Corse sont aujourd'hui connectés au SITTCO.

La Mission Communication a supervisé en 2025 la formation à l'utilisation de la base de données pour les agents des Offices de Tourisme à travers notamment :

- 13 sessions en présentiel réalisées dans les Offices de Tourisme ;
- 3 visioconférences de présentation et de travail ;
- 20 sessions en distanciel (Teams).

Il convient de noter que le nouvel espace collaboratif déployé par l'ATC en 2024 facilite les échanges dans le cadre de l'assistance aux partenaires et à l'animation du SITTCO. <https://collaboratif.atc.corsica/>.

ANNEXE 6.3 : Sites internet connectés au SITTCO en 2025

C. LE STUDIO DE PRODUCTION

L'ATC réalise régulièrement, à travers son **studio de production créative et iconographique** des reportages photo et vidéo destinés à illustrer ses supports promotionnels et institutionnels. Cette fonction répond à une logique de **production**, de **mutualisation** et de **sécurisation des contenus**, indispensable à la mise en œuvre des actions des pôles, et en particulier du pôle promotion.

Dans cette continuité, l'ATC a fait le choix de se doter d'une solution de **Digital Asset Management (DAM)** afin de centraliser et sécuriser ses actifs numériques et de mettre à disposition de la médiathèque au bénéfice des services de l'ATC et des partenaires institutionnels et touristiques, selon des règles d'usage formalisées.

Elle assure également une mission de design graphique.

1. PHOTOGRAPHIE

En 2025, plus de **1500 photos** ont été produites pour les besoins de la communication institutionnelle et de la promotion de la destination. Quelques exemples ici :

<https://www.calameo.com/read/0072550965c25ba7977cf>

<https://www.calameo.com/read/00725509621995aa3ab98>

ANNEXE 6.4 : Exemples de la production photo 2025

2. TOURNAGE ET MONTAGE DE VIDEOS

En 2025, **160 vidéos** ont été réalisées parmi lesquelles de nombreuses capsules promotionnelles, DOOH (support publicitaires commandés par Atout France), des interviews filmées dans des cadres institutionnels et promotionnels des récapitulatifs de déplacements sur des grandes opérations promotionnelles, des réels (formats courts) pour les réseaux sociaux de l'Agence. De multiples couvertures de communication complètes avec des story (contenus courts éphémères) pour nos réseaux institutionnels et promotionnels lors de nos déplacements sur le territoire et à l'extérieur.

- Un des points marquants de l'année a été la réalisation **d'une vidéo dédiée à la promotion du tourisme durable** présentée à l'occasion du salon IFTM à Paris en septembre 2025 : https://youtu.be/OCyF_oQxF98
- À travers sa série de reportages « Les Rencontres MICE », l'Agence du Tourisme de la Corse met en avant les atouts de l'île pour l'organisation d'événements professionnels. 4 nouvelles vidéos ont ainsi été réalisées tout au long de l'année 2025.

https://youtube.com/playlist?list=PLGEHKRW_la1MH5OFKoU6_55g1UkqZsllh&si=3CUAdeb3a-kaFIJv

- Les vœux de la Présidente de l'ATC ont également fait l'objet cette année d'une vidéo dédiée comprenant les points forts de l'année 2025. <https://youtu.be/NYz87g7vMQU>

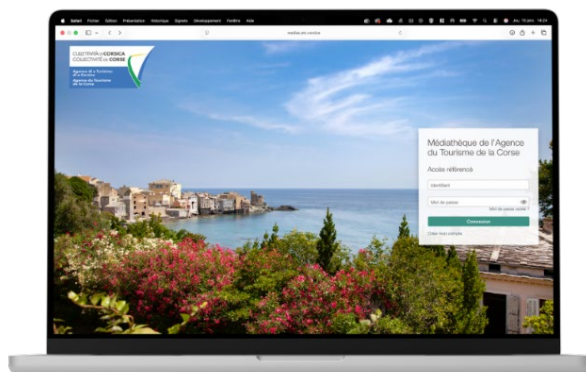
Toutes les vidéos institutionnelles sont accessibles sur notre chaine **You Tube**

<https://www.youtube.com/@agenziauturismudiacorsica/videos>

ANNEXE 6.5 : Détail et exemples de la production vidéo

3. LA MEDIATHEQUE (DAM)

La médiathèque de l'ATC repose désormais sur un dispositif de gestion des actifs numériques (DAM), déployée en 2025 qui a la capacité d'**organiser et de valoriser** de grandes quantités de photos, de vidéos et leurs informations associées, en un seul endroit, avec des accès authentifiés et sécurisés, compatibles avec la politique de confidentialité de l'institution. <https://medias.atc.corsica/Mediatheque/>.



L'Agence du Tourisme de la Corse met désormais à disposition des professionnels du tourisme (hébergeurs, offices de tourisme, prestataires d'activités, acteurs institutionnels), et des médias, **sa médiathèque en ligne** conçue pour accompagner la valorisation du territoire et répondre aux besoins des usages communicationnels. L'exploitation des œuvres mises à disposition est **strictement limitée à la promotion touristique de la Corse**. Toute utilisation à des fins commerciales ou étrangères au secteur du tourisme est **interdite**.

Ce nouvel outil constitue un atout majeur pour les médias et les professionnels du tourisme :

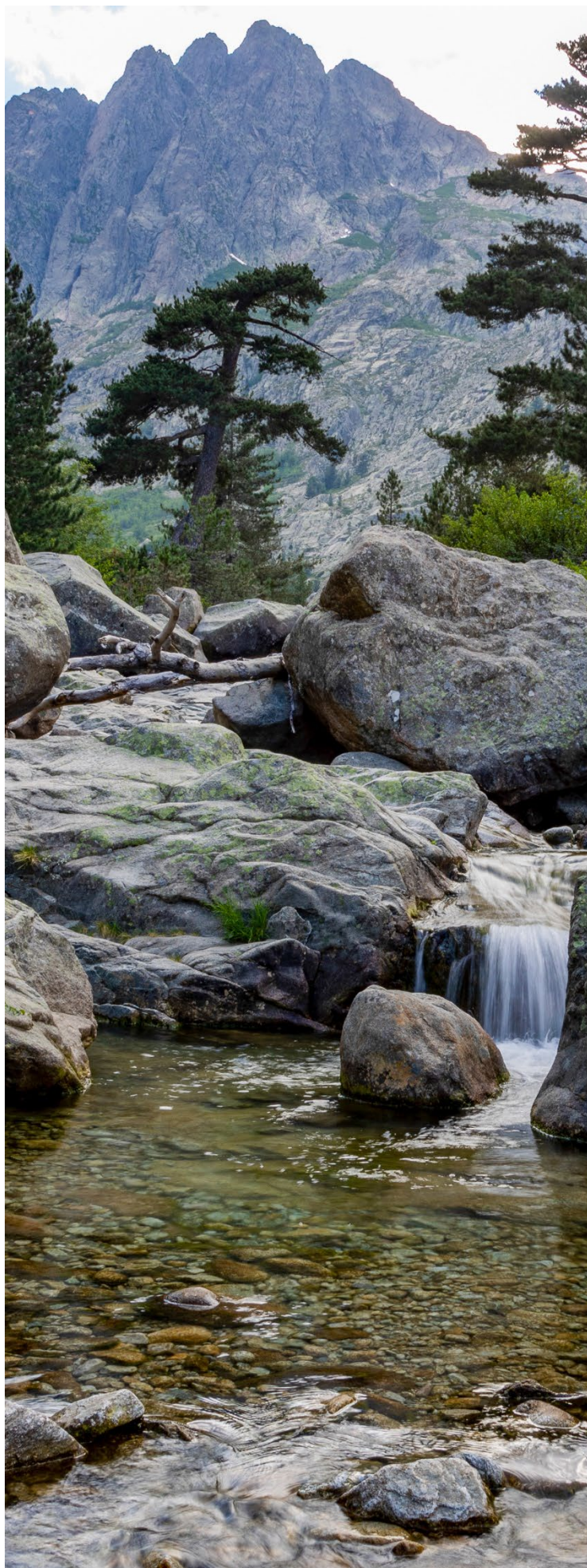
- Des visuels haute définition, adaptés aux usages presse, print et digitaux ;
- Une iconographie professionnelle facilitant la production de contenus éditoriaux et promotionnels ;
- Une large couverture thématique, structurée par territoires et centres d'intérêt (nature et paysages, sport et loisirs, patrimoine, gastronomie, événements, mobilités douces...) ;
- Un gain de temps grâce à un accès centralisé à des contenus fiables, homogènes et immédiatement exploitables.

4. LE DESIGN GRAPHIQUE

En 2025, l'ATC a renforcé sa dimension créative et iconographique, en veillant à la continuité, à la qualité et à l'harmonisation des supports de communication. Parmi ces réalisations, figurent des supports variés tels que des brochures, des dossiers de presse, des flyers, des visuels pour le web, des affichages, des illustrations, des infographies, ainsi que des éléments pour les réseaux sociaux et le site internet.

Un des points marquants de l'année a été **la production des assets graphiques du plan d'action promotionnel**, qui ont été adaptés aux différents formats de communication : 82 visuels de campagne (affichage, insertions presse, écrans, bannières web...) qui ont été adaptés aux différents formats de communication et de la brochure tourisme durable en 4 langues.

ANNEXE 6.6 : Détail et exemples de la production graphique



Document édité par l'Agence
du Tourisme de la Corse - 2026

Crédits photo : © ATC

Agenza di u Turisimu di a Corsica

17, boulevard du Roi Jérôme
20181 Aiacciu Cedex 01

Tél : +33 (0)4 95 51 77 77
Mail : contact@atc.corsica

Q www.atc.corsica

Q www.visit.corsica