

**RÉUNION DU BUREAU  
DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC  
DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE DE CORSE**

**LUNDI 27 JUILLET 2026**

**DÉLIBÉRATION**

**N°13/27-07-2026**

**OBJET :**

**PORTS DE COMMERCE DE CORSE**

**PLAN DE PROMOTION 2026 : ACTIVITÉ COMMERCE-FERRIES**

**VU** les Statuts de l'EPCI de Corse, adoptés par délibération n°25/182 AC de l'Assemblée de Corse du 27 novembre 2025, modifiés par délibération n°26/032 CP de la Commission permanente délibérante de l'Assemblée de Corse du 25 mars 2026, et notamment :

- L'article 5.3 - « *Compétences du Conseil d'administration* » ;
- L'article 5.4 - « *Délégation d'attribution du Conseil d'administration à d'autres instances de l'établissement public* », précisant que le Conseil d'administration peut déléguer au Bureau une partie de ses attributions pour une période et un objet déterminés ;

**VU** la délibération n°09/22-12-2025/9 du Conseil d'administration de l'EPCI de Corse en date du 22 décembre 2025, portant délégation d'attributions du Conseil d'Administration au Bureau ;

Le Bureau, régulièrement convoqué, délibérant valablement en vertu de la délégation consentie par le Conseil d'administration ;

Le quorum étant atteint :

|                                                                       |          |           |
|-----------------------------------------------------------------------|----------|-----------|
| <b>Nombre total de Membres élus du Bureau</b>                         | <b>:</b> | <b>16</b> |
| <b>Quorum</b>                                                         | <b>:</b> | <b>9</b>  |
| <b>Nombre de Membres élus du Bureau présents</b>                      | <b>:</b> | <b>7</b>  |
| <b>Nombre de Membres élus du Bureau ayant donné pouvoir</b>           | <b>:</b> | <b>3</b>  |
| <b>Nombre total de Membres élus du Bureau présents et représentés</b> | <b>:</b> | <b>10</b> |
| <b>Nombre total de votants</b>                                        | <b>:</b> | <b>10</b> |
| <b>Adoption</b>                                                       | <b>:</b> | <b>10</b> |

**Membres élus du Bureau présents :**

Représentants de la Collectivité de Corse : Mme, M.  
Gilles SIMEONI, Charlotte TERRIGHI.

Représentants des Professionnels : Mmes, MM.  
Jean DOMINICI, Dominique DI MENZA, Karina GOFFI, Olivier VALERY, Stefanu VENTURINI.

**Membres Elus Titulaires absents ayant donné pouvoir :**

Représentants de la Collectivité de Corse : Mme, M.  
Angèle BASTIANI à Charlotte TERRIGHI  
Gilles GIOVANNANGELI à Gilles SIMEONI

Représentant des Professionnels : M.  
Auguste GIOVANNI à Jean DOMINICI

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

.../...

**VU** la loi n°2025-640 du 15 juillet 2025 portant création de l'Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse ;

**VU** le décret n°2025-1248 du 19 décembre 2025 pris pour l'application de la loi n°2025-640 portant création de l'Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse ;

**VU** l'arrêté du 19 décembre 2025 relatif à l'Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse ;

**VU** les Statuts de l'EPCI de Corse, adoptés par délibération n°25/182 AC de l'Assemblée de Corse du 27 novembre 2025, modifiés par délibération n°26/032 CP de la Commission permanente délibérante de l'Assemblée de Corse du 25 mars 2026 ;

**VU** le Règlement intérieur de l'EPCI de Corse, adopté par délibération n°01/22-12-2025/1 du Conseil d'administration du 22 décembre 2025 ratifiée par délibération n°02/02-01-2026/19 du 2 janvier 2026, modifié par délibération n°04/26-03-2026/29 du 26 mars 2026 ;

**VU** l'installation du Conseil d'administration de l'EPCI de Corse en date du 22 décembre 2025, actée par délibération n°01/02-01-2026/18 du 2 janvier 2026 ;

**VU** la délibération n°03/02-01-2026/20 du 2 janvier 2026 prenant acte de la mise en place de la gouvernance actée lors de la séance d'installation du Conseil d'administration de l'EPCI de Corse du 22 décembre 2025 ;

**VU** les contrats de concession des ports de commerce de Corse confiés par la Collectivité de Corse, autorité concédante, à l'EPCI de Corse, ou repris par ce dernier, concessionnaire ;

**VU** le plan de promotion ci-annexé, présentant notamment les éléments de contexte, l'analyse des flux, le bilan des actions conduites en 2025 sous l'égide de la CCI de Corse, ainsi que la programmation commerciale et le plan d'actions 2026 ;

**VU** le budget prévisionnel global d'un montant de **260 500 €**, tous partenaires confondus, pour l'ensemble des ports de Corse ;

**L'Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse est conduit à délibérer sur le plan d'actions à conduire en 2026 en faveur de la promotion de l'activité Commerce-Ferries des ports de commerce de Corse.**

## **CONTEXTE :**

Le transport maritime demeure l'un des principaux vecteurs du développement touristique de la Corse et continue de contribuer pour une très large part, à la vitalité économique et sociale de notre territoire insulaire.

L'année 2025 a confirmé une dynamique positive du trafic maritime, avec 4,08 millions de passagers (+2%) -hors croisiéristes-, une fréquentation touristique en progression et des signaux encourageants en matière de désaisonnalisation, notamment en avant et arrière-saison.

Dans ce contexte, les ports de commerce s'affirment plus que jamais comme portes d'entrée structurantes de la destination Corse.

Pour contribuer à cette dynamique, un plan promotionnel régional a été bâti autour de plusieurs axes de manière à tenir compte d'une volonté de rééquilibrage des flux nationaux et internationaux et de l'étalement de la saison.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

.../...

## OBJECTIFS DU PLAN DE PROMOTION 2026 :

Le plan de promotion des ports de commerce de Corse 2026, pour ce qui a trait à son activité Commerce-Ferries vise à :

- Consolider la place du transport maritime dans l'accessibilité et l'attractivité de la Corse ;
- Accompagner l'étalement de la saison touristique ;
- Renforcer la diversification des clientèles (France, Italie, Europe du Nord) ;
- S'appuyer sur des prescripteurs à fort levier (tour-opérateurs, agences de voyages, CSE, presse spécialisée, créateurs de contenus).

## AXES STRATÉGIQUES :

Ce plan stratégique s'articule autour de trois axes complémentaires :

### Premier axe : Opérations "in situ" :

- Mise en place d'accueils professionnels, d'éductours, d'accueils presse et de blogtrips, en partenariat avec les compagnies maritimes, l'ATC et les acteurs locaux, afin de favoriser une prescription qualifiée, immersive et orientée hors haute saison.
- Organisation du workshop BtoB « *Ci Vediamo in Corsica* », un rendez-vous stratégique dédié au marché italien.

### Deuxième axe : Opérations externalisées :

- Il s'agit de participer aux salons destinés aux CSE, salons tourisme France et international (CSE Paris et Strasbourg, IFTM Paris, TTG Rimini).

### Troisième Axe : Communication digitale :

- Déploiement de campagnes digitales ciblées (réseaux sociaux), sponsoring de contenus issus des actions terrain, amélioration du site internet orientée usagers et étude prospective d'un projet d'application numérique portuaire, à l'instar des solutions récemment mises en place pour les aéroports de Corse.

## BUDGET PRÉVISIONNEL :

Le budget global du plan de promotion 2026 s'élève à **260 500 €**, réparti entre :

- Salons professionnels : 34 000 €
- Éductours, accueils presse et blogtrips : 168 000 €
- Workshop « *Ci Vediamo in Corsica* » : 40 500 €
- Communication digitale et supports : 18 000 €

Ce budget repose sur une mutualisation des financements entre l'EPCI de Corse, l'Agence du Tourisme de la Corse et les compagnies maritimes, permettant d'optimiser les coûts et de maximiser les retombées des actions menées.

## PLAN DE FINANCEMENT PRÉVISIONNEL :

| REPARTITION BUDGET PREVISIONNEL 2026*        |                |                |               |               |
|----------------------------------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| BUDGET PORTS HAUTE-CORSE                     | BUDGET GLOBAL  | EPCIC          | ATC           | COMPAGNIES    |
| SALONS PROFESSIONNELS(4)**                   | 34 000         | 25 000         | 0             | 9 000         |
| EDUCTOURS - ACCUEILS PRESSE - BLOGTRIPS (11) | 168 000        | 105 000        | 30 000        | 33 000        |
| WORKSHOP "CI VEDIAMO IN CORSICA"             | 40 500         | 22 500         | 15 000        | 3 000         |
| COMMUNICATION DIGITALE & SUPPORTS            | 18 000         | 18 000         | 0             | 0             |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>260 500</b> | <b>170 500</b> | <b>45 000</b> | <b>45 000</b> |
| <b>REPARTITION EN POURCENTAGE</b>            | <b>100,00%</b> | <b>65,45%</b>  | <b>17,27%</b> | <b>17,27%</b> |

\* EPCIC/ATC/COMPAGNIES MARITIMES

\*\*IFTM Paris et TTG Rimini stands offerts par l'ATC

Accusé de réception - Ministère de l'intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

.../...

**APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ**

**CONSIDÉRANT** que le Quorum est atteint :

**Quorum requis pour le vote :** 9

**Ont voté POUR :** 10

À l'unanimité,

Représentants de la Collectivité de Corse : Mme, M.

Angèle BASTIANI, Gilles GIOVANNANGELI, Gilles SIMEONI, Charlotte TERRIGHI.

Représentants des Professionnels : Mmes, MM.

Jean DOMINICI, Dominique DI MENZA, Auguste GIOVANNI, Karina GOFFI, Olivier VALERY, Stefanu VENTURINI.

---

**Le Bureau :**

- **SE PRONONCE FAVORABLEMENT** sur le plan de promotion 2026 des ports de commerce de Corse et son activité Commerce-Ferries, en adéquation avec la politique régionale de désaisonnalisation ;
- **SE PRONONCE FAVORABLEMENT** sur le budget prévisionnel et la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions 2026, aux côtés des partenaires historiques tels que les offices de tourisme et l'Agence du Tourisme de la Corse en particulier.

La présente délibération fera l'objet d'une publication sous forme électronique sur le site internet de l'EPCI de Corse.

---

Bastia, le 27 juillet 2026

**La Secrétaire,**

**Charlotte TERRIGHI**

**Le Président de l'établissement public  
du commerce et de l'industrie de Corse,**

**Gilles SIMEONI**

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026



ÉTABLISSEMENT PUBLIC  
DU COMMERCE ET  
DE L'INDUSTRIE DE CORSE

PORTS  
DE CORSE



CULLETTIVITÀ DI CORSE  
COLLECTIVITÉ DE CORSE



# Rapport d'Activité Commerciale 2025 & Plan de Promotion 2026

Direction des Concessions Portuaires — Document de synthèse stratégique

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025 & Plan de Promotion 2026

Direction des Concessions Portuaires — Document de synthèse stratégique

## SOMMAIRE

### PARTIE I — Rapport d'Activité 2025

- Bilans Statistiques trafics passagers 2025
- Répartition du trafic par port
- Répartition et évolution par port et par trimestre
- Détail du trafic par ligne et par faisceau
- Bilan des opérations commerciales 2025
- Compte rendu des 13 opérations
- Synthèse des opérations
- Coût global et financement

### PARTIE II — Programmation Commerciale 2026

- Cartographie de la desserte maritime 2026
- Faits marquants de l'offre 2026
- Offre régionale en traversées et en places
- Répartition de l'offre par port

### PARTIE III — Plan de Promotion 2026

- Axe 1 — Opérations « in situ »
- Axe 2 — Opérations externalisées
- La communication digitale
- Synthèse & Vision 2026–2030
- Budget prévisionnel
- Annexes

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## I. Bilans Statistiques - Trafics Passagers 2025 (hors croisiéristes)

**4,08M**

Voyageurs en 2025

Trafic passagers régulier des  
ports de commerce de Corse**+2%**

Progression vs 2024

Confirme la résilience du  
transport maritime**2,58M**

Passagers nationaux

Socle du système portuaire  
corse (+4,6 %)**1,50M**

Passagers internationaux

38 % du trafic global, levier  
stratégique méditerranéen

En 2025, le trafic passagers régulier des ports de commerce de Corse s'établit à 4,08 millions de voyageurs, soit une progression de +2 % par rapport à 2024. Cette évolution confirme la résilience du transport maritime et son attractivité croissante dans la desserte externe de l'île.

La dynamique observée repose principalement sur le trafic national, véritable socle du système portuaire corse, qui totalise 2,58 millions de passagers (+4,6 %). Les liaisons avec le continent français demeurent structurantes : Toulon concentre 58 % du marché national (+9,6 %), suivie par Marseille avec 31 % (+1,1 %), tandis que Nice maintient une part inférieure à 10 %.

Le trafic international représente, quant à lui, 1,50 million de passagers. Malgré un léger recul (-2,2 %), il demeure un levier stratégique majeur pour l'ouverture de la Corse vers l'espace méditerranéen et pèse 38 % du trafic global. Les flux se concentrent essentiellement sur les liaisons avec l'Italie : Livourne (45 %), Savone (23,5 %), Santa Teresa Gallura (17,6 %), Gênes (9 %) et Piombino (2,3 %).

**Bastia & Ajaccio**76 % du trafic annuel — principaux hubs, socle  
de la desserte maritime de l'île**Ports complémentaires**L'Île-Rousse, Porto-Vecchio, Propriano et  
Bonifacio assurent la capillarité territoriale et la  
diversification des accès**Corsica Ferries**Leader avec +66 % des passagers transportés  
(+8,2 %)**Autres opérateurs**Corsica Linea 14,5 % · Moby Lines 10,6 % · La  
Méditerranée 5,2 %

Le recul observé pour Moby Lines s'explique principalement par une contraction de l'offre : démarrage d'exploitation en mai 2025 sur Bastia, au lieu d'avril, réduction des fréquences et ajustement des capacités en fonction des unités mises en service.

À l'inverse, Ichnusa Lines, positionnée exclusivement sur la liaison Bonifacio–Santa Teresa Gallura, bénéficie du dynamisme de cette ligne transfrontalière de proximité, confirmant son rôle structurant dans les échanges de courte distance entre la Corse et la Sardaigne.

- ☒ Dans ce contexte, afin de maintenir et consolider l'attractivité des ports et du territoire insulaire, il apparaît essentiel que l'EPCI poursuive et renforce ses actions de promotion en 2026. Aussi, préalablement à la présentation du plan de promotion 2026, une synthèse des actions conduites en 2025 a été établie, les comptes rendus se trouvent en annexe du présent document.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

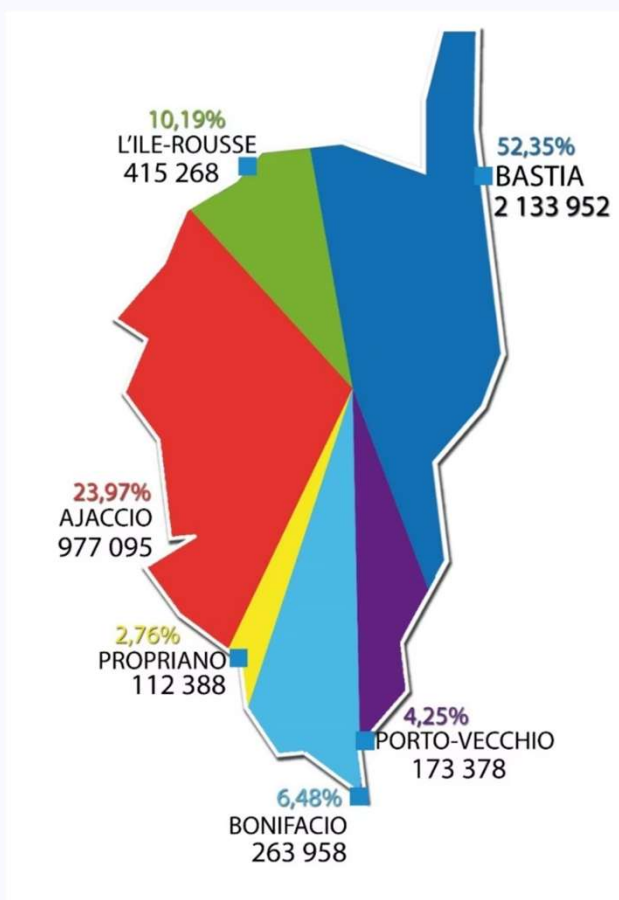
Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# 1. Répartition du trafic par port

Le tableau ci-dessous présente le détail du trafic passagers par port pour l'année 2025, en comparaison avec 2024, soulignant les évolutions significatives.

| PORTS         | 2024      | 2025      | VARIATION | %      |
|---------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| BASTIA        | 2 137 759 | 2 133 952 | -3 807    | -0,18% |
| AJACCIO       | 914 137   | 977 095   | 62 958    | 6,89%  |
| L'ILE-ROUSSE  | 406 163   | 415 268   | 9 105     | 2,24%  |
| BONIFACIO     | 249 738   | 263 958   | 14 220    | 5,69%  |
| PORTO-VECCHIO | 184 086   | 173 378   | -10 708   | -5,82% |
| PROPRIANO     | 105 529   | 112 388   | 6 859     | 6,50%  |
| TOTAL         | 3 997 412 | 4 076 039 | 78 627    | 1,97%  |



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

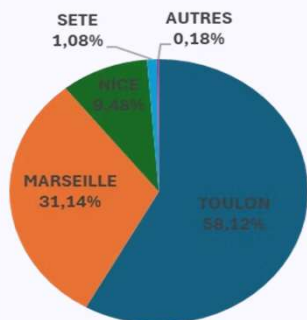
Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## 2. Détail du trafic passagers par ligne et par faisceau

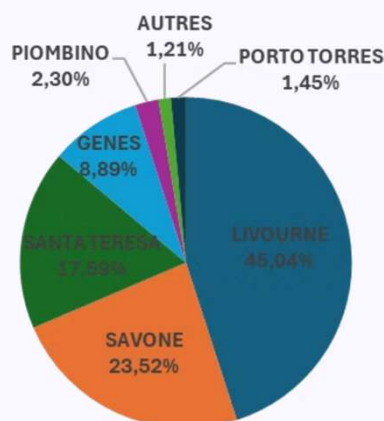
### Faisceau national



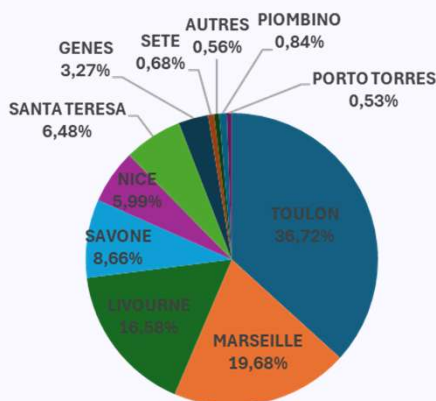
| LIGNES    | 2024      | 2025      | VARIATION | %       |
|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| TOULON    | 1 366 002 | 1 496 909 | 130 907   | 9,58%   |
| MARSEILLE | 793 727   | 802 155   | 8 428     | 1,06%   |
| NICE      | 288 526   | 244 125   | -44 401   | -15,39% |
| SETE      | 8 664     | 27 892    | 19 228    | 221,93% |
| AUTRES    | 6 275     | 4 650     | -1 625    | -25,90% |
| TOTAL     | 2 463 194 | 2 575 731 | 112 537   | 4,57%   |

### Faisceau italien

| LIGNES       | 2024      | 2025      | VARIATION | %       |
|--------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| LIVOURNE     | 648 750   | 675 704   | 26 954    | 4,15%   |
| SAVONE       | 382 897   | 352 878   | -30 019   | -7,84%  |
| SANTA TERESA | 249 722   | 263 956   | 14 234    | 5,70%   |
| GENES        | 184 544   | 133 444   | -51 100   | -27,69% |
| AUTRES       | 26 370    | 18 085    | -8 285    | -31,42% |
| PIOMBINO     | 24 212    | 34 438    | 10 226    | 42,24%  |
| PORTO TORRES | 17 723    | 21 803    | 4 080     | 23,02%  |
| TOTAL        | 1 534 218 | 1 500 308 | -33 910   | -2,21%  |



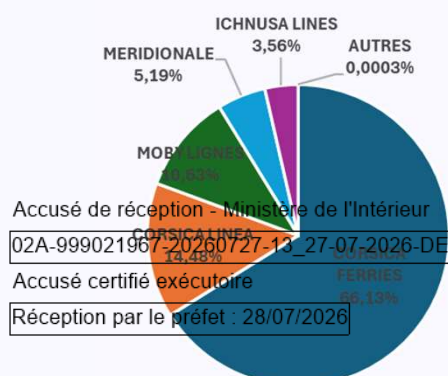
### Répartition du trafic passagers par ligne au global



| LIGNES       | 2024      | 2025      | VARIATION | %       |
|--------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| TOULON       | 1 366 002 | 1 496 909 | 130 907   | 9,58%   |
| MARSEILLE    | 793 727   | 802 155   | 8 428     | 1,06%   |
| LIVOURNE     | 648 750   | 675 704   | 26 954    | 4,15%   |
| SAVONE       | 382 897   | 352 878   | -30 019   | -7,84%  |
| NICE         | 288 526   | 244 125   | -44 401   | -15,39% |
| SANTA TERESA | 249 722   | 263 956   | 14 234    | 5,70%   |
| GENES        | 184 544   | 133 444   | -51 100   | -27,69% |
| SETE         | 8 664     | 27 892    | 19 228    | 221,93% |
| AUTRES       | 32 645    | 22 735    | -9 910    | -30,36% |
| PIOMBINO     | 24 212    | 34 438    | 10 226    | 42,24%  |
| PORTO TORRES | 17 723    | 21 803    | 4 080     | 23,02%  |
| TOTAL        | 3 997 412 | 4 076 039 | 78 627    | 1,97%   |

### Répartition du trafic passagers par compagnie

| LIGNES          | 2024      | 2025      | VARIATION | %       |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| CORSICA FERRIES | 2 491 567 | 2 695 286 | 203 719   | 8,18%   |
| CORSICA LINEA   | 587 340   | 590 410   | 3 070     | 0,52%   |
| MOBY LINES      | 527 810   | 433 292   | -94 518   | -17,91% |
| MERIDIONALE     | 258 365   | 211 745   | -46 620   | -18,04% |
| ICHNUSA LINES   | 132 330   | 145 293   | 12 963    | 9,80%   |
| AUTRES          |           | 13        | 13        | 100,00% |
| TOTAL           | 3 997 412 | 4 076 039 | 78 627    | 1,97%   |



# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## II. Bilan des Opérations Commerciales 2025

### A. Compte rendu des opérations

#### 1. Salon CSE Gamexpo — Stade de France Paris · 5 et 6 mars

La première participation au salon Eluceo de Paris a permis à Corsica Ferries, Corsica Linea et La Mériidionale de rencontrer des responsables de CSE, prescripteurs clés auprès de leurs adhérents. Ces échanges ont favorisé la mise en avant de la destination Corse et des offres de transport maritime, tout en permettant aux compagnies d'identifier précisément les besoins des CSE et de nouer des relations directes avec des décideurs.

Cette dynamique ouvre des perspectives concrètes de contractualisation et renforce le positionnement de la Corse comme destination privilégiée pour les séjours de groupe et individuels.

Bilan : 124 entités rencontrées représentant 2 292 909 adhérents ; 110 contacts consolidés pour Corsica Ferries, 62 nouveaux contacts pour Corsica Linea et 24 contrats confirmés pour La Mériidionale (cf. annexe 1).

#### 3. Salon CSE Gamexpo — Stadium de Toulouse · 8 et 9 avril

Pour la première fois, les compagnies maritimes ont participé au salon Eluceo de Toulouse, organisé au Stadium de Toulouse, dans la continuité des éditions de Paris et Marseille. Cette présence a permis d'aller à la rencontre de nouveaux CSE issus d'un bassin régional particulièrement dynamique. Durant deux journées, de nombreux échanges ont été menés avec des élus de CSE, ainsi qu'avec des représentants d'associations et de collectivités. Les discussions ont mis en avant les atouts de la destination Corse et les offres maritimes spécifiquement adaptées aux salariés, notamment via des codes promotionnels et des partenariats dédiés.

Bilan : 101 représentants de CSE rencontrés, représentant 96 283 adhérents. L'intérêt manifesté par les visiteurs confirme la pertinence de cette démarche, dont la reconduction, à un rythme biennal, pourrait permettre de consolider ce bassin.

1

2

#### 2. Salon CSE Gamexpo — Stade Vélodrome Marseille · 26 et 27 mars

Pour la deuxième année consécutive, le salon CSE Eluceo s'est tenu au Stade Vélodrome, réunissant des élus de CSE des régions PACA et Rhône-Alpes. Cet événement a constitué une vitrine stratégique pour promouvoir la destination Corse en avant-saison et valoriser les offres maritimes. Les échanges, jugés très positifs par Corsica Ferries, Corsica Linea et La Mériidionale, ont permis de renforcer leur visibilité et d'engager des relations commerciales prometteuses avec des prescripteurs clés.

Bilan : 123 responsables de CSE rencontrés, représentant 115 696 adhérents. Corsica Ferries et Corsica Linea ont respectivement créé 92 et 32 nouveaux comptes ; La Mériidionale a confirmé 117 nouveaux contacts (près de 30 000 salariés) et généré 49 nouveaux contrats (cf. annexe 2). Cette nouvelle participation confirme l'intérêt stratégique de ce salon, que les compagnies souhaitent reconduire en 2026.

3

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## II. Bilan des Opérations Commerciales 2025

### A. Compte rendu des opérations (suite — opérations 4 à 5)

#### 4. Foodtrip Corsica Ferries Italie · 3 et 4 mai

La CCI de Corse, en partenariat avec Corsica Ferries (Italie) et l'Agence du Tourisme de la Corse, a lancé une opération innovante de début de saison : un « Food Trip » dédié aux saveurs 100 % insulaires, mettant en lumière le patrimoine gastronomique de l'île. Cette expérience immersive a réuni 13 journalistes et créateurs de contenu influents issus de Lombardie, du Piémont, de Ligurie et de Toscane. Le programme comprenait dégustations (vins, fromages, miel), rencontres avec des producteurs et ateliers thématiques, afin de valoriser la Corse sous un angle expérientiel et hors haute saison.

Grâce aux relais sur blogs et réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...), plus de 400 000 abonnés ont été touchés (cf. annexe 4).

4

5

#### 5. Eductour réseau AGV Selectour Corsica Ferries 27 et 28 mai

Première édition portée par la CCI de Corse, en partenariat avec Corsica Ferries et l'Agence du Tourisme de la Corse, cette opération promotionnelle visait à valoriser la destination Corse auprès d'agents du réseau Selectour, premier réseau d'agences de voyages en France avec plus de 1 000 points de vente. Dix responsables d'agences ont ainsi été accueillis pour une immersion professionnelle, souvent inédite pour eux. Un programme sur mesure a été conçu : visites d'établissements hôteliers, mise en avant de la qualité des infrastructures d'accueil, découvertes gastronomiques et excursion maritime vers Centuri via le Cap Corse.

À l'issue de l'opération, les retours recueillis via un questionnaire de satisfaction ont été très positifs (cf. annexe 5).

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## II. Bilan des Opérations Commerciales 2025

### A. Compte rendu des opérations (suite — opérations 6 à 10)

#### 6. Blogtrip outdoor Moby — 29 mai au 1er juin

Une opération de valorisation de la destination Corse a été conduite avec succès à travers un blogtrip « outdoor » réunissant huit influenceurs italiens, en partenariat avec l'Agence du Tourisme de la Corse et la compagnie maritime Moby Lines. En 2024, l'Italie représente 28 % des nuitées étrangères sur l'île, portée par une hausse de +7 % du trafic maritime entre janvier et septembre.

Les retombées digitales sont significatives : une vingtaine de publications et reels ont généré plus de 350 000 vues uniques (cf. annexe 6).

#### 8. Accueil presse Corsica Ferries · 1er au 3 octobre

Six journalistes français spécialisés en gastronomie, tourisme et art de vivre ont été accueillis dans le cadre d'une opération presse menée avec l'Agence du Tourisme de la Corse, Corsica Ferries et l'agence parisienne Oxygen. Un programme immersif leur a permis de découvrir la richesse culinaire et les savoir-faire insulaires. Les médias représentés totalisent plus de 1,6 million de lecteurs mensuels. L'opération sera prolongée par un dossier de 10 pages dans le magazine Saveurs en juillet 2026 (cf. annexe 8).

#### 10. Salon CSE Gamexpo — Stade Vélodrome Marseille · 7 et 8 octobre

Les compagnies maritimes ont de nouveau participé au salon des CSE organisé à Marseille par le partenaire Gamexpo Eluceo. Positionnée en après-saison, l'opération a favorisé des échanges qualitatifs avec des élus de CSE et l'identification de nouvelles opportunités de collaboration. La participation a permis de rencontrer 62 entités représentant 44 134 adhérents, dont 42 nouveaux clients pour Corsica Ferries.

6

7

#### 7. Roadtrip moto — Magazine allemand Motorrad · 5 au 8 juillet

Pour la première fois, deux journalistes du magazine allemand Motorrad, référence européenne auprès des passionnés de deux-roues, ont été accueillis en Corse dans le cadre d'un road trip dédié au tourisme moto. L'itinéraire, conçu pour valoriser les routes panoramiques, les paysages et l'offre touristique de l'île, leur a permis de vivre une expérience immersive mêlant conduite, découvertes patrimoniales et gastronomie locale.

Ce partenariat se traduira par la publication de trois articles, en ligne et en version papier, dans des magazines spécialisés en Allemagne, Autriche et Italie entre mai et juillet 2026 (cf. annexe 7).

8

9

#### 9. TTG de Rimini · 8 au 10 octobre

En partenariat avec l'Agence du Tourisme de la Corse et Atout France (Italie), la Corse a participé au salon professionnel TTG de Rimini aux côtés de Corsica Ferries, Moby Lines et de 11 socioprofessionnels insulaires. Cette édition a réuni près de 70 000 visiteurs professionnels (+3 %) et 2 700 exposants. Plusieurs projets de promotion ont été engagés : éductour avec Gengis Khan, court séjour « Corsica Expérience » avec Travered, blogtour multimarques DACH porté par Moby Lines (cf. annexe 9).

10

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rapport d'Activité Commerciale 2025

## II. Bilan des Opérations Commerciales 2025

### A. Compte rendu des opérations (suite — opérations 11 à 13)

#### 11. Croisière des CSE — Workshop « Village Corse » · 4 et 5 novembre

11

La CCI de Corse et l'Agence du Tourisme de la Corse ont mené une opération de promotion majeure en participant à la « Croisière des CSE – Eluceo Gamexpo », organisée à bord du Mega Smeralda avec Corsica Ferries, à l'occasion des 80 ans des CSE. L'événement a réuni 620 élus représentant 250 CSE, soit un potentiel de 350 000 salariés et près de 750 000 bénéficiaires. Le « Village Corse » organisé à Bastia et Ajaccio a rassemblé une centaine d'exposants.

Bilan : satisfaction globale très élevée (92 % de retours au questionnaire), 60 % des exposants ayant obtenu des perspectives commerciales et 89 % constatant un renforcement des synergies locales. Coût maîtrisé de 89 700 € H.T.

#### 13. Business trip Voyage-privé.com Corsica Ferries

13

Dans le cadre de leur stratégie commune, la CCI de Corse et l'UMIH ont conduit en 2025 une série de Business Trips en partenariat avec Voyage Privé. Un programme de visites professionnelles a été déployé sur l'ensemble du territoire en 2025 (Ajaccio, Propriano, Balagne, Bastia...). Les résultats sont significatifs : en 2025, la destination enregistre sur la plateforme +25 % de chiffre d'affaires, +32 % de nuitées, +23 % de réservations et 2 500 passagers supplémentaires, avec un allongement de la durée moyenne de séjour (7,77 nuits contre 7,11 en 2024). Au total, 90 nouveaux fournisseurs corses ont rejoint le portefeuille de Voyage Privé (cf. annexe 12).

#### 12. Eductour « Corsica Expérience » Corsica Ferries Italie · 5 au 8 décembre

12

À la suite des échanges engagés lors du salon TTG de Rimini 2025, une opération ciblée de reconquête du marché italien a été lancée : « Corsica Expérience ». Portée par le tour-opérateur Travered, en partenariat avec l'ATC, la CCI de Corse et Atout France (Italie), cette initiative a accueilli en Corse un groupe de professionnels (agents de voyages, journalistes, influenceurs). La traversée maritime a été conçue comme un séminaire embarqué intégrant des modules de formation à la vente de la destination. Les retours des 17 professionnels interrogés font état d'une très forte satisfaction et d'une intention de commercialisation rapide (cf. annexe 11).

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## B. Synthèse des opérations

13

1 100

300

### Opérations commerciales et de communication

Organisées et/ou accompagnées aux côtés des opérateurs maritimes

### Professionnels rencontrés

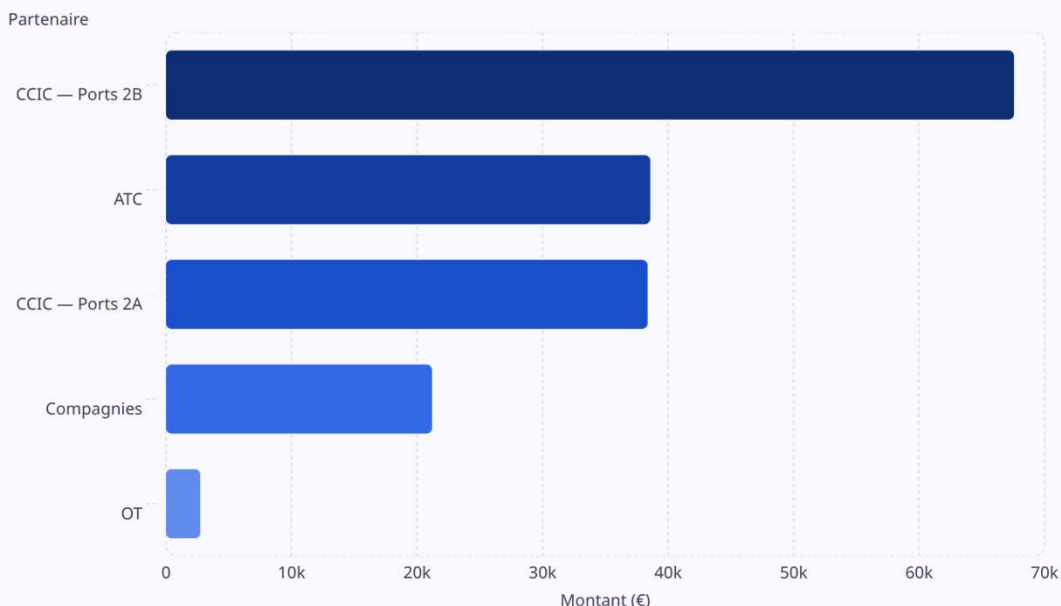
Tour-opérateurs, agents de voyages, responsables CSE, journalistes, créateurs de contenus, acteurs MICE

### Socioprofessionnels mobilisés

Hébergements, restauration, sites culturels, activités nature, guides, autocaristes, offices de tourisme

## C. Coût global des opérations et financement

Le coût global des opérations, tous partenaires confondus, s'élève à 162 965 € et se répartit comme suit :



| Partenaire           | Part (%)     | Montant (€)      |
|----------------------|--------------|------------------|
| CCIC — Ports 2B      | 42 %         | 67 473 €         |
| CCIC — Ports 2A      | 22 %         | 35 468 €         |
| ATC                  | 23 %         | 37 054 € (**)    |
| Compagnies           | 12 %         | 20 000 €         |
| OT                   | 2 %          | 2 971 €          |
| <b>Total général</b> | <b>100 %</b> | <b>162 965 €</b> |

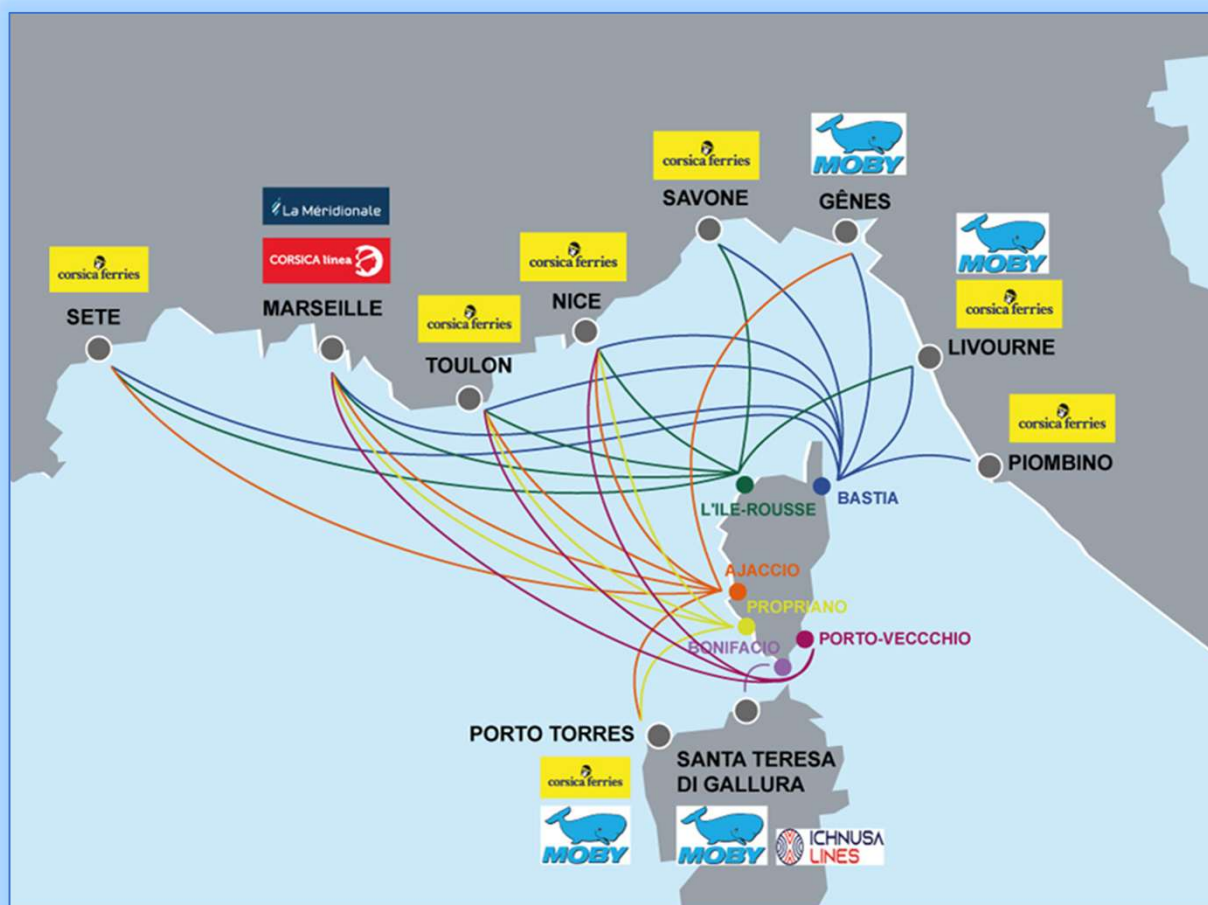
❑ (\*) Cette année, le budget annuel 2025 est en baisse par rapport au budget prévisionnel, en raison du partenariat conclu avec la société Gamexpo Eluceo, qui nous a offert la participation à quatre salons professionnels CSE — Marseille en avant et après saisons, Paris et Toulouse — pour un montant de 38 000 €, permettant également aux compagnies maritimes de bénéficier de la gratuité totale de leur participation aux salons CSE en 2025 ; à titre exceptionnel, cette contribution a entraîné une réduction du budget global.

(\*\*) Ce montant inclut les 20 000 € au titre du partenariat pour la croisière des CSE.

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Programmation Commerciale 2026

## I. Cartographie de la desserte maritime 2026



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Programmation Commerciale 2026

## II. Faits marquants de l'offre 2026 (1er avril – 30 septembre)

L'offre maritime 2026 repose sur une organisation cohérente, fondée sur la complémentarité des infrastructures et l'adaptation des capacités, avec un recours accru à des navires de plus grande capacité, répondant à la fois aux impératifs économiques et aux exigences environnementales du secteur maritime.

### Port de Bastia - Hub structurant

Principal pôle maritime de l'île, Bastia s'impose par son volume de traversées et sa capacité d'accueil. Sa position stratégique au nord-est, combinée à la diversité de ses liaisons vers Marseille, Toulon et l'Italie, lui permet d'assurer une continuité territoriale efficace tout au long de l'année. Porté notamment par Corsica Ferries et Corsica Linea, il constitue un véritable socle structurant du réseau maritime, garantissant des rotations régulières et fiables.

### Port de L'Île-Rousse - Port stratégique d'appui

Situé au cœur de la Balagne, il bénéficie d'une attractivité renforcée en période estivale et propose des liaisons optimisées avec Toulon, Nice et Sète. Sa connexion avec Nice offre l'un des temps de traversée le plus courts depuis le continent. La montée en puissance récente de L'Île-Rousse contribue à un meilleur équilibre du système portuaire corse. Le développement de nouvelles fréquences depuis Sète participe à la diversification des accès à l'île.

### Port d'Ajaccio

Dans la période du mois d'avril au mois de septembre 2026, l'offre du port d'Ajaccio connaît une baisse de 9.23% au niveau des traversées, et de 4.95% en termes de passagers par rapport à l'année précédente. La raison principale de ce recul est l'arrêt de la triangulaire Gènes – Ajaccio – Porto Torres proposée en 2025 par la Moby Lines (-148 escales, -74 000 passagers). A noter l'ouverture d'une destination vers le port de Sète par la Corsica Ferries pour 23 traversées, et une offre de 40 000 places.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Programmation Commerciale 2026

## II. Faits marquants de l'offre 2026 (1er avril – 30 septembre)

### Port de Bonifacio

L'offre du port de Bonifacio connaît une hausse de plus de 16% au niveau des traversées suite à la reprise de l'activité en continu de la part de la Moby Lines. La panne du navire Giraglia de cette compagnie avait pénalisé le trafic du port en 2025, la hausse constatée en termes de traversées est le rattrapage du volume habituellement rencontré sur ce port, alors que la hausse au niveau des places offertes réside dans la mise en service du nouveau navire de la Moby Lines le Bunifazzu ayant une capacité supérieure au précédent.

### Port de Porto-Vecchio

Le programme 2026 du port de Porto Vecchio est marqué par le repli conséquent de l'offre de la Corsica Ferries de 67% au niveau des traversées, et de 62% au niveau de l'offre passagers. Il s'agit ainsi d'une baisse de l'offre de plus du quart de l'activité en termes d'escales et de l'ordre de 38% au niveau de l'offre de places par rapport à 2025.

### Port de Propriano

L'offre du Port de Propriano a atteint un niveau jamais égalé avec l'arrivée de la Corsica Ferries. En 2026, le nombre de traversées supplémentaires des deux compagnies (Corsica Linea et Corsica Ferries) est de 126 soit une hausse d'environ 66% dont 104 pour la Corsica Ferries. Au niveau des passagers le volume atteint quasiment les 500 000 passagers avec une hausse de 265 200 places par rapport à l'année dernière soit environ + 114%

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## IV. Répartition de l'offre par port en nombre de traversées et en volume de places

Les tableaux ci-après présentent la répartition de l'offre par port, en nombre de traversées et en volume de places, pour la saison 2026.

### Tous les ports — Vue d'ensemble

| Mois          | TRAVERSEES |       |       |        | PLACES OFFERTES |           |          |        |
|---------------|------------|-------|-------|--------|-----------------|-----------|----------|--------|
|               | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026      | V N-1    | V N-1% |
| Avril         | 594        | 701   | 107   | 18,01% | 757 078         | 839 284   | 82 206   | 10,86% |
| Mai           | 744        | 822   | 78    | 10,48% | 881 266         | 1 020 585 | 139 319  | 15,81% |
| Juin          | 920        | 891   | -29   | -3,15% | 1 197 150       | 1 159 636 | -37 514  | -3,13% |
| Juillet       | 1 073      | 1 020 | -53   | -4,94% | 1 446 367       | 1 397 398 | -48 969  | -3,39% |
| Août          | 1 153      | 1 135 | -18   | -1,56% | 1 616 333       | 1 610 114 | -6 219   | -0,38% |
| Septembre     | 874        | 875   | 1     | 0,11%  | 1 248 359       | 1 145 724 | -102 635 | -8,22% |
| Total général | 5 358      | 5 444 | 86    | 1,61%  | 7 146 553       | 7 172 741 | 26 188   | 0,37%  |

| Compagnies      | TRAVERSEES |       |       |         | PLACES OFFERTES |           |         |        |
|-----------------|------------|-------|-------|---------|-----------------|-----------|---------|--------|
|                 | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026      | V N-1   | V N-1% |
| CORSICA FERRIES | 2 325      | 2 349 | 24    | 1,03%   | 4 661 676       | 4 710 255 | 48 579  | 1,04%  |
| CORSICA LINEA   | 1 034      | 1 056 | 22    | 2,13%   | 874 967         | 874 241   | -726    | -0,08% |
| LA MERIDIONALE  | 352        | 338   | -14   | -3,98%  | 258 600         | 238 100   | -20 500 | -7,93% |
| MOBY LINES      | 1 035      | 1 152 | 117   | 11,30%  | 1 172 560       | 1 171 720 | -840    | -0,07% |
| ICHNUSA LINES   | 612        | 549   | -63   | -10,29% | 178 750         | 178 425   | -325    | -0,18% |
| Total général   | 5 358      | 5 444 | 86    | 1,61%   | 7 146 553       | 7 172 741 | 26 188  | 0,37%  |

| Lignes        | TRAVERSEES |       |       |         | PLACES OFFERTES |           |          |         |
|---------------|------------|-------|-------|---------|-----------------|-----------|----------|---------|
|               | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026      | V N-1    | V N-1%  |
| LIVOURNE      | 728        | 689   | -39   | -5,36%  | 1 567 818       | 1 204 756 | -363 062 | -23,16% |
| MARSEILLE     | 1 386      | 1 394 | 8     | 0,58%   | 1 133 567       | 1 112 341 | -21 226  | -1,87%  |
| TOULON        | 1 132      | 1 119 | -13   | -1,15%  | 2 320 199       | 2 266 779 | -53 420  | -2,30%  |
| SAVONA        | 372        | 390   | 18    | 4,84%   | 723 388         | 759 544   | 36 156   | 5,00%   |
| GENES         | 206        | 148   | -58   | -28,16% | 331 260         | 316 320   | -14 940  | -4,51%  |
| NICE          | 186        | 206   | 20    | 10,75%  | 388 396         | 437 792   | 49 396   | 12,72%  |
| PIOMBINO      | 39         | 20    | -19   | -48,72% | 76 566          | 37 680    | -38 886  | -50,79% |
| SANTA TERESA  | 1 104      | 1 281 | 177   | 16,03%  | 337 950         | 654 225   | 316 275  | 93,59%  |
| PORTO TORRES  | 149        | 91    | -58   | -38,93% | 151 600         | 173 000   | 21 400   | 14,12%  |
| GOLFO ARANCI  | 11         | 6     | -5    | -45,45% | 22 084          | 11 420    | -10 664  | -48,29% |
| SETE          | 31         | 67    | 36    | 116,13% | 66 260          | 136 129   | 69 869   | 105,45% |
| AUTRES PORTS  | 14         | 33    | 19    | 135,71% | 27 465          | 62 755    | 35 290   | 128,49% |
| Total général | 5 358      | 5 444 | 86    | 1,61%   | 7 146 553       | 7 172 741 | 26 188   | 0,37%   |

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port d'Ajaccio — Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | Traversées |      |       |         | Places offertes |         |         |         |
|---------------|------------|------|-------|---------|-----------------|---------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026    | V N-1   | V N-1%  |
| Avril         | 150        | 162  | 12    | 8,00%   | 236129          | 233939  | -2 190  | -0,93%  |
| Mai           | 164        | 166  | 2     | 1,22%   | 257084          | 242488  | -14 596 | -5,68%  |
| Juin          | 196        | 168  | -28   | -14,29% | 284222          | 249102  | -35 120 | -12,36% |
| Juillet       | 206        | 186  | -20   | -9,71%  | 299528          | 294638  | -4 890  | -1,63%  |
| Août          | 242        | 200  | -42   | -17,36% | 349100          | 314200  | -34 900 | -10,00% |
| Septembre     | 201        | 170  | -31   | -15,42% | 262477          | 270632  | 8 155   | 3,11%   |
| Total général | 1159       | 1052 | -107  | -9,23%  | 1688540         | 1604999 | -83 541 | -4,95%  |

| Compagnies      | Traversées |      |       |          | Places offertes |         |         |          |
|-----------------|------------|------|-------|----------|-----------------|---------|---------|----------|
|                 | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%   | 2025            | 2026    | V N-1   | V N-1%   |
| CORSICA FERRIES | 623        | 674  | 51    | 8,19%    | 1237540         | 1310365 | 72 825  | 5,88%    |
| CORSICA LINEA   | 194        | 194  | 0     | 0,00%    | 221000          | 156634  | -64 366 | -29,12%  |
| LA MERIDIONALE  | 194        | 184  | -10   | -5,15%   | 156000          | 138000  | -18 000 | -11,54%  |
| MOBY LINES      | 148        | 0    | -148  | -100,00% | 74000           | 0       | -74 000 | -100,00% |
| Total général   | 1159       | 1052 | -107  | -9,23%   | 1688540         | 1604999 | -83 541 | -4,95%   |

| Lignes        | Traversées |      |       |          | Places offertes |         |         |          |
|---------------|------------|------|-------|----------|-----------------|---------|---------|----------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%   | 2025            | 2026    | V N-1   | V N-1%   |
| TOULON        | 545        | 544  | -1    | -0,18%   | 1084315         | 1067285 | -17 030 | -1,57%   |
| MARSEILLE     | 388        | 378  | -10   | -2,58%   | 377000          | 294634  | -82 366 | -21,85%  |
| NICE          | 12         | 13   | 1     | 8,33%    | 23160           | 25440   | 2 280   | 9,84%    |
| PORTO TORRES  | 134        | 61   | -73   | -54,48%  | 143600          | 114600  | -29 000 | -20,19%  |
| SETE          | 0          | 23   | 23    | #DIV/0!  | 0               | 40285   | 40 285  | #DIV/0!  |
| GENES         | 66         | 0    | -66   | -100,00% | 33000           | 0       | -33 000 | -100,00% |
| AUTRES        | 14         | 33   | 19    | 135,71%  | 27465           | 62755   | 35 290  | 128,49%  |
| Total général | 1159       | 1052 | -107  | -9,23%   | 1688540         | 1604999 | -83 541 | -4,95%   |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port de Bastia — Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | TRAVERSEES |       |       |         | PLACES OFFERTES |           |          |         |
|---------------|------------|-------|-------|---------|-----------------|-----------|----------|---------|
|               | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026      | V N-1    | V N-1%  |
| Avril         | 215        | 214   | -1    | -0,47%  | 374 093         | 369 069   | -5 024   | -1,34%  |
| Mai           | 255        | 284   | 29    | 11,37%  | 441 214         | 473 578   | 32 364   | 7,34%   |
| Juin          | 385        | 376   | -9    | -2,34%  | 711 696         | 627 128   | -84 568  | -11,88% |
| Juillet       | 445        | 419   | -26   | -5,84%  | 808 691         | 699 763   | -108 928 | -13,47% |
| Août          | 474        | 484   | 10    | 2,11%   | 886 269         | 842 393   | -43 876  | -4,95%  |
| Septembre     | 386        | 340   | -46   | -11,92% | 720 064         | 554 164   | -165 900 | -23,04% |
| Total général | 2 160      | 2 117 | -43   | -1,99%  | 3 942 027       | 3 566 095 | -375 932 | -9,54%  |

| Compagnies        | TRAVERSEES |       |       |        | PLACES OFFERTES |           |          |         |
|-------------------|------------|-------|-------|--------|-----------------|-----------|----------|---------|
|                   | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026      | V N-1    | V N-1%  |
| CORSICA FERRIES   | 1 343      | 1 275 | -68   | -5,06% | 2 689 472       | 2 556 980 | -132 492 | -4,93%  |
| MOBY LINES        | 395        | 420   | 25    | 6,33%  | 939 360         | 695 920   | -243 440 | -25,92% |
| CORSICA LINEA SAS | 422        | 422   | 0     | 0,00%  | 313 195         | 313 195   | 0        | 0,00%   |
| Total général     | 2 160      | 2 117 | -43   | -1,99% | 3 942 027       | 3 566 095 | -375 932 | -9,54%  |

| Lignes        | TRAVERSEES |       |       |          | PLACES OFFERTES |           |          |          |
|---------------|------------|-------|-------|----------|-----------------|-----------|----------|----------|
|               | 2025       | 2026  | V N-1 | V N-1%   | 2025            | 2026      | V N-1    | V N-1%   |
| LIVOURNE      | 721        | 689   | -32   | -4,44%   | 1 554 630       | 1 204 756 | -349 874 | -22,51%  |
| MARSEILLE     | 422        | 422   | 0     | 0,00%    | 313 195         | 313 195   | 0        | 0,00%    |
| TOULON        | 385        | 350   | -35   | -9,09%   | 806 704         | 726 452   | -80 252  | -9,95%   |
| SAVONA        | 351        | 382   | 31    | 8,83%    | 680 552         | 744 056   | 63 504   | 9,33%    |
| GENES         | 140        | 148   | 8     | 5,71%    | 298 260         | 316 320   | 18 060   | 6,06%    |
| NICE          | 86         | 100   | 14    | 16,28%   | 179 968         | 212 216   | 32 248   | 17,92%   |
| PIOMBINO      | 39         | 20    | -19   | -48,72%  | 76 566          | 37 680    | -38 886  | -50,79%  |
| GOLFO ARANCI  | 11         | 6     | -5    | -45,45%  | 22 084          | 11 420    | -10 664  | -48,29%  |
| SETE          | 5          |       | -5    | -100,00% | 10 068          |           | -10 068  | -100,00% |
| Total général | 2 160      | 2 117 | -43   | -1,99%   | 3 942 027       | 3 566 095 | -375 932 | -9,54%   |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port de Bonifacio — Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | Traversées |      |       |        | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|--------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| Avril         | 120        | 210  | 90    | 75,00% | 35000           | 107250 | 72 250  | 206,43% |
| Mai           | 197        | 217  | 20    | 10,15% | 40350           | 110825 | 70 475  | 174,66% |
| Juin          | 210        | 210  | 0     | 0,00%  | 53000           | 107250 | 54 250  | 102,36% |
| Juillet       | 217        | 217  | 0     | 0,00%  | 54600           | 110825 | 56 225  | 102,98% |
| Août          | 217        | 217  | 0     | 0,00%  | 75000           | 110825 | 35 825  | 47,77%  |
| Septembre     | 143        | 210  | 67    | 46,85% | 80000           | 107250 | 27 250  | 34,06%  |
| Total général | 1104       | 1281 | 177   | 16,03% | 337950          | 654225 | 316 275 | 93,59%  |

| Compagnies    | Traversées |      |       |         | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|---------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| MOBY LINES    | 492        | 732  | 240   | 48,78%  | 159200          | 475800 | 316 600 | 198,87% |
| ICHNUSA LINES | 612        | 549  | -63   | -10,29% | 178750          | 178425 | -325    | -0,18%  |
| Total général | 1104       | 1281 | 177   | 16,03%  | 337950          | 654225 | 316 275 | 93,59%  |

| Lignes        | Traversées |      |       |        | Places offertes |        |         |        |
|---------------|------------|------|-------|--------|-----------------|--------|---------|--------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1% |
| SANTA TERESA  | 1104       | 1281 | 177   | 16,03% | 337950          | 654225 | 316 275 | 93,59% |
| Total général | 1104       | 1281 | 177   | 16,03% | 337950          | 654225 | 316 275 | 93,59% |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port de L'Île-Rousse —

## Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | TRAVERSEES |      |       |        | PLACES OFFERTES |         |        |        |
|---------------|------------|------|-------|--------|-----------------|---------|--------|--------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026    | V N-1  | V N-1% |
| Avril         | 49         | 49   | 0     | 0,00%  | 52 286          | 51 586  | -700   | -1,34% |
| Mai           | 58         | 61   | 3     | 5,17%  | 76 026          | 85 850  | 9 824  | 12,92% |
| Juin          | 59         | 59   | 0     | 0,00%  | 80 520          | 81 100  | 580    | 0,72%  |
| Juillet       | 111        | 104  | -7    | -6,31% | 184 164         | 178 064 | -6 100 | -3,31% |
| Août          | 120        | 124  | 4     | 3,33%  | 202 612         | 204 364 | 1 752  | 0,86%  |
| Septembre     | 63         | 61   | -2    | -3,17% | 91 756          | 89 256  | -2 500 | -2,72% |
| Total général | 460        | 458  | -2    | -0,43% | 687 364         | 690 220 | 2 856  | 0,42%  |

| Compagnies        | TRAVERSEES |      |       |        | PLACES OFFERTES |         |       |        |
|-------------------|------------|------|-------|--------|-----------------|---------|-------|--------|
|                   | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026    | V N-1 | V N-1% |
| CORSICA FERRIES   | 268        | 266  | -2    | -0,75% | 580 164         | 583 020 | 2 856 | 0,49%  |
| CORSICA LINEA SAS | 192        | 192  | 0     | 0,00%  | 107 200         | 107 200 | 0     | 0,00%  |
| Total général     | 460        | 458  | -2    | -0,43% | 687 364         | 690 220 | 2 856 | 0,42%  |

| Lignes        | TRAVERSEES |      |       |          | PLACES OFFERTES |         |         |          |
|---------------|------------|------|-------|----------|-----------------|---------|---------|----------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%   | 2025            | 2026    | V N-1   | V N-1%   |
| MARSEILLE     | 192        | 192  | 0     | 0,00%    | 107 200         | 107 200 | 0       | 0,00%    |
| TOULON        | 146        | 138  | -8    | -5,48%   | 320 760         | 304 672 | -16 088 | -5,02%   |
| NICE          | 68         | 76   | 8     | 11,76%   | 147 188         | 167 016 | 19 828  | 13,47%   |
| SETE          | 26         | 44   | 18    | 69,23%   | 56 192          | 95 844  | 39 652  | 70,57%   |
| SAVONA        | 21         | 8    | -13   | -61,90%  | 42 836          | 15 488  | -27 348 | -63,84%  |
| LIVOURNE      | 7          |      | -7    | -100,00% | 13 188          |         | -13 188 | -100,00% |
| Total général | 460        | 458  | -2    | -0,43%   | 687 364         | 690 220 | 2 856   | 0,42%    |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port de Porto-Vecchio —

## Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | Traversées |      |       |         | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|---------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| Avril         | 36         | 24   | -12   | -33,33% | 36270           | 15600  | -20 670 | -56,99% |
| Mai           | 40         | 26   | -14   | -35,00% | 34560           | 16900  | -17 660 | -51,10% |
| Juin          | 36         | 32   | -4    | -11,11% | 33200           | 28900  | -4 300  | -12,95% |
| Juillet       | 46         | 36   | -10   | -21,74% | 48500           | 36100  | -12 400 | -25,57% |
| Août          | 44         | 32   | -12   | -27,27% | 46400           | 28100  | -18 300 | -39,44% |
| Septembre     | 47         | 34   | -13   | -27,66% | 58170           | 32830  | -25 340 | -43,56% |
| Total général | 249        | 184  | -65   | -26,10% | 257100          | 158430 | -98 670 | -38,38% |

| Compagnies      | Traversées |      |       |         | Places offertes |        |         |         |
|-----------------|------------|------|-------|---------|-----------------|--------|---------|---------|
|                 | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| LA MERIDIONALE  | 158        | 154  | -4    | -2,53%  | 102600          | 100100 | -2 500  | -2,44%  |
| CORSICA FERRIES | 91         | 30   | -61   | -67,03% | 154500          | 58330  | -96 170 | -62,25% |
| Total général   | 249        | 184  | -65   | -26,10% | 257100          | 158430 | -98 670 | -38,38% |

| Lignes        | Traversées |      |       |         | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|---------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| MARSEILLE     | 158        | 154  | -4    | -2,53%  | 102600          | 100100 | -2 500  | -2,44%  |
| TOULON        | 56         | 18   | -38   | -67,86% | 108420          | 34970  | -73 450 | -67,75% |
| NICE          | 20         | 11   | -9    | -45,00% | 38080           | 21360  | -16 720 | -43,91% |
| PORTO TORRES  | 15         | 1    | -14   | -93,33% | 8000            | 2000   | -6 000  | -75,00% |
| Total général | 249        | 184  | -65   | -26,10% | 257100          | 158430 | -98 670 | -38,38% |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Port de Propriano — Répartition de l'offre en traversées et en volume de places

| Mois          | Traversées |      |       |         | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|---------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1%  | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| Avril         | 24         | 42   | 18    | 75,00%  | 23300           | 61840  | 38 540  | 165,41% |
| Mai           | 30         | 68   | 38    | 126,67% | 32032           | 90944  | 58 912  | 183,92% |
| Juin          | 34         | 46   | 12    | 35,29%  | 34512           | 66156  | 31 644  | 91,69%  |
| Juillet       | 48         | 58   | 10    | 20,83%  | 50884           | 78008  | 27 124  | 53,31%  |
| Août          | 56         | 78   | 22    | 39,29%  | 56952           | 110232 | 53 280  | 93,55%  |
| Septembre     | 34         | 60   | 26    | 76,47%  | 35892           | 91592  | 55 700  | 155,19% |
| Total général | 226        | 352  | 126   | 55,75%  | 233572          | 498772 | 265 200 | 113,54% |

| Compagnies      | Traversées |      |       |        | Places offertes |        |         |         |
|-----------------|------------|------|-------|--------|-----------------|--------|---------|---------|
|                 | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| CORSICA LINEA   | 226        | 248  | 22    | 9,73%  | 233572          | 297212 | 63 640  | 27,25%  |
| CORSICA FERRIES | 0          | 104  | 104   | -      | 0               | 201560 | 201 560 | -       |
| Total général   | 226        | 352  | 126   | 55,75% | 233572          | 498772 | 265 200 | 113,54% |

| Mois          | Traversées |      |       |        | Places offertes |        |         |         |
|---------------|------------|------|-------|--------|-----------------|--------|---------|---------|
|               | 2025       | 2026 | V N-1 | V N-1% | 2025            | 2026   | V N-1   | V N-1%  |
| MARSEILLE     | 226        | 248  | 22    | 9,73%  | 233572          | 297212 | 63 640  | 27,25%  |
| TOULON        | 0          | 69   | 69    | -      | 0               | 133400 | 133 400 | -       |
| NICE          | 0          | 6    | 6     | -      | 0               | 11760  | 11 760  | -       |
| PORTO TORRES  | 0          | 29   | 29    | -      | 0               | 56400  | 56 400  | -       |
| Total général | 226        | 352  | 126   | 55,75% | 233572          | 498772 | 265 200 | 113,54% |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Plan de Promotion 2026

À l'issue de la crise sanitaire liée au Covid-19, la Destination Corse a démontré sa capacité de résilience en renouant avec la croissance dès 2021, grâce à un plan de relance déployé sur trois années par la CCI de Corse. Aujourd'hui, dans un contexte politico-économique national et international incertain, il est indispensable de maintenir la dynamique engagée afin de consolider la position stratégique de nos ports au sein du bassin méditerranéen et de préserver leur compétitivité.

Selon les données publiées par l'Insee, entre avril et septembre 2025, les hébergements collectifs de tourisme ont enregistré près de 10 millions de nuitées, soit une progression de +1,4 % par rapport à 2024. Cette évolution confirme l'allongement progressif de la saison touristique et la diversification des périodes de séjour (Insee Analyse Corse n°63. Décembre 2025).

Dans le même temps, les modes de déplacement continuent d'évoluer : le transport maritime gagne des parts de marché face à l'aérien, avec une progression du trafic observée tout au long de la saison et une contribution accrue aux flux de voyageurs entre la Corse et les territoires continentaux (source Insee). Cette tendance conforte le rôle structurant des ports de commerce insulaires en tant que portes d'entrée majeures du territoire.

## Objectifs stratégiques du plan d'actions 2026



Consolider la desserte maritime - À travers l'ensemble des portes d'entrée structurantes que constituent les ports insulaires



Étalement de la saison - Accompagner les compagnies maritimes dans leur stratégie d'allongement de la saison touristique



Diversification des clientèles - France, Italie, Europe du Nord - renforcer la diversification des marchés émetteurs



Mobiliser les prescripteurs - Agences de voyages, CSE, tour-opérateurs, presse, créateurs de contenus et acteurs du MICE

## Structure du plan de promotion

Les actions BtoB seront prioritairement programmées en avant et arrière-saison afin de soutenir l'objectif de désaisonnalisation. En parallèle, des campagnes digitales ciblées, des dispositifs de sponsoring de contenus et une présence renforcée sur les canaux numériques viendront amplifier l'impact et la portée de la stratégie de promotion.

Trois axes structurent ce plan :

- Axe 1 — Opérations in situ (éductours, accueils presse, blogtrips, workshops)
- Axe 2 — Opérations externalisées (salons CSE, salons tourisme France et international)
- Axe 3 — Communication digitale (réseaux sociaux, application numérique, enquête satisfaction)

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## I. Axe 1 — Les opérations « in situ »

Les opérations conduites in situ constituent un levier stratégique déterminant pour promouvoir la destination Corse au plus près de sa réalité territoriale et renforcer son attractivité auprès de publics cibles à fort potentiel. Elles permettent notamment :

- D'offrir une expérience immersive et concrète de la destination, en mettant en valeur les ports de commerce, les paysages, les infrastructures et la diversité des offres touristiques ;
- De conforter la perception d'une accessibilité maritime performante, d'illustrer la qualité des liaisons et de présenter l'offre globale du territoire dans son environnement opérationnel ;
- D'encourager la programmation de séjours en dehors de la haute saison, en démontrant que l'île constitue une destination attractive tout au long de l'année.

Ces actions s'adressent prioritairement aux prescripteurs disposant d'une forte capacité de mise en marché : tour-opérateurs, réseaux d'agences de voyages, CSE, journalistes spécialisés, créateurs de contenus et professionnels du tourisme d'affaires. Elles s'inscrivent dans la stratégie globale de promotion portée par l'EPCI de Corse, en partenariat avec l'Agence du Tourisme de la Corse, visant à positionner la Corse comme une destination durable, différenciante et accessible, tout en favorisant la diversification saisonnière et un meilleur équilibre des flux de visiteurs.

Concrètement, ces opérations peuvent prendre différentes formes : accueils professionnels personnalisés, visites de sites et d'infrastructures, présentations des services portuaires et des offres touristiques, ateliers thématiques ou actions d'information ciblées, en coordination étroite avec les acteurs locaux du tourisme et du MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions). L'objectif est de créer des partenariats durables entre prescripteurs et opérateurs corses, d'approfondir la connaissance de l'offre insulaire et de faciliter la programmation effective de séjours sur l'ensemble du territoire.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## 1. Éductours, accueils presse et blogtrips

Les éductours, accueils presse et blogtrips constituent des outils éprouvés pour promouvoir la Corse auprès de publics ciblés. Conduits en partenariat avec les compagnies maritimes et l'ATC, ils proposent des expériences immersives valorisant la destination et ses acteurs locaux. Reconduites et ajustées chaque année, ces opérations optimisent l'impact médiatique et la production de contenus de qualité. Elles génèrent visibilité et notoriété tout en renforçant les synergies entre partenaires. Véritables leviers stratégiques, elles forment un pilier de la promotion touristique de la Corse.

### Corsica Ferries

- 1 **Éductour réseau Leclerc/Carrefour Voyages ou Promo Vacances FRAM (Groupe Caravelle) - mai/juin**  
Le Groupe Caravelle est un groupe touristique, à la fois créateur de voyages et vendeur, opérant plusieurs marques grand public et jouant un rôle majeur dans le tourisme de loisirs en France. Il fonctionne comme un tour-opérateur intégré.
- 2 **Éductour réseau ANWB (Pays-Bas) - septembre**  
Cette opération permettra de faire découvrir une destination authentique, nature et expérientielle, en adéquation avec les attentes de la clientèle néerlandaise (mobilité douce, itinérance, paysages, routes panoramiques, tourisme durable). Elle favorisera une meilleure connaissance terrain des professionnels ANWB, renforcera la recommandation de la Corse dans leurs supports et constituera un levier efficace pour positionner la destination sur des séjours hors saison à forte valeur ajoutée.
- 3 **Éductour TO italien Travered — avril**  
Dans la continuité de l'opération « Corsica Expérience » menée en décembre 2025, une nouvelle immersion sera organisée au printemps avec Travered – 100 % Corsica, en partenariat étroit avec l'ATC. Destinée aux agents de voyages italiens, elle proposera une découverte du sud de la Corse sur un format mêlant éductour, immersion terrain et formation professionnelle. L'objectif est de renforcer la prescription commerciale en avant-saison, de valoriser l'offre au-delà du balnéaire et d'actualiser les argumentaires de vente pour les catalogues 2027/2028.
- 4 **Accueil presse - Magazine « Échappées belles » - 04 au 08 mai**  
Magazine de voyage dédié à l'évasion, à la découverte des territoires et aux expériences authentiques. À travers ses reportages et ses visuels immersifs, il met en lumière des destinations riches en paysages, en culture et en art de vivre. Son univers éditorial s'inscrit pleinement dans la promotion des courts séjours axés sur l'immersion et le dépassement.
- 5 **Accueil presse motos - Magazine « Moto Revue » - septembre/octobre**  
Il s'agit d'un media de référence dans l'univers moto. Organiser un accueil presse avec des journalistes de Moto Revue représente une opportunité stratégique pour conjuguer notoriété médiatique, qualité éditoriale et mise en valeur de la Corse et ses paysages. La Corse attire une clientèle motarde nombreuse, dépensièrre et engagée. 100 000 motos transitent chaque année en Corse. Le transport maritime, via ferry, est un levier indispensable pour faciliter l'accès de cette clientèle passionnée de roadtrip et de liberté.
- 6 **Blogtrip Lifestyle –Tourisme - créateurs de contenu italiens – 20 au 22 mai**  
Visant à valoriser l'expérience maritime vers la Corse, les ports comme portes d'entrée de la destination et les usages concrets des voyageurs. Cette opération permettra de produire des contenus immersifs (posts, stories, reels) diffusés sur Instagram et Facebook, ciblant les communautés italiennes sensibles aux expériences authentiques, au slow tourism et aux courts séjours.

## 1. Éductours, accueils presse et blogtrips (suite - opérations 7 à 9)

- |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | <p>Blogtrip marché DACH - 4 à 6 créateurs de contenus spécialisés</p> <p>Un blogtrip sera organisé avec 4 à 6 créateurs de contenus spécialisés dans le tourisme et le voyage, sélectionnés pour leur fort taux de conversion et leur capacité à influencer les décisions de voyage. Cette opération ciblera prioritairement le marché DACH (Allemagne, Autriche, Suisse), avec un accent particulier sur la clientèle allemande. Les contenus produits seront spécifiquement adaptés aux attentes et aux usages des voyageurs allemands, notamment en matière de mobilité, de nature, d'authenticité et de qualité de services. À travers des formats immersifs (posts, stories, vidéos et articles), ce blogtrip permettra de valoriser l'expérience portuaire, les traversées maritimes et les services associés.</p>                                                                    |
| 8 | <p>Éductour marché belge - Corsicatavel (option)</p> <p>Corsica Ferries souhaite aujourd'hui renforcer son positionnement à l'international, et plus particulièrement sur le marché belge, identifié comme stratégique en matière de développement. Le projet consiste à organiser, pour la première fois, un éductour en Corse exclusivement dédié à ce marché, en collaboration avec le tour-opérateur Corsicatavel. Le marché belge présente un fort potentiel de développement : il s'agit d'une clientèle fidèle, disposant d'un bon pouvoir d'achat, attachée à l'authenticité des destinations et jouant un rôle clé en matière de recommandation. Corsicatavel, spécialiste reconnu de la destination Corse en Belgique, constitue un partenaire stratégique pour toucher un réseau structuré d'agents de voyages et consolider la distribution du produit Corse sur ce marché.</p> |
| 9 | <p>Éductour « Corsica Luxe » - TO Gioco Viaggi (Italie)</p> <p>Un nouvel éductour inédit intitulé « Corsica Luxe », dédié au segment haut de gamme, sera organisé en partenariat avec le tour-opérateur italien Gioco Viaggi, spécialiste reconnu de la destination Corse. Cette opération, une première sur ce positionnement, se déroulera sur 5 à 6 jours et proposera un tour complet de l'île exclusivement axé sur la découverte d'établissements 4 et 5 étoiles. L'objectif est de structurer et renforcer le positionnement de la Corse sur le marché du luxe, en valorisant l'excellence de son offre hôtelière, la qualité de ses services et son art de vivre.</p>                                                                                                                                                                                                               |

### La Méridionale

#### Blogtrip « Senior & DINKS » - fin mars/début avril

Organiser un blogtrip en Corse à la demande de La Méridionale, en ciblant les DINKS et les seniors, présente un fort intérêt stratégique. Ces deux cibles disposent d'un pouvoir d'achat élevé, de temps disponible et recherchent des expériences authentiques, confortables et à forte valeur ajoutée, parfaitement en adéquation avec l'offre de transport et de découverte de l'île proposée par La Méridionale. Ce dispositif permet ainsi de valoriser la Corse hors saison, de renforcer l'image premium et expérientielle de la destination, et de générer une visibilité ciblée et durable grâce à des contenus engageants et à fort potentiel de conversion.

#### Eductour AGV moto - 23 et 24 mai

Organiser un éductour moto sous forme de roadtrip à destination d'un réseau d'agences de voyages spécialisées dans la moto constitue une opportunité stratégique pour La Méridionale de valoriser son offre de traversées vers la Corse auprès de partenaires experts et prescripteurs. Ce format immersif permet aux agents de vivre concrètement l'expérience : simplicité d'embarquement, confort à bord, sécurité et fiabilité du transport des motos, tout en découvrant le potentiel de la Corse comme destination phare pour des roadtrips moto clés en main.

### Moby

#### Éductour TO italien Gengis Khan – 25 au 29 mai

Dans le cadre de sa stratégie de développement sur le marché italien, la Corse accueillera en avant-saison un éductour dédié aux activités outdoor en partenariat avec le tour-opérateur italien Gensiskhan, spécialiste reconnu des voyages actifs et expérientiels. Cette opération s'adressera à des prescripteurs ciblés, experts des séjours nature et aventure, afin de leur faire découvrir la richesse et la diversité de l'offre corse en matière de randonnées, sports de pleine nature, itinérances et expériences outdoor quatre saisons.

### Corsica Linea

Poursuite de la participation aux opérations ciblant les CSE à Paris et à Strasbourg. En dehors de ces salons professionnels, la compagnie n'envisage pas d'autre action de promotion conjointe au cours de l'année.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Promotion et Stratégie de Développement Touristique

## 2. Workshop ligne Sète – 02 juin

L'opération de promotion organisée le 2 juin 2026 à Sète s'inscrit pleinement dans la stratégie de valorisation et de développement des liaisons maritimes portée par la direction des concessions portuaires. Pilotée par l'EPCI de Corse, en partenariat avec Corsica Ferries et l'Agence du Tourisme de la Corse, elle répond à une double ambition : renforcer la visibilité de l'offre maritime corse et diversifier les bassins de clientèle afin d'accompagner durablement la croissance des flux touristiques vers l'île.

Cette initiative cible prioritairement le bassin d'Occitanie, territoire à fort potentiel qui constitue aujourd'hui un axe de développement stratégique. Grâce à sa densité de population, à son attractivité touristique et à l'accessibilité du port de Sète, ce marché offre de réelles perspectives pour élargir les marchés émetteurs au-delà des zones traditionnellement mobilisées. Il permet ainsi de capter une clientèle nouvelle, notamment issue de Montpellier, Toulouse et de leurs zones d'influence. Organisé à bord du Mega Victoria, le workshop proposera un cadre immersif, qualitatif et propice aux échanges entre les Offices de Tourisme corses et plusieurs relais de prescription du bassin d'Occitanie, parmi lesquels les agences de voyages, les CSE et les institutionnels.

Ce format doit favoriser des rencontres directes, efficaces et structurées entre l'offre et la demande, tout en valorisant concrètement l'expérience de voyage proposée par Corsica Ferries. L'événement permettra par ailleurs de mettre en lumière les lignes Sète-Île-Rousse et Sète-Ajaccio, qui constituent des axes stratégiques pour le développement des flux touristiques. Leur promotion contribuera à renforcer leur notoriété, leur fréquentation et leur positionnement sur le marché. Au-delà de la visibilité immédiate recherchée, l'enjeu est également de structurer des partenariats durables avec les acteurs du territoire occitan, afin d'inscrire plus durablement la destination Corse dans les offres commerciales et les circuits de distribution locaux.

Enfin, cette opération participe à la valorisation du port de Sète comme porte d'entrée vers la Corse, tout en renforçant l'attractivité des ports de l'Île-Rousse et d'Ajaccio. Elle illustre ainsi l'intérêt stratégique d'investir de nouveaux bassins de clientèle pour soutenir la diversification et le développement des flux touristiques vers l'île.

## 3. Focus Workshop « Ci Vediamo in Corsica »

Après une première édition organisée à Corte en 2023, puis une seconde à Ajaccio en 2024, le workshop « Ci Vediamo in Corsica » s'installe pour la première fois à Bastia à l'occasion de sa troisième édition, organisée en octobre dans un cadre biennal. Conçu comme un rendez-vous BtoB structurant dédié à la promotion de la Corse sur le marché italien, l'événement s'impose désormais comme une opération de référence pour le développement et la fidélisation de partenariats professionnels à fort potentiel.

Cette 3<sup>e</sup> édition marque une étape importante avec le choix de Bastia, ville-port stratégique, porte d'entrée naturelle de la destination et carrefour des échanges avec l'Italie. Organisé au musée de Bastia (à confirmer), en étroite partenariat avec l'Office de Tourisme de Bastia et les acteurs institutionnels de l'île, le workshop mettra en lumière le positionnement de la ville comme hub touristique, culturel et maritime, tout en valorisant son rôle clé dans l'accessibilité et la structuration de l'offre insulaire.



### Pourquoi un format BtoB ?

Il facilite des rencontres commerciales ciblées entre professionnels corses et italiens, ce qui accélère la conclusion de partenariats concrets et mesurables plutôt que de simples contacts génériques. Les rendez-vous individualisés permettent une approche approfondie des produits, prestations et attentes de chaque partie.



### Pourquoi un rythme biennal ?

Il donne le temps nécessaire pour mesurer concrètement les retombées commerciales de chaque édition et pour capitaliser sur les enseignements avant d'investir à nouveau. Il évite une saturation des participants et maintient un effet de rareté et d'exclusivité, ce qui renforce l'attractivité du workshop pour les TO italiens.



### Le musée de Bastia — lieu symbolique

Faire du musée de Bastia le cadre d'accueil de cette troisième édition renforce encore l'expérience proposée aux participants. Cela incarne l'identité culturelle corse dès l'arrivée des visiteurs BtoB, soulignant la richesse historique et patrimoniale du territoire.

### Objectifs du workshop « Ci Vediamo in Corsica » 2026

- 1 Accueillir des professionnels italiens — Agences, TO, presse spécialisée — renforcer leur connaissance de la destination Corse
- 2 Favoriser des rencontres directes — Avec les compagnies maritimes, ports, offices de tourisme et socioprofessionnels insulaires pour co-construire des offres attractives et commercialisables
- 3 Renforcer la programmation hors haute saison — En valorisant l'arrière-saison et des segments à forte valeur ajoutée (culture, sports, expérience terrain)

Cette opération biennale en BtoB contribue à fidéliser nos partenaires professionnels, à structurer une offre saisonnière mieux équilibrée, à augmenter le poids commercial de la Corse sur le marché italien, et à consolider durablement les relations commerciales tout en renforçant l'attractivité globale de la destination.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## II. Axe 2 — Les opérations externalisées en France continentale et à l'international

Les opérations externalisées visent à :

- Maintenir une présence active sur les marchés émetteurs stratégiques ;
- Soutenir la notoriété des ports de commerce et des compagnies maritimes ;
- Préparer les flux touristiques futurs, notamment hors saison.

### 1. Les Salons professionnels CSE

En concertation avec Corsica Linea, Corsica Ferries et La Mériidionale, la participation aux salons professionnels dédiés aux CSE constitue un axe structurant et pérenne de la stratégie de promotion. Ces rendez-vous permettent de valoriser l'offre maritime auprès de prescripteurs disposant d'une forte capacité de décision en matière de voyages individuels et collectifs.

#### Strasbourg - 26 et 27 mars 2026

La participation au salon CSE de Strasbourg constitue une opportunité stratégique nouvelle, s'agissant de la première édition organisée sur ce territoire. Elle permet aux compagnies maritimes d'accéder à un bassin inédit de CSE, encore peu exposé aux offres de transport maritime vers la Corse. La région Grand Est se distingue par la présence de nombreuses grandes entreprises et administrations à fort potentiel. Cette opération favorisera la prospection de nouveaux prescripteurs et l'émergence de partenariats durables. Strasbourg s'inscrit ainsi comme un axe de développement complémentaire au salon parisien.

#### Paris - Stade de France · 8 et 9 avril 2026

La participation au salon CSE de Paris représente un enjeu stratégique majeur pour les trois compagnies maritimes. En tant que premier salon national dédié aux CSE, il rassemble un nombre important de prescripteurs issus de l'ensemble des secteurs d'activité. Cette présence permet de consolider la notoriété des compagnies, de fidéliser les CSE déjà partenaires et d'entretenir des relations commerciales de proximité. Le salon constitue également un levier efficace de génération de ventes de voyages individuels et collectifs. Le maintien de cette opération s'inscrit ainsi dans une logique de continuité, de visibilité et de performance commerciale.

### 2. Les Salons professionnels du Tourisme

#### IFTM Paris - 15 au 17 septembre 2026

Participer à l'IFTM Paris en 2026 aux côtés des compagnies maritimes, sur le stand de l'Agence du Tourisme de la Corse et en synergie avec l'ensemble des professionnels insulaires du tourisme, représente un enjeu stratégique majeur pour les ports de commerce corses. Ce rendez-vous incontournable du tourisme offre une vitrine nationale et internationale idéale pour valoriser le rôle structurant des ports dans l'accessibilité et l'attractivité de l'île. En étant intégrés à l'écosystème du stand ATC, les ports peuvent inscrire leur action dans une approche collective et cohérente, mettant en avant la complémentarité entre transport maritime, offre touristique et développement des territoires. La présence conjointe avec les compagnies maritimes permet de porter un discours unifié sur la continuité territoriale, la qualité des liaisons, la saisonnalité et les perspectives de croissance des flux.

#### TTG Rimini - 14 au 16 octobre 2026

La participation au TTG Travel Experience de Rimini demeure stratégique pour le marché italien, qui est historiquement le premier marché étranger émetteur de touristes vers la Corse. Ce salon B2B est reconnu comme l'événement référence en Italie pour la promotion du tourisme global et offre un cadre idéal pour renforcer la visibilité de la Corse auprès des opérateurs italiens de premier plan.

- Promouvoir les liaisons maritimes entre la Corse et l'Italie ;
- Renforcer les partenariats avec les tour-opérateurs et agences italiennes ;
- Valoriser l'attractivité globale de la destination Corse dans un marché clef ;
- Favoriser l'ouverture de nouvelles opportunités commerciales et institutionnelles.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## III. La communication

### 1. Synergies maritimes et digitalisation : renforcer l'impact de la communication portuaire

À ces volets BtoB et BtoC, menés conjointement avec les compagnies maritimes, la Direction des Concessions Portuaires souhaite cette année développer et renforcer significativement l'axe digital de sa communication, en mobilisant des campagnes digitales ciblées, du sponsoring de contenus et une présence accrue sur les canaux numériques afin d'amplifier l'impact de sa stratégie de promotion. Cette approche digitale s'inscrit dans un contexte où les voyageurs consultent de plus en plus les réseaux sociaux comme sources d'inspiration et de planification de voyage, en particulier Instagram et Facebook, devenus des vecteurs essentiels de visibilité pour les destinations touristiques et les offres de transport maritime.

**Plan de contenus sponsorisés** — Déployé tout au long de l'année sur Facebook et Instagram, avec un ciblage précis par zones géographiques, centres d'intérêt (voyage, nature, expériences maritimes) et comportements de recherche. Posts sponsorisés, reels et stories hebdomadaires, ainsi que des formats narratifs immersifs valorisant les traversées maritimes, les paysages portuaires et les coulisses de la vie portuaire.

**Informations pratiques & services** — Fournir des informations pratiques sur le fonctionnement des compagnies maritimes, les modalités d'embarquement et de débarquement des passagers piétons et des véhicules, ainsi qu'à valoriser le rôle de la communauté portuaire et les services disponibles à la sortie des ports. Mise en avant des activités et services connexes (petits trains touristiques, offices de tourisme, animations locales...).

**Site internet institutionnel renforcé** — Le site internet institutionnel constitue un levier complémentaire essentiel et devra être amendé sur sa partie dédiée aux usagers. Il s'agira de renforcer son rôle de plateforme de référence, claire et accessible, centralisant l'ensemble des informations pratiques utiles au voyageur : accès aux ports, parcours passagers et véhicules, services disponibles, liens vers les compagnies maritimes, informations en temps réel et conseils pratiques.

### 2. Projet de création d'une application numérique au service des voyageurs des ports de Corse

Dans une logique de modernisation de l'accueil et de valorisation des concessions portuaires, il est envisagé d'étudier la création d'une application dédiée aux principaux ports de Corse (Ajaccio, Bastia, Porto-Vecchio, L'Île-Rousse, Bonifacio et Propriano).

Ce projet ferait l'objet, dans un premier temps, de l'élaboration d'un cahier des charges visant à définir les fonctionnalités et les modalités de mise en œuvre. À titre indicatif, l'application pourrait permettre l'accès en temps réel à des informations essentielles telles que les horaires des ferries, l'état du trafic maritime, les conditions météorologiques, les disponibilités de stationnement ou encore les services portuaires à proximité.



#### Informations en temps réel

Horaires des ferries, état du trafic maritime, conditions météorologiques, disponibilités de stationnement



#### Services complémentaires

Réservation, géolocalisation, informations touristiques, alertes en cas de perturbations



#### Relais du site internet

Aujourd'hui, le site n'est plus le 1er réflexe de l'utilisateur qui préfère passer directement par une application, notamment avec l'usage des téléphones portables

Ce type d'outil numérique contribuerait à renforcer l'attractivité et l'image moderne des ports corses et du territoire insulaire, dans une dynamique comparable aux solutions déjà déployées pour les aéroports de Corse.

### 3. Enquête de satisfaction aux passagers

Enfin, cette année, nous mettrons en place une enquête de satisfaction auprès des passagers de ferries sur les ports de Bastia et de l'Île-Rousse. Cette démarche se déclinera sous deux formats complémentaires :

#### Enquête « flash »

5 questions portant sur l'accès au port, les équipements et services, ainsi que l'avis général des passagers. Diffusion via un QR code, garantissant une participation simple, rapide et accessible au plus grand nombre.

#### Enquête approfondie

Mieux connaître le profil des voyageurs (âge, nationalité, provenance), la durée de leur séjour et leur type d'hébergement. Ce dispositif permettra de recueillir des données fiables et actualisées en temps réel. Les résultats aideront à identifier les points forts et les axes d'amélioration des services portuaires.

En 2026, l'enquête de satisfaction constitue la première étape d'un dispositif pérenne de connaissance usagers, destiné à alimenter à terme une amélioration continue des services portuaires et une politique d'accueil fondée sur la donnée.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## IV. Synthèse du plan de promotion 2026 & Vision 2026–2030

Vers des ports corses acteurs structurants de l'expérience touristique et territoriale

Au-delà de l'exercice annuel, le plan d'actions 2026 s'inscrit dans une trajectoire pluriannuelle visant à positionner durablement les ports de commerce corses comme des acteurs centraux de l'attractivité, de la performance et de la durabilité de la destination Corse à l'horizon 2030.

1

### 1. Renforcer le transport maritime dans l'accessibilité de la Corse

Soutenir les liaisons régulières, accompagner les compagnies maritimes et favoriser la programmation de séjours hors haute saison, notamment à travers le travail avec les prescripteurs et distributeurs touristiques européens

2

### 2. Montée en qualité de l'expérience passagers

Meilleure lisibilité de l'offre, information en temps réel, services adaptés aux usages et attention accrue portée au parcours usager, de la préparation du voyage à la sortie du port

3

### 3. Outils numériques & pilotage par la donnée

Déploiement progressif d'outils numériques et de dispositifs de connaissance client, permettant d'améliorer la performance des actions de promotion et d'inscrire l'action publique dans une logique d'amélioration continue

Dans cette perspective, l'année 2026 constitue une étape fondatrice : elle permet d'expérimenter, de structurer des partenariats durables, de poser les bases d'une stratégie digitale portuaire et d'initier une démarche de pilotage par la performance. Les enseignements tirés des actions menées alimenteront les choix stratégiques des années suivantes, avec l'ambition de construire, à l'horizon 2030, des ports corses pleinement intégrés à l'écosystème touristique et économique insulaire, reconnus pour la qualité de leur accueil, leur capacité d'innovation et leur contribution à un développement équilibré et responsable de la destination Corse.

**TABLEAU SYNOPTIQUE DES OPERATIONS DE PROMOTION 2026**

|    | CIE                                      | DATES                 | OPERATIONS                                     | CIBLE                                                    | REGION       | OBSERVATIONS                                 |
|----|------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------|
| 1  | CFF / Corsica Linea / La Méditerranéenne | 26 et 27 mars         | Salon Eluceo                                   | CSE                                                      | Strasbourg   | B2B                                          |
| 2  | CFF / Corsica Linea / La Méditerranéenne | 8 et 9 avril          | Salon Eluceo                                   | CSE                                                      | Paris        | B2B                                          |
| 3  | CFF                                      | 01 au 05 mai          | Gioco Viaggi secteur luxe                      | TO italien                                               | Corse        |                                              |
| 4  | CFF                                      | 04 au 08 mai          | Echappées Belles                               | 2 Journalistes                                           | Haute Corse  | Bastia / Cap Corse / Nebbiu / Balagne        |
| 5  | CFF                                      | 20 au 22 mai          | Blogtour Lifestyle                             | 13 Créateurs de contenu Italiens et journalistes         | Corse        |                                              |
| 6  | La Méditerranéenne                       | 23 au 24 mai          | AGV moto La Méditerranéenne                    | 16 AGV spécialisés moto                                  | Corse        | Dates précises (à conf)                      |
| 7  | Moby                                     | 25 au 29 mai          | Eductour outdoor TO italien Gengis Khan / Moby | TO Italien                                               | Haute Corse  | 5 pax / 4 AGV / 2 Journalistes / Haute Corse |
| 8  | CFF                                      | 01 au 03 juin         | WORKSHOP                                       | OT archipel de Thau / CCI Occitanie / CSE / AGV / Presse | Sète         | B2B                                          |
| 9  | CFF                                      | Septembre             | Eductour réseau ANWB                           | TO Pays-Bas                                              | Corse        | Dates précises à définir                     |
| 10 | CFF                                      | Septembre             | Accueil presse moto - Moto Revue               | Journalistes                                             | Corse        | Dates précises à définir                     |
| 11 | La Méditerranéenne                       | Septembre (à définir) | Blogtour La Méditerranéenne                    | Senior et Dinks                                          | Corse        | Porto-Vecchio/ Plaine Orientale / Nebbiu     |
| 12 | CFF / Corsica Linea / La Méditerranéenne | 15 au 17 Septembre    | IFTM Top Resa                                  | Professionnels du tourisme                               | Paris        | Salon B2B majeur                             |
| 13 | CFF / MOBY                               | 14 au 16 octobre      | TTG Travel Experience                          | Professionnels du tourisme                               | Rimini       | Salon B2B international                      |
| 14 | CFF                                      | A définir             | Travered - Corsica Experience                  | TO Italien                                               | Corse du Sud | Dates précises à définir                     |
| 15 | CFF / MOBY                               | mi Octobre            | WORKSHOP "Ci Vediamo In Corsica"               | TO et journalistes Italiens                              | Haute-Corse  | Musée de Bastia                              |
| 16 | CFF                                      | A définir             | Eductour prescripteurs Belges                  | TO / AGV                                                 | Corse        | A confirmer                                  |
| 17 | CFF                                      | A définir             | Eductour réseau Leclerc Voyages                | TO / AGV                                                 | Corse        | Dates précises à définir + intitulé exact    |

(\*) Les actions de promotion listées sont données à titre prévisionnel et peuvent évoluer en cours d'année.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

## V. Budget prévisionnel

Répartition du budget prévisionnel 2026

| BUDGET PORTS HAUTE-CORSE                     | BUDGET GLOBAL  | EPCIC          | ATC           | COMPAGNIES    |
|----------------------------------------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| SALONS PROFESSIONNELS(4)**                   | 34 000         | 25 000         | 0             | 9 000         |
| EDUCTOURS - ACCUEILS PRESSE - BLOGTRIPS (11) | 168 000        | 105 000        | 30 000        | 33 000        |
| WORKSHOP "CI VEDIAMO IN CORSICA"             | 40 500         | 22 500         | 15 000        | 3 000         |
| COMMUNICATION DIGITALE & SUPPORTS            | 18 000         | 18 000         | 0             | 0             |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>260 500</b> | <b>170 500</b> | <b>45 000</b> | <b>45 000</b> |
| <b>REPARTITION EN POURCENTAGE</b>            | <b>100,00%</b> | <b>65,45%</b>  | <b>17,27%</b> | <b>26,39%</b> |

• CCIC/ATC/Compagnies maritimes

\*\* IFTM Paris et TTG Rimini : stands offerts par l'ATC

La mutualisation des opérations de promotion en 2026 permet d'optimiser l'effort financier des partenaires tout en renforçant l'efficacité et la cohérence des actions menées. En concentrant la participation de l'ATC sur les éductours, accueils presse, blogtrips et le workshop « Ci Vediamo in Corsica », à fort potentiel de prescription et de visibilité, cette approche favorise une meilleure complémentarité entre actions terrain, promotion institutionnelle et valorisation des ports comme portes d'entrée de la destination Corse. Elle garantit ainsi un impact renforcé des actions tout en rationalisant les coûts et en maximisant les retombées pour l'ensemble des acteurs impliqués.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

Le plan d'actions 2026 de la Direction des Concessions Portuaires s'inscrit pleinement dans la nouvelle dynamique impulsée par la création de l'Établissement Public du Commerce et de l'Industrie de Corse (EPCIC). Il constitue à ce titre un premier cadre structurant de la politique de promotion des ports de commerce corses, en continuité avec les actions engagées par la CCI de Corse et en cohérence avec les priorités stratégiques du territoire.

Dans un contexte marqué par une progression du trafic maritime, une diversification des clientèles et une évolution des comportements touristiques, ce plan vise à affirmer le rôle des ports comme interfaces essentielles entre les marchés émetteurs et la destination Corse, et comme leviers actifs de l'attractivité, de la désaisonnalisation et du développement économique insulaire.

| Opérations « in situ »                                                                                   | Présence sur les marchés extérieurs                                                            | Axe digital transversal                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Favorisant l'immersion, la prescription qualifiée et la valorisation concrète des territoires portuaires | À travers des salons et rendez-vous professionnels structurants en France et à l'international | Destiné à amplifier la visibilité des ports, à moderniser leur image et à améliorer l'expérience des voyageurs |

L'approche partenariale constitue l'un des fondements de ce plan. La coordination étroite avec les compagnies maritimes, l'Agence du Tourisme de la Corse, les offices de tourisme et les acteurs socio-professionnels permet d'optimiser les moyens mobilisés, de mutualiser les actions et de garantir la cohérence des messages portés sur les différents marchés.

À travers ce plan, l'EPCI de Corse affirme sa volonté de positionner les ports de commerce corses comme des acteurs pleinement engagés dans les dynamiques touristiques, économiques et territoriales de l'île, au service d'un développement équilibré, attractif et responsable de la destination Corse.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Récapitulatif des Annexes 2025

01

## Annexe 1

Salon CSE Gamexpo –  
Stade de France, Paris · 5  
& 6 mars 2025

02

## Annexe 2

Salon CSE Gamexpo –  
Stade Vélodrome,  
Marseille · 26 & 27 mars  
2025

03

## Annexe 3

Salon Gamexpo – Stadium  
de Toulouse · 8 & 9 avril  
2025

04

## Annexe 4

FoodTrip CFF Italien · 3 &  
4 mai 2025

05

## Annexe 5

Selectour CFF · 27 & 28  
mai 2025

06

## Annexe 6

Blogtour Moby Lines · 29  
mai – 1er juin 2025

07

## Annexe 7

Roadtrip Motorrad · 5 au 8  
juillet 2025

08

## Annexe 8

FoodTrip France · 1er au 3  
octobre 2025

09

## Annexe 9

TTG Rimini · 8 au 10  
octobre 2025

10

## Annexe 10

Croisière des CSE · 4 au 6  
novembre 2025

11

## Annexe 11

Éductour Travered · 5 au 8  
décembre 2025

12

## Annexe 12

Voyage Privé.com 2025 —  
+24% CA · +30% nuitées ·  
+23% réservations

13

## Annexe 13

INSEE Analyse Corse n°63 · Décembre 2025

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 1 — Salon CSE Gamexpo Stade de France · 5 & 6 mars 2025

Une première au Stade de France : cap sur Eluceo pour promouvoir la Corse ! 🇫🇷 ✨ Les 5 et 6 mars, nous avons eu le plaisir de représenter la destination Corse aux côtés des compagnies maritimes **Corsica Ferries**, **Corsica Linea** et **La Méditerranée** lors du salon CSE GAMEXPO Eluceo au Stade de France.

## 🎯 Notre mission

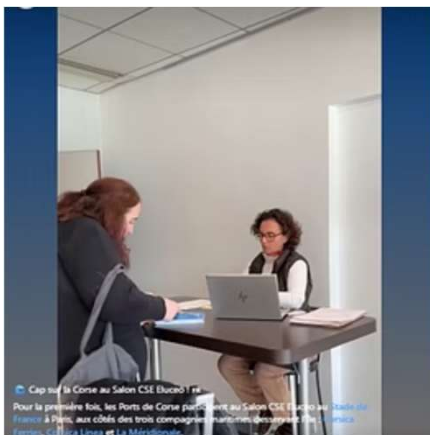
- Mettre en lumière la Corse comme destination idéale pour les voyages de groupes et les séjours CSE
- Présenter des offres adaptées aux comités sociaux et économiques pour faciliter l'organisation de séjours sur-mesure
- Valoriser l'avant-saison, période idéale pour découvrir la Corse dans toute son authenticité

## 💡 Un enjeu stratégique

Participer à Eluceo, c'est aller à la rencontre des décideurs CSE qui influencent les choix de voyage de milliers de salariés. En travaillant main dans la main avec les compagnies maritimes, nous créons des opportunités concrètes pour développer de nouveaux partenariats et renforcer l'attractivité de la Corse sur ce segment clé.

📅 📍 **Loge N°127** — Retrouvez-nous pour découvrir comment la Corse peut s'intégrer dans vos offres CSE.

➡ **SOON** Nous poursuivrons cette dynamique :  
📅 **26 & 27 mars** — Stade Vélodrome, Marseille  
📅 **29 & 30 avril** — Stadium de Toulouse



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

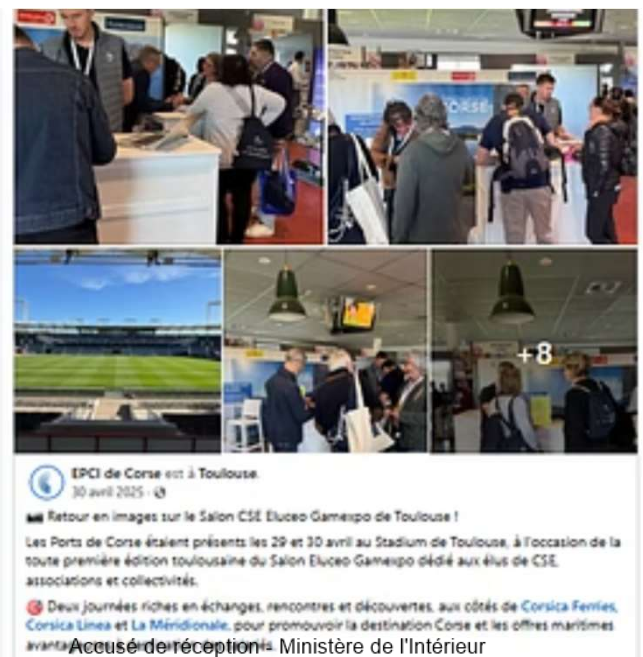
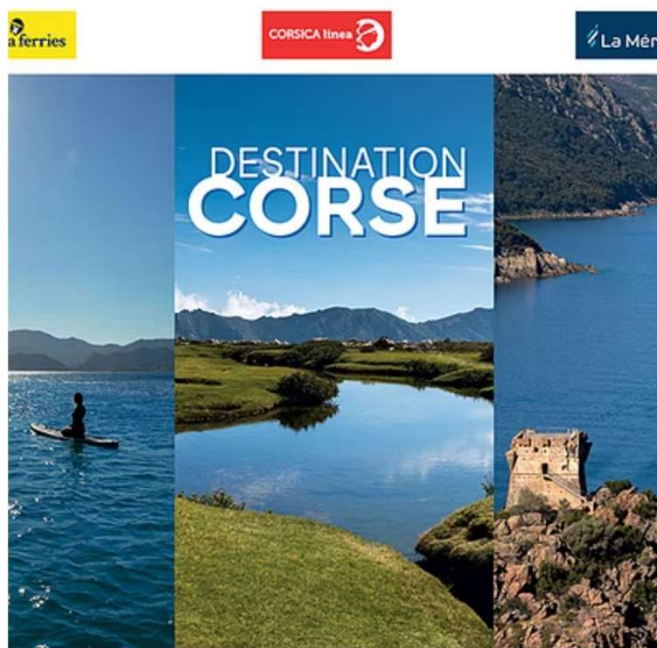
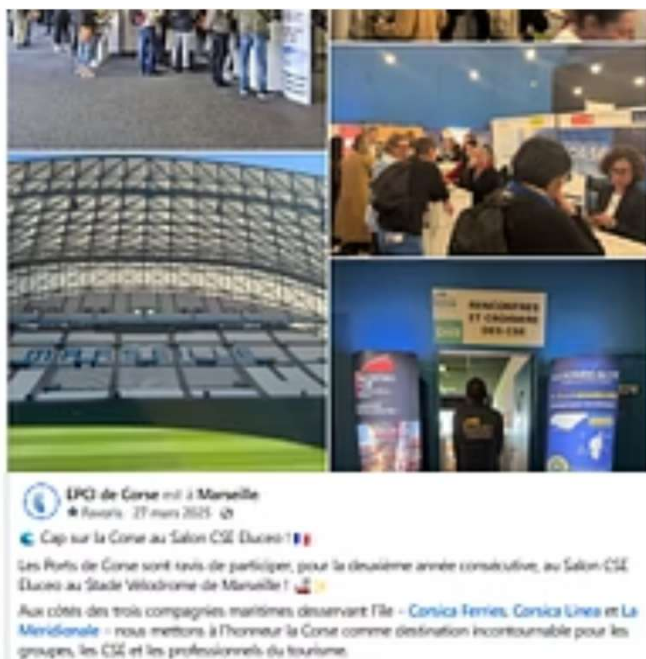
02/07/2026 17:20 260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 2 — Salon Eluceo Marseille · 26 & 27 mars 2025

Deuxième étape de la tournée des salons CSE Gamexpo, cette fois au **Stade Vélodrome de Marseille**. La destination Corse y était représentée avec les mêmes partenaires maritimes, poursuivant la dynamique engagée à Paris pour toucher les décideurs CSE du Sud de la France.



02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 3 — Salon Eluceo Toulouse · 29 & 30 avril 2025

Troisième et dernière étape de la tournée des salons CSE Gamexpo, au **Stadium de Toulouse**. La présence de la Corse aux côtés des compagnies maritimes a permis de couvrir les trois grandes métropoles françaises — Paris, Marseille et Toulouse — pour maximiser la visibilité de la destination auprès des comités sociaux et économiques.



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 4 — Food Trip CFF Italien · 3 & 4 mai 2025

Le **Food Trip CFF Italien** des 3 et 4 mai 2025 a constitué une opération de promotion gastronomique et touristique de la Corse à destination des professionnels du tourisme et de la distribution. Cet événement a permis de valoriser les produits du terroir corse et de renforcer les liens avec les partenaires italiens dans une démarche de promotion croisée.



Bureau de réception - Ministère de l'Intérieur  
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE  
Accusé certifié exécutoire  
Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 5 — Selectour CFF · 27 & 28 mai 2025

La participation au salon **Selectour CFF** les 27 et 28 mai 2025 a permis de renforcer les relations avec le réseau d'agences de voyages Selectour, l'un des principaux réseaux de distribution touristique en France. Cette présence a favorisé la mise en avant des offres corses auprès des agents de voyages et la création de nouveaux partenariats commerciaux.



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 6 — Blog Tour Moby Lines · 29 mai – 1er juin 2025

Le **Blog Tour Moby Lines** du 29 mai au 1er juin 2025 a réuni des blogueurs et influenceurs voyage à bord des ferries Moby Lines pour découvrir la Corse. Cette opération de communication digitale visait à générer du contenu authentique sur la destination et à toucher de nouvelles audiences via les réseaux sociaux et les blogs spécialisés.



Corse autrement. Entre mer, montagne et villages perchés, cette immersion hors saison a mis en lumière une île authentique et accessible toute l'année.

Un bel écho sur les réseaux sociaux italiens, en partenariat avec Moby et l'Agence du Tourisme de la Corse - ATC

EPQ de Corse - Suivi(s)  
4 juin · G





Storie più popolari in base alle visualizzazioni

Promuovi contenuti

Vedi tutti i contenuti



**Preparazione valigia in corso ...**

Mercoledì 28 maggio 00:00

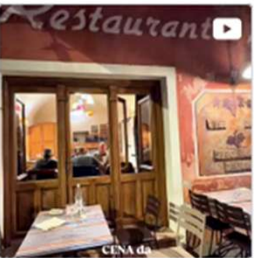
2159 0 0



**#suppliedby #viaggiaconmoby...**

Lunedì 2 giugno 11:38

1450 2 0



**#suppliedby #viaggiaconmoby...**

Mercoledì 4 giugno 09:59

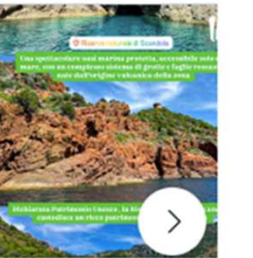
1200 4 0



**ESPERIENZA SUPER DA FARE IN CORSIC...**

Martedì 3 giugno 14:24

1118 4 0



**#suppliedby #viaggiaconmoby...**

Martedì 3 giugno 22:41

1098 3 0

Insights

Controlla i risultati delle prestazioni e altro ancora.

Instagram

27 mag 2025 - 12 giu 2025

Imposta un obiettivo, monitora i progressi e scopri consigli utili per il tuo successo professionale.

Inizia nuovo obiettivo

Visualizzazioni

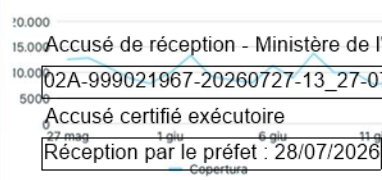
306.212 ↓ 46%



Visualizzazioni

Copertura

148.250 ↓ 47,1%



Copertura

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 7 — Roadtrip Motorrad · 5 au 8 juillet 2025

Le **Roadtrip Motorrad** du 5 au 8 juillet 2025 a proposé une découverte de la Corse à moto, mettant en valeur les routes spectaculaires et les paysages exceptionnels de l'île. Cette opération ciblait les passionnés de moto et les médias spécialisés, ouvrant ainsi un nouveau segment touristique pour la destination.



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

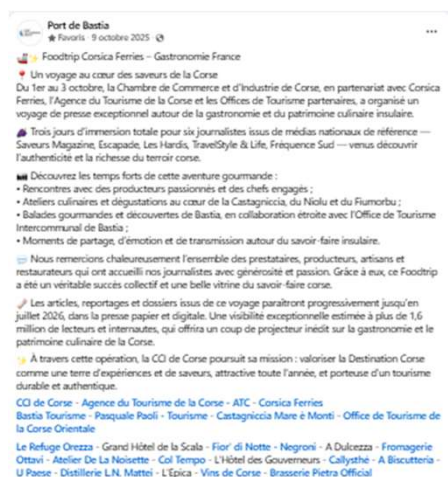
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 8 — Food Trip France · 1er au 3 octobre 2025

Le Food Trip France du 1er au 3 octobre 2025 a mis à l'honneur la gastronomie corse auprès des professionnels du tourisme et de la restauration en France continentale. Cet événement a permis de valoriser les produits du terroir insulaire — charcuterie, fromages, vins, huile d'olive — et de renforcer la notoriété de la Corse comme destination gastronomique d'excellence.



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 9 — TTG Rimini · 8 au 10 octobre 2025

Le **TTG de Rimini** (Travel Trade Show) du 8 au 10 octobre 2025 est l'un des principaux salons du tourisme en Europe. La présence de la Corse à cet événement international a permis de renforcer la visibilité de la destination sur le marché italien et européen, en rencontrant des tour-opérateurs, agents de voyages et professionnels du secteur.



**EPCI de Corse est à Rimini**  
Rimini - 11 octobre 2025

**La CD de Corse au TTG Travel Experience de Rimini !**  
Du 7 au 10 octobre, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse a participé au TTG Travel Experience de Rimini, le rendez-vous n°1 du tourisme en Italie, qui réunit chaque année plus de 70 000 visiteurs professionnels.

Inscrite par l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) et Abroad France Italia, la CD de Corse était présente aux côtés des compagnies maritimes Corsica Ferries et Moby Lines, partenaires essentiels des liaisons entre la Corse et l'Italie.

**Nos objectifs :**

- Rencontrer de nouveaux tour-opérateurs et agents de voyage italiens ;
- Identifier les tendances émergentes du voyage ;
- Préparer les opérations de promotion 2026, notamment le workshop "Gi vediamo in Corsica", organisé en collaboration avec l'ATC et Abroad France Italia auprès de nouveaux opérateurs sélectionnés.



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 10 — Croisière des CSE · 4 au 6 novembre 2025 (1/10)

La **Croisière des CSE** du 4 au 6 novembre 2025 a constitué l'événement phare de l'année : un salon embarqué à bord du navire **Mega Sméralda**, affrété par Gamexpo. Au départ de Toulon le 3 novembre au soir, avec escale le 4 novembre à **Bastia** et le 5 novembre à **Ajaccio**, retour le 6 à Toulon.

**Ports de Corse**  
5,33 abonnés  
5 j • Modifié •

Retour sur la Croisière des CSE : une opération d'envergure au service de la Destination Corse 🇫🇷

Les 4 et 5 novembre derniers, la Corse a vibré au rythme de la Croisière des CSE, un événement inédit organisé par ELUCEO - SALONCSE, la CCI de Corse et l'Agence du Tourisme de la Corse qui a réuni :

- 280 CSE,
- 36 exposants nationaux,
- 650 élus de CSE venus de toute la France,
- 100 socioprofessionnels insulaires présents lors des deux workshops à #Bastia et #Ajaccio.

Près de 2 000 rendez-vous ont animé le Village Corse, véritable vitrine de nos savoir-faire et de notre hospitalité.

Un immense merci à toutes celles et ceux qui ont rendu cette aventure possible et mémorable :

- Les équipes de Gamexpo Eluceo, véritables chefs d'orchestre de cette opération d'envergure, une première du genre en Corse ! Leur expertise, leur énergie et leur créativité ont permis de faire rayonner la Destination durant deux jours exceptionnels.
- Les Offices de Tourisme Intercommunaux de Bastia (**Bastia Tourisme**) et d'Ajaccio (**Office Intercommunal de Tourisme du Pays d'Ajaccio**), qui, aux côtés de Corse Incentive, ont imaginé des parcours de découverte originaux permettant à nos invités de vivre des expériences uniques et inoubliables. Mention spéciale pour la directrice de l'OTI de Bastia **Veronique Valentini-Calandini** qui a récompensé avec générosité toutes les équipes participantes en leur offrant des cadeaux valorisant les produits du terroir.
- L'équipe de **CORSE INCENTIVE**, pour son professionnalisme et son inventivité : la chasse aux trésors digitale a permis à 650 participants de découvrir Bastia et Ajaccio sous un format ludique et interactif. Elle a également orchestré avec talent les apéritifs à bord, mettant à l'honneur les produits locaux dans une ambiance festive et musicale qui a rencontré un franc succès auprès de tous les participants.
- Corsica Ferries, sans qui cette opération n'aurait pu voir le jour. Un immense merci pour avoir offert les conditions optimales à l'organisation de cette première croisière des CSE en Corse, une réussite logistique et humaine exemplaire.
- Et bien sûr, tous nos exposants insulaires, représentant la diversité et la richesse de l'offre corse : hébergeurs, prestataires d'activités, voyage et transport, Offices de Tourisme, producteurs et artisans. Merci pour votre engagement, votre enthousiasme et votre contribution à ce workshop inédit et fédérateur.
- La Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse remercie chaleureusement l'ensemble des partenaires pour cette belle mise en lumière de la Corse, terre d'accueil, d'expériences et de rencontres.

Rendez-vous en 2026 pour de nouvelles opérations de promotion de la Destination Corse, toujours aux côtés de la cible des CSE !

#CroisièreDesCSE #Corse #GamexpoEluceo #CorseIncentive #TourismeCorse #CSE #Evénementiel #Merci #CCICorse #VisitCorse #CorsicaFerries



Vous et 70 autres personnes 1 commentaire · 10 republications

**Port de Bastia**  
★ Favoris · 5 novembre à 09:30 ·

🇫🇷 Le Village Corse débarque à Bastia !

Le Méga Sméralda de Corsica Ferries ouvre ses portes pour une journée 100 % rencontres, découvertes et savoir-faire insulaire 🇫🇷

Organisé par Gamexpo, en partenariat avec la CCI de Corse et l'Agence du Tourisme de la Corse, l'événement réunit :

- 620 représentants de CSE venus de toute la France
- 50 socio-professionnels corses présents à Bastia : hébergeurs, artisans, prestataires d'activités, agents réceptifs, transporteurs et offices de tourisme

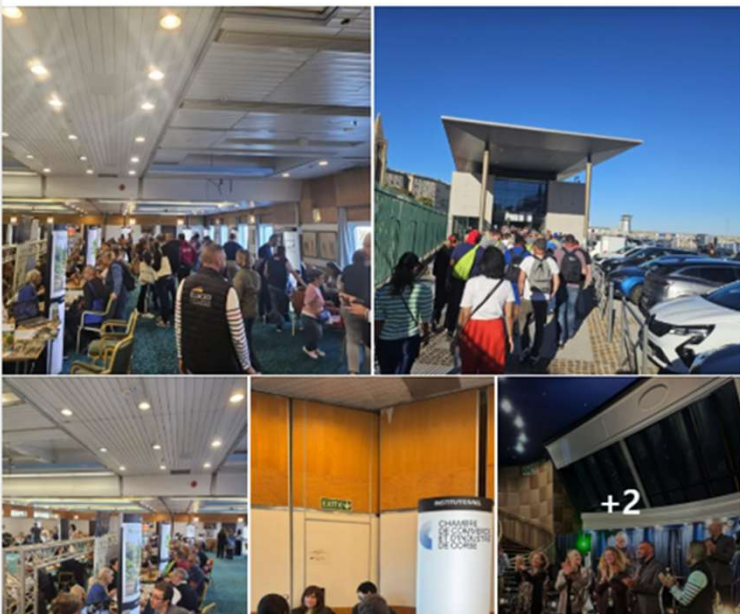
🎯 Objectif : faire rayonner la destination Corse, valoriser l'économie locale et renforcer les liens entre les CSE et les acteurs du tourisme insulaire.

📍 Au cœur de Bastia, les participants partent pour une chasse aux trésors immersive signée Cors'Incentive, en partenariat avec l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia. Une expérience ludique et culturelle pour (re)découvrir la citadelle, les ruelles colorées, le vieux port et les saveurs bastiaises 🍷

🍷 En fin de journée, apéritif et remise de prix à bord : convivialité, fierté et hospitalité corse à l'honneur 🇫🇷

📢 Une première escale placée sous le signe du partage, du rayonnement territorial et de la promotion de Bastia comme port d'ancrage du tourisme d'affaires en Corse.

CCI de Corse - Agence du Tourisme de la Corse - ATC - Bastia Tourisme - Ajaccio Tourisme - Corsica Ferries



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Rappel du cadre de l'opération — Croisière des CSE (2/10)

## Partenaires

- ELUCEO GAMEXPO (Organisateur)
- Agence du Tourisme de la Corse
- Offices de Tourisme d'Ajaccio et de Bastia
- Corse Incentive (Prestataire de service)

## Format

Navire Mega Sméralda, affrété par Gamexpo.  
Départ Toulon le 3 nov. au soir · Escale Bastia le 4 nov. · Escale Ajaccio le 5 nov. · Retour Toulon le 6 nov.

## Networking

2 séances de travail (Bastia + Ajaccio) en format workshops : **91 socio-professionnels** des deux départements représentés.

## Cible

**250 Comités Sociaux Économiques**

## Coût & Financement

**89 700 € HT** — 80% CCIC / 20% ATC

## Formules d'exposition

**1 — « Village Corse »** : exposition gratuite pour les participants. **43 exposants** de Haute-Corse à Bastia et **45 exposants** de Corse du Sud à Ajaccio. Rendez-vous libre en BtoB.

**2 — Espace congrès national** : possibilité d'exposer aux côtés des enseignes nationales sur deux jours et de participer à la croisière au départ de Toulon, au tarif préférentiel pour les exposants corses de **4 000 € TTC** contre 16 000 € pour les autres participants. Planning de rendez-vous pris à l'avance.

## Avantages du partenariat

- Représentation de la CCI de Corse et des compagnies maritimes aux salons CSE 2025 (Paris, Marseille, Toulouse), valorisée à **30 000 €**
- Visibilité nationale en communication, valorisée à **80 000 €**
- Espace dédié « village corse » d'environ **300 m<sup>2</sup>**, valorisé à **200 000 €** si tous les exposants avaient dû payer

## Participants

**88 exposants** sur le « Village Corse » (43 à Bastia + 45 à Ajaccio). **3 exposants** dans l'espace congrès : l'UMIH, Marina d'Oru et Corsica Ferries (1 désistement : syndicat professionnel de l'hôtellerie de plein air).

## Volet excursions

2 journées d'excursions organisées en marge du salon pour découvrir de façon ludique les deux villes d'escales. Objectif : valorisation de l'offre touristique insulaire.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Enquête de satisfaction — Village Corse (3/10)

## Objectif de l'enquête

Le questionnaire distribué mesure la satisfaction des professionnels du tourisme ayant participé au workshop « Village Corse », notamment sur :

- L'organisation générale et le format de l'événement
- La qualité et la pertinence des rencontres avec les CSE
- Les perspectives commerciales et les retombées potentielles
- Les recommandations pour les futures éditions

## Profil des participants insulaires

**88 socioprofessionnels** — Secteurs représentés :

- Hébergeurs (hôtels 2\* à 5\* et grandes maisons) : **33%**
- Commerçants / producteurs : **25%**
- Offices de tourisme : **17%**
- Agences réceptives : **14%**
- Loisirs actifs : **11%**

## Taux de réponse

88 questionnaires distribués · **81 rendus** · soit **92% de l'échantillon**

## Organisation & préparation

- Organisation globale jugée **très satisfaisante à 76%** et satisfaisante à 24%
- **84%** des participants indiquent avoir reçu à temps les informations nécessaires (16% partiellement)
- **89%** indiquent que le format de l'événement était parfaitement adapté

## Déroulement des rencontres

- **35%** déclarent avoir eu plus de 20 rendez-vous
- **28%** entre 11 et 20 rendez-vous
- **32%** entre 5 et 10 rendez-vous
- **78%** jugent le nombre de rendez-vous suffisant
- **99%** estiment avoir eu le temps nécessaire pour rencontrer les CSE
- **73%** indiquent que la cible correspondait à leurs attentes
- **52%** donnent la note de 5/5 à la qualité des échanges · **38%** donnent 4/5

## Retombées & perspectives commerciales

- **47%** pensent que les rendez-vous vont assurément aboutir à des collaborations concrètes · **53%** estiment que cela peut aboutir
- **60%** des socio-professionnels indiquent avoir des promesses d'engagement
- **89%** indiquent que la manifestation a favorisé les liens entre socio-professionnels insulaires pour de futures collaborations

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Témoignages — Village Corse (4/10)

## Témoignages — Offices de Tourisme

« L'expérience a été qualifiée de très enrichissante, excellente qualité des échanges, je suis satisfait du nombre de contacts pris. La majorité des CSE rencontrés ne connaissaient pas encore la Corse, ce qui renforce l'intérêt de cette opération pour promouvoir la destination. » — M. Alexandre Tomasi, Office de Tourisme de l'Île-Rousse

« Cette opération a permis de répondre à des demandes spécifiques des CSE, incluant : informations générales, présentation des produits touristiques, offres promotionnelles et aide à la conception de séjours. » — M. Lucas Boulanger, Office de Tourisme intercommunal de Bastia

« Contacts intéressants, tombola engageante, public réceptif aux OTI. » — Office de Tourisme intercommunal de l'Alta Rocca

## Témoignages — Hébergeurs

M. Nicolas Grimaldi – Hôtel de la Paix : a déjà concrétisé de futurs partenariats grâce au catalogue tarifaire présenté.

Hôtel Maquis et mer : « Bonne expérience, rencontres intéressantes avec bonne opportunité commerciale. »

Gîtes de France - Corse : « Une belle découverte appuyée par une bonne organisation. »

Hôtel Casa Matteu : « Très bonne organisation, m'a permis de développer de nouveaux contacts. »

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Témoignages — Village Corse (5/10)

## Témoignages — Commerçants & Producteurs

### Mme Estelle Giamarchi – Domaine Alzipratu

« Ma participation est très prometteuse, avec des perspectives de futures collaborations commerciales grâce à des promesses de suivi. »

### Mme Karen Ottavi – Fromagerie Ottavi

« Une trentaine de rendez-vous réalisés, très satisfaite de l'opération. Les CSE correspondaient à ses attentes tant sur les échanges que les perspectives commerciales. Des promesses de commandes ont été formulées. »

### Mahina

« Très belle première expérience, beaux échanges avec les participants et les autres exposants. »

## Témoignages — Agences Réceptives, Transport & Loisirs Actifs

### M. Joel Maraninchi – Ideal Operating

« Le Village Corse était parfaitement orchestré et nous a permis de rencontrer des interlocuteurs qualifiés dans un cadre idéal pour échanger et présenter notre offre. Nous avons d'ores et déjà initié plusieurs contacts prometteurs et nous vous remercions pour la liste des CSE participants, qui nous sera très précieuse pour le suivi de nos échanges. Cet événement confirme tout l'intérêt de ce type de format et nous espérons vivement pouvoir renouveler l'expérience lors des prochaines éditions. »

### Cycling Corsica

« Première expérience intéressante pour pouvoir s'ouvrir au monde des CSE avec des produits séjours éco-responsables. »

### Agence AM Happy

« Top à refaire avec encore plus d'exposants Corses. »

### Corsica Exclusive

« Très bon format : dynamique et dynamise également la destination, les échanges et rencontres étaient très bien. »

### Ollandini

« J'ai beaucoup apprécié le concept traversée. Échanges agréables avec les visiteurs qui ont eu un aperçu de la destination. »

### Oleday

« J'aimerais que la CCI et l'ATC nous proposent une participation à d'autres salons CSE en France (Paris, Nantes, Marseille, Toulouse, Lille, Bordeaux) à des tarifs négociés. »

### La Méridionale

« Contacts de qualité. »

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Attentes pour les futures éditions (6/10)

## Attentes pour les futures éditions

- 80% des participants préfèrent des séances de networking sans rendez-vous programmés
- 48% souhaitent un événement par an pour pérenniser la dynamique et renforcer les partenariats initiés
- 23% souhaitent qu'il soit organisé plus souvent
- 30% souhaitent deux fois par an
- 58% donnent la note globale de 5/5 · 34% donnent 4/5

## Top 5 des suggestions pour renforcer l'efficacité

1. Proposer une vitrine numérique des offres
2. Envoyer les contacts des CSE en post-workshop (fichier contacts transmis)
3. Proposer plusieurs dates en amont
4. Élargir le ciblage
5. Wifi gratuit

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

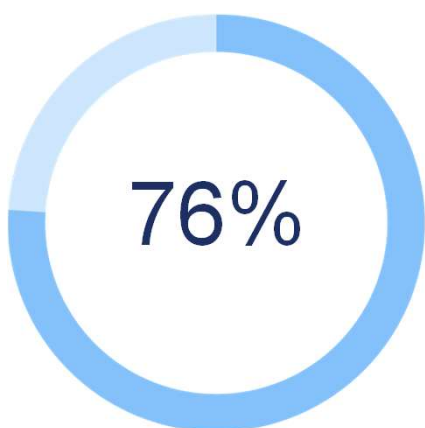
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

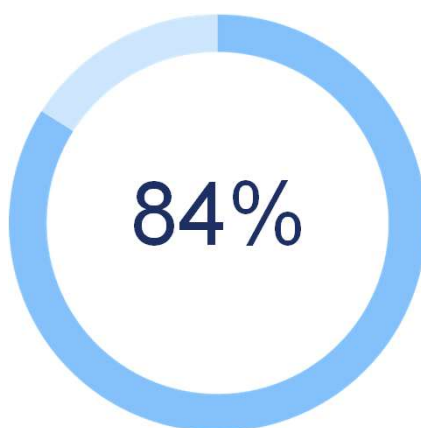
Réception par le préfet : 28/07/2026

# Résultats des questionnaires — Village Corse (7/10)

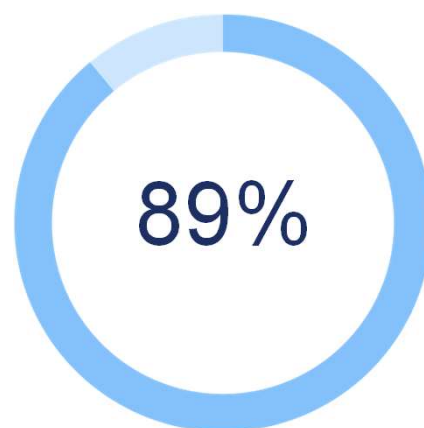
## Résultats quantitatifs — Organisation



Organisation globale jugée  
très satisfaisante

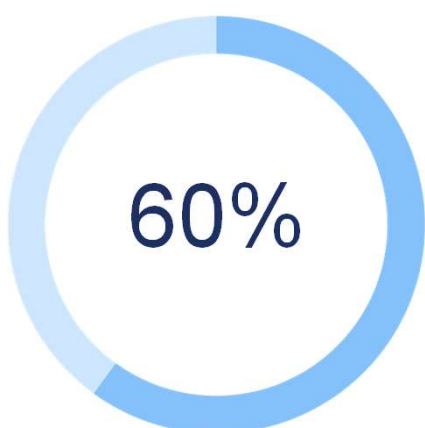


Informations nécessaires  
reçues avant l'événement

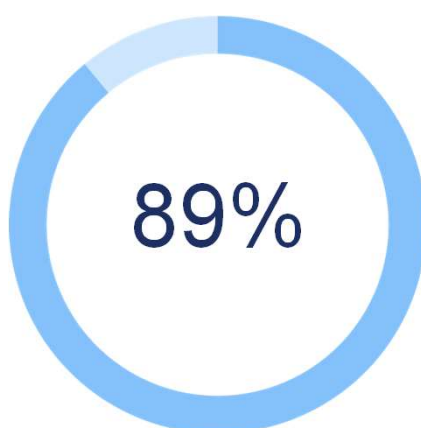


Format du workshop  
parfaitement adapté

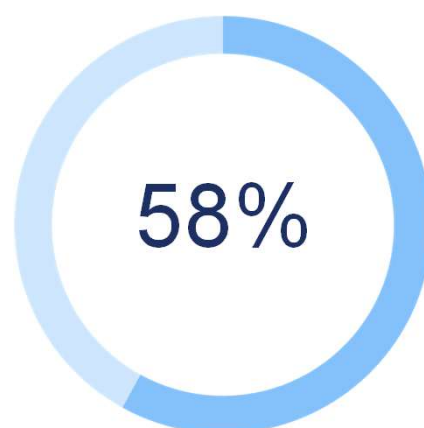
## Résultats quantitatifs — Retombées



Socio-professionnels avec  
promesses de suivi



Manifestation ayant  
favorisé les liens entre  
professionnels



Note globale maximale  
attribuée à l'événement

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Conclusion — Workshop « Village Corse » (8/10)

Le workshop « Village Corse » a pleinement atteint ses objectifs : l'opération renforce la visibilité de la « Destination Corse » avec des offres diversifiées. Nos socioprofessionnels ont permis de stimuler la dynamique touristique insulaire et ouvert la voie à de nouvelles opportunités économiques. Les perspectives commerciales sont concrètes et encourageantes.

## 88

Exposants

43 à Bastia + 45 à Ajaccio au Village Corse

## 250

CSE ciblés

Comités Sociaux Économiques présents à bord

## 92%

Taux de réponse

81 questionnaires rendus sur 88 distribués

## 89 700€

Coût HT

80% CCIC / 20% ATC

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Communication sur l'événement — Presse, Média & Réseaux Sociaux (9/10)

Presse & Média CNI

## Corse infos

CORSICA INFORMAZIONE

À bord du Mega Smeralda de la Corsica Ferries, des représentants de CSE venus de toute la France ont rencontré les acteurs du tourisme corse.  
Photos CHRISTIAN BUFFA

PIERRE GIANELLI  
pgianelli@corsicanews.com

À bord du Mega Smeralda, la Corse a réuni 622 représentants de comités d'entreprise venus de toute la France pour promouvoir cette destination.

Sous les néons de la salle de conférences, les conversations se perdent dans le brouhaha.

L'ambiance de séminaire se mêle à celle de croisière, entre piles de flyers et chasse au trésor. Derrière ce décor studieux, l'objectif est clair, faire entrer la Corse dans les catalogues des grands groupes au-delà de la seule saison estivale.

### Un ferry transformé en vitrine corse

L'opération, portée par la chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Corse et l'agence du tourisme de Gamexo, a pris la forme d'un véritable salon professionnel flottant.

Affrété pour l'occasion et transformé en vitrine du savoir-faire insulaire, le navire a fait escale à Bastia, mardi, puis à Ajaccio, hier. Une centaine de professionnels y ont présenté leur offre : hébergements, prestataires d'activités, transporteurs, offices de tourisme, artisans, producteurs... De quoi donner un aperçu complet de la diversité de l'économie touristique de l'île.

En face, 622 élus de CSE (comité social et économique) représentant 250 entreprises sélectionnées qui, elles, présentent 325 000 salariés et donc 750 000 ayants droit (conjoints, enfants). Dans le lot, pêle-mêle : Louis Vuitton, Booking.com, Capgemini, Engie, Axa, Canal+, la RATP, La Poste, McDonald's, le Parc Astérix... « On s'aperçoit qu'aucun d'eux ne connaissait vraiment la Corse, raconte Karina Goffi, présidente de la commission tourisme de la CCI de Corse et présidente de l'UMH. Ce workshop, c'est plus d'un an de préparation et un vrai pari collectif. »

### Vendre novembre comme on vend juillet

Ce qui change tout, c'est la date. « Organiser un tel événement en novembre, c'est envoyer un message fort : la Corse a toute sa place dans les programmes des comités d'entreprise à l'automne, au printemps, et plus largement toute l'année », martèle Karina Goffi.

L'objectif reste le même depuis des décennies : étaler la saison touristique. Mais la cible change.

Questionnée sur le manque d'infrastructures pour accueillir un tel événement, Karina Goffi tempère : « Certes, mais on a une école hôtelière qui joue le



BASTIA

## La Corse mise sur les CSE pour développer le tourisme hors saison

Entre Bastia et Ajaccio, mardi et hier, un ferry transformé en salon professionnel flottant a réuni plus de 600 représentants de comités d'entreprise et professionnels corses du tourisme. Objectif : prolonger la saison et valoriser le savoir-faire insulaire.

Jeu au palais des congrès à Ajaccio. Si demain on devait aller sur un salon, ça coûterait une fortune. »

Du côté de l'office de tourisme de Bastia, Lucas Boulanger insiste davantage sur le contact concret avec les acheteurs. « Beaucoup de CSE n'ont pas de vision claire de la Corse. Là, on a pu leur parler produits, circuits, culture, gastronomie... et leur montrer qu'on travaille hors saison. Ce type de rendez-vous crée des passerelles directes. »

### Les professionnels corses découvrent un nouveau marché

Assis à leur stand ou dans les allées du ferry, les acteurs locaux se font à une clientèle qu'ils connaissent peu. Louis Azara, créateur de Corsica Loisirs Aventures, se réjouit de renouer avec ce type de salon. « En trente ans, on en a connu, mais ça faisait quelque temps que ça n'arrivait plus. Il était temps que ça recommence, parce que c'est très intéressant dans la perspective de développement. »

Joël Maraninchi, directeur d'Ideal Operating, joue la stratégie de saisonnalité. « Cela fait quarante ans qu'on dit qu'il faut étaler la saison ; là, je vois qu'on commence à le faire. » Ce professionnel, qui a longtemps travaillé dans le domaine de la réception vacancière en Grèce, veut désormais appliquer à la Corse la même logique d'« expérience locale », loin du tout-estival.

À ses côtés, Philippe Pomonti, gérant de Corsica Colis, connaît bien ce public. Sa société, créée en 1999, travaille depuis toujours avec les CSE pour fournir cadeaux et partenariats à

leurs adhérents. « Ils ont des budgets considérables pour les cadeaux de fin d'année, et on monte aussi des partenariats qui leur permettent d'offrir des réductions à leurs adhérents. »

Voyant dans ce workshop un format plus efficace que les salons classiques, l'entrepreneur nuance. « Si on pouvait le faire en février ou en mars, ce serait encore mieux. Là, beaucoup ont déjà passé leurs commandes de Noël, j'ai dix devoirs à faire, mais dans un an, ils auront eu le temps de nous oublier. »

Côté visiteurs, la curiosité est réelle. « J'ai rencontré des producteurs d'huile d'olive, de vinaigre de fruits, des vignerons bio... On ne se rend pas compte, depuis le continent, de tout ce que la Corse propose », confie Sophie Fraczak, élue du CSE de Capgemini. Son comité d'entreprise, qui gère plus de 3 000 salariés, pourrait bien être tenté de programmer un séjour dans « une Corse qui a tout pour plaire si elle sait rester authentique ».



Comment la Corse mise sur les CSE pour développer le tourisme hors saison : c'est là tout l'enjeu de ce salon professionnel flottant.

## La « Croisière des CSE » fait escale à Bastia pour ouvrir la Corse aux comités d'entreprise

Rédigé le 05/11/2025  
Léana Servé

Plus de 600 représentants de comités sociaux et économiques ont embarqué les 4 et 5 novembre à bord du Mega Smeralda pour une escale inédite en Corse. Organisée par la CCI de Corse, l'Agence du Tourisme de la Corse et Eluceo Gamexo, cette « Croisière des CSE » a permis aux entreprises insulaires de présenter leur offre à de grandes entreprises nationales et de créer de nouvelles opportunités économiques.



Ils sont plus de 600 représentants de comités sociaux et économiques (CSE) à avoir embarqué pour une escale inédite en Corse. Les 4 et 5 novembre, la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Corse et l'Agence du Tourisme de la Corse, en partenariat avec Eluceo Gamexo, ont organisé la « Croisière des CSE », un événement visant à promouvoir la destination « Corse » auprès de grandes entreprises telles que Carglass, Nestlé, Axa ou encore Louis Vuitton, et leurs 350 000 salariés. À bord du Mega Smeralda de la Corsica Ferries, spécialement affrété pour l'occasion, les représentants des CSE ont pris part à deux journées de rencontres avec des acteurs insulaires venus de Bastia et Ajaccio.

Ce mardi, à bord du bateau amarré dans le port de Bastia, le « village corse » a rassemblé une vingtaine d'exposants venus présenter la richesse et la diversité du tissu entrepreneurial insulaire. Hôtels, restaurateurs, artisans, producteurs, offices de tourisme ou encore agences de voyages ont eu l'occasion d'échanger directement avec les représentants des différents CSE. Une opportunité rare pour ces structures, souvent éloignées des grands circuits de commercialisation. « Les comités d'entreprise, jusqu'à maintenant, ne connaissaient pas la Corse », explique Karina Goffi, présidente de la commission tourisme à la CCI. « C'est une découverte pour eux, mais c'est une découverte majoritairement pour l'île, c'est-à-dire qu'il y a des gros porteurs qui travaillaient déjà avec les comités d'entreprise, sauf que les petites et moyennes entreprises n'y avaient pas accès. Et là, on s'aperçoit que les CSE ne vendent pas que du groupe, mais ils vendent aussi du séjour individuel, et c'est important pour nos établissements. »

Sur les stands, les échanges directs ont « favorisé le contact humain », souvent jugé essentiel par les professionnels corses. « On n'est pas devant un écran, on n'envoie pas une plaquette. On discute avec les gens, on se vend, on partage un moment, on échange et il y a un contact qui se fait. Et là, vous gagnez 100 clients en dix minutes, alors que parfois, il faut un an avant de créer un groupe, pour un tour opérateur par exemple. En plus, on les accueille un 4 novembre sous un grand soleil, et ça montre qu'on peut vendre la Corse à n'importe quel moment de l'année. En fait, on n'a rien à envier à nos îles voisines, et aujourd'hui, il faut prendre la porte qui nous est ouverte. »

### Des retombées économiques concrètes pour les entreprises corses

Au-delà de la découverte mutuelle, la Croisière des CSE a aussi constitué une véritable opportunité commerciale pour les professionnels corses. Pour beaucoup de petites et moyennes entreprises corses, peu habituées à accéder à ce type de clientèle, ces rencontres représentent une ouverture directe sur un marché national jusqu'à présent difficile d'accès. « Si vous portez sur un salon sur le continent, ça a un coût énorme. Là, on a plus de 600 CE qui sont arrivés gratuitement pour discuter avec des établissements », souligne Karina Goffi, également présidente de l'UMH de Corse. « Aujourd'hui l'UMH était là sur un stand pour proposer l'intégralité de nos adhérents. Et après, ils vont récupérer un fichier avec les adresses : ça veut dire que tout le monde va avoir le potentiel de pouvoir aller accrocher lui-même 600 CE. »

Les discussions ont également permis d'envisager de nouvelles formes de collaboration avec les CE. Plusieurs d'entre eux auraient manifesté leur intérêt pour la création de paniers cadeaux à offrir à leurs salariés pour les fêtes, composés de produits corses. « En offrant des paniers garnis, ça fait plaisir à leurs salariés, et ça nous permet peut-être de vendre du séjour derrière, que ce soit pour les entreprises ou pour les particuliers. La satisfaction est extraordinaire. » Un constat partagé par Philippe Pomonti, gérant de Corsica Colis. « Je suis parti il y a une dizaine d'années avec la Corsica Ferries et la CCI à Lyon et à Marseille, et j'ai encore eu des commandes cette année grâce à ce fichier qui devient quand même obsolète. Là, j'ai pu rencontrer des centaines de personnes, et on va avoir le listing, donc on va pouvoir les suivre. »

Même s'il est « trop tard » pour livrer des paniers garnis pour Noël, il assure avoir « déjà pris contact pour l'année prochaine ». « Maintenant, ils connaissent la société, et je devrais avoir des clients quand même pour l'année prochaine. Et les CE, c'est vraiment ma cible parce que ça permet aux entreprises d'offrir des paniers cadeaux à leurs employés, et ça leur permet aussi de peut-être promouvoir à côté la Corse avec des gens qui reviendront. Ça fait une publicité aussi supplémentaire, c'est extraordinaire. Ce sont des cibles qui coûtent excessivement cher et on a la chance de pouvoir les avoir comme ça. Et puis, vous pouvez avoir les cibles que vous voulez, si vous n'avez pas le contact humain, c'est toujours plus compliqué. Là, ça change tout. »

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

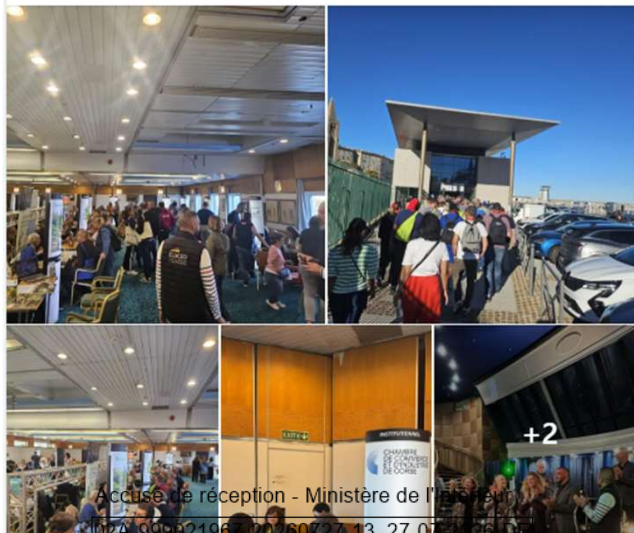
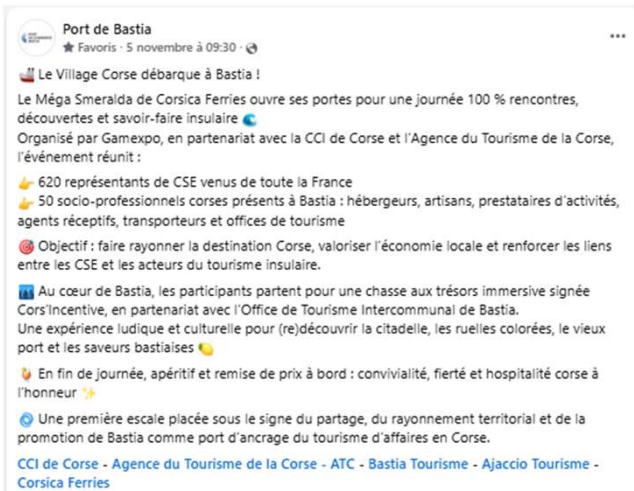
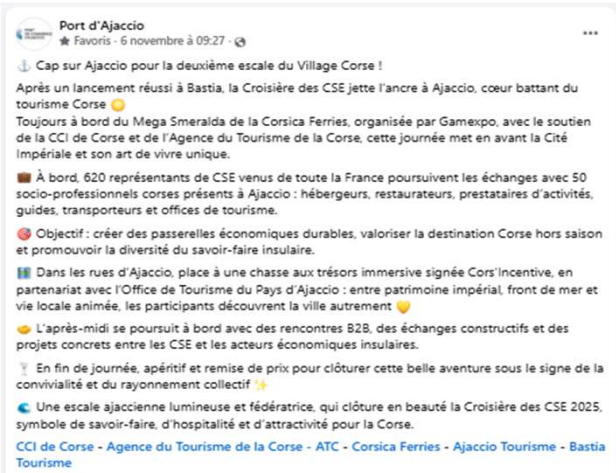
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Communication sur l'événement — Presse, Média & Réseaux Sociaux (10/10)

## Réseaux Sociaux



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur  
02A 090021967 20260727 13\_27-07-2026 DE  
Accusé certifié exécutoire  
Réception par le préfet : 28/07/2026

# Communication sur l'événement — Presse, Média & Réseaux Sociaux (10 bis/10)

## Réseaux Sociaux



**corsica.ports et ccicorse**  
Port de Bastia

**corsica.ports** 🇫🇷 Le Village Corse débarque à Bastia !

Le Méga Smeralda de Corsica Ferries ouvre ses portes pour une journée 100 % rencontres, découvertes et savoir-faire insulaire

Organisé par Gamexpo, en partenariat avec la CCI de Corse et l'Agence du Tourisme de la Corse, l'événement réunit :

- 620 représentants de CSE venus de toute la France
- 50 socio-professionnels corses présents à Bastia : hébergeurs, artisans, prestataires d'activités, agents réceptifs, transporteurs et offices de tourisme

🎯 Objectif : faire rayonner la destination Corse, valoriser l'économie locale et renforcer les liens entre les CSE et les acteurs du tourisme insulaire.

📍 Au cœur de Bastia, les participants partent pour une chasse aux trésors immersive signée Cors'Incentive, en partenariat avec l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia. Une expérience ludique et culturelle pour (re)découvrir la citadelle, les ruelles colorées, le vieux port et les saveurs bastiaises 🍷

🍷 En fin de journée, apéritif et remise de prix à bord : convivialité, fierté et hospitalité corse à l'honneur 🇫🇷

📍 Une première escale placée sous le signe du partage, du rayonnement territorial et de la promotion de Bastia comme port d'ancrage du tourisme d'affaires en Corse.

#VillageCorse #CroisiereCSE #TourismeCorse #Bastia #CorsicaFerries #CCIdeCorse #ATC #WorkshopCorse #TourismeDAffaires #SavoirFaireCorse #EconomieLocale #Evenementiel #HospitaliteCorse #CorseAuthentique

👍👤 Aimé par marielle.bianchini et 62 autres personnes

5 novembre

😊 Ajouter un commentaire...

Publier



**corsica.ports et ccicorse**  
Port d'Ajaccio

**corsica.ports** 🇫🇷 Cap sur #Ajaccio pour la deuxième escale du Village Corse !

Après un lancement réussi à Bastia, la Croisière des CSE jette l'ancre à Ajaccio, cœur battant du tourisme Corse 🇫🇷

Toujours à bord du Méga Smeralda de la Corsica Ferries, organisée par Gamexpo, avec le soutien de la CCI de Corse et de l'Agence du Tourisme de la Corse, cette journée met en avant la Cité Impériale et son art de vivre unique.

📍 À bord, 620 représentants de CSE venus de toute la France poursuivent les échanges avec 50 socio-professionnels corses présents à Ajaccio : hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités, guides, transporteurs et offices de tourisme.

🎯 Objectif : créer des passerelles économiques durables, valoriser la destination Corse hors saison et promouvoir la diversité du savoir-faire insulaire.

📍 Dans les rues d'Ajaccio, place à une chasse aux trésors immersive signée Cors'Incentive, en partenariat avec l'Office de Tourisme du Pays d'Ajaccio : entre patrimoine impérial, front de mer et vie locale animée, les participants découvrent la ville autrement 🍷

🍷 L'après-midi se poursuit à bord avec des rencontres B2B, des échanges constructifs et des projets concrets entre les CSE et les acteurs économiques insulaires.

🍷 En fin de journée, apéritif et remise de prix pour clôturer cette belle aventure sous le signe de la convivialité et du rayonnement collectif 🇫🇷

📍 Une escale ajaccienne lumineuse et fédératrice, qui clôture en beauté la Croisière des CSE 2025, symbole de savoir-faire.

👍👤 Aimé par marielle.bianchini et 68 autres personnes

6 novembre

😊 Ajouter un commentaire...

Publier

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 11 — Éductour Travered · 5 au 8 décembre 2025

L'Éductour Travered du 5 au 8 décembre 2025 a permis à des professionnels du tourisme de découvrir la Corse en avant-saison, dans le cadre d'un programme de familiarisation organisé avec le réseau Travered. Cet éductour visait à renforcer la connaissance de la destination par les agents de voyages et à favoriser la prescription de la Corse auprès de leur clientèle.



11 🌟 Du 5 au 8 décembre 2025, la Corse a accueilli l'opération stratégique "CORSICA EXPERIENCE", destinée à renforcer la présence de la destination sur le marché italien et à valoriser son attractivité hivernale.

À la suite du salon professionnel TTG Travel Experience de Rimini, une dynamique renforcée s'est établie entre Travered - 100 % Corsica, la **EPCI de Corse** et l'**Agence du Tourisme de la Corse**.

Cette coopération avait conduit à la création d'un concept innovant mêlant immersion, formation professionnelle et montée en compétence des prescripteurs italiens.

- Une immersion dédiée aux professionnels du tourisme italien
- Du 5 au 8 décembre, 15 agents de voyages italiens, sélectionnés parmi les meilleurs du réseau **Travered Tour Operator Corsica**, ainsi qu'une journaliste du magazine professionnel **Guida Viaggi**, ont participé à un programme de 4 jours articulé autour de :
- un séminaire de formation embarqué à bord du ferry, incluant modules commerciaux, ateliers pratiques et présentation stratégique de l'offre **#Corse** ;
  - deux journées d'exploration terrain à **#Bastia**, dans le **#CapCorse** et dans le **#Nebbiu**, avec visites emblématiques, expériences nature, découvertes culturelles et dégustations ;
  - une mise en valeur des hébergements **#100%Corse** présentés dans le catalogue du tour opérateur.

Pour 50 % d'entre eux, cette immersion constituait une première venue en Corse, vécue sous un beau soleil hivernal.

Ce format court, intensif et expérientiel a permis aux professionnels italiens de renforcer leur expertise, d'enrichir leurs argumentaires de vente et d'intégrer de nouvelles propositions adaptées aux attentes de leur clientèle.

- Un moment clé pour la construction des programmations 2026
- La période de décembre correspond à la phase stratégique d'élaboration des catalogues touristiques en Italie.

Corsica Experience s'inscrit pleinement dans cette temporalité, avec pour ambitions :

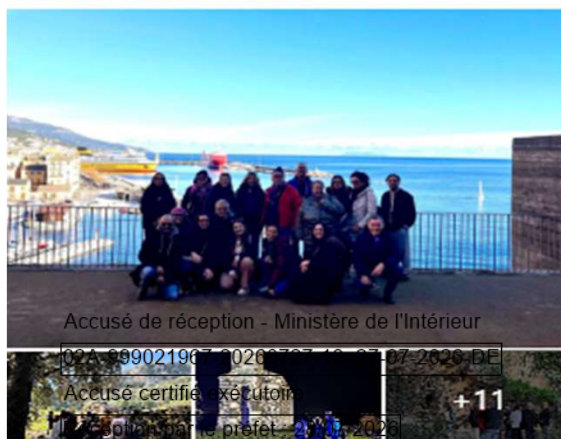
- de consolider la présence de la Corse dans les circuits de distribution italiens,
- d'inspirer les programmations des tour-opérateurs pour 2026,
- de valoriser la diversité de l'offre insulaire au-delà de la saison estivale,
- de renforcer la connaissance du produit auprès des prescripteurs,
- d'encourager une dynamique commerciale soutenue dès le début de l'année.

- Une synergie stratégique au service de la destination
- Cette initiative illustre une volonté partagée de mettre en lumière une Corse ouverte, vivante et accessible toute l'année.

Elle vise à :

- ☑️ renforcer la visibilité de la destination en Italie,
- ☑️ mettre en avant la richesse de ses territoires,
- ☑️ encourager une découverte renouvelée de l'île en hiver,
- ☑️ et soutenir une stratégie de développement touristique ambitieuse et structurée.

Travered Tour Operator Corsica - Agence du Tourisme de la Corse - Corsica Ferries  
· Cùllettività di Corsica · Collectivité de Corse



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-899021967-20260327-18-27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

17-01-2026 10h00:00

+11

# Annexe 12 — Voyage Privé.com 2025

Les résultats de l'opération **Voyage Privé.com** pour la saison 2025 témoignent d'une croissance remarquable sur tous les indicateurs clés, confirmant l'attractivité de la Corse sur ce canal de vente en ligne premium.

**+24%**

Chiffre d'affaires

Croissance du CA en comparaison de  
2024

**+30%**

Nuitées vendues

Croissance des nuitées vendues vs 2024

**+23%**

Réservations

Croissance des réservations en  
comparaison de 2024

**3 000**

Pax supplémentaires

Presque 3 000 passagers  
supplémentaires transportés vs 2024

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 12 — Voyage Privé.com 2025 · Durée de séjour & Chiffre d'affaires

## Durée moyenne de séjour

La durée moyenne de séjour s'établit à 7,78 nuits en 2025 contre 7,26 nuits en 2024, soit une progression significative qui témoigne d'un ancrage plus fort des visiteurs sur la destination.

### Croissance du chiffre d'affaires de +24% en comparaison de 2024

| Period | From<br>To | 1 janvier 2025<br>18 décembre 2025 |  | 1 janvier 2024<br>18 décembre 2024 |     |
|--------|------------|------------------------------------|--|------------------------------------|-----|
| TTV    | Total      | 10 617 449                         |  | 8 552 453                          | 24% |
|        |            |                                    |  |                                    |     |

### Croissance de 30% de Nuitées vendues et +23% de réservations en comparaison de 2024

|                |       |        |  |        |     |
|----------------|-------|--------|--|--------|-----|
| Bkgs           | Total | 6 073  |  | 4 928  | 23% |
|                |       |        |  |        |     |
| Room<br>Nights | Total | 44 606 |  | 34 370 | 30% |
|                |       |        |  |        |     |

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur  
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE  
Accusé certifié exécutoire  
Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 12 — Voyage Privé.com 2025 · Nuitées, Réservations & Passagers

Nuitées & Réservations

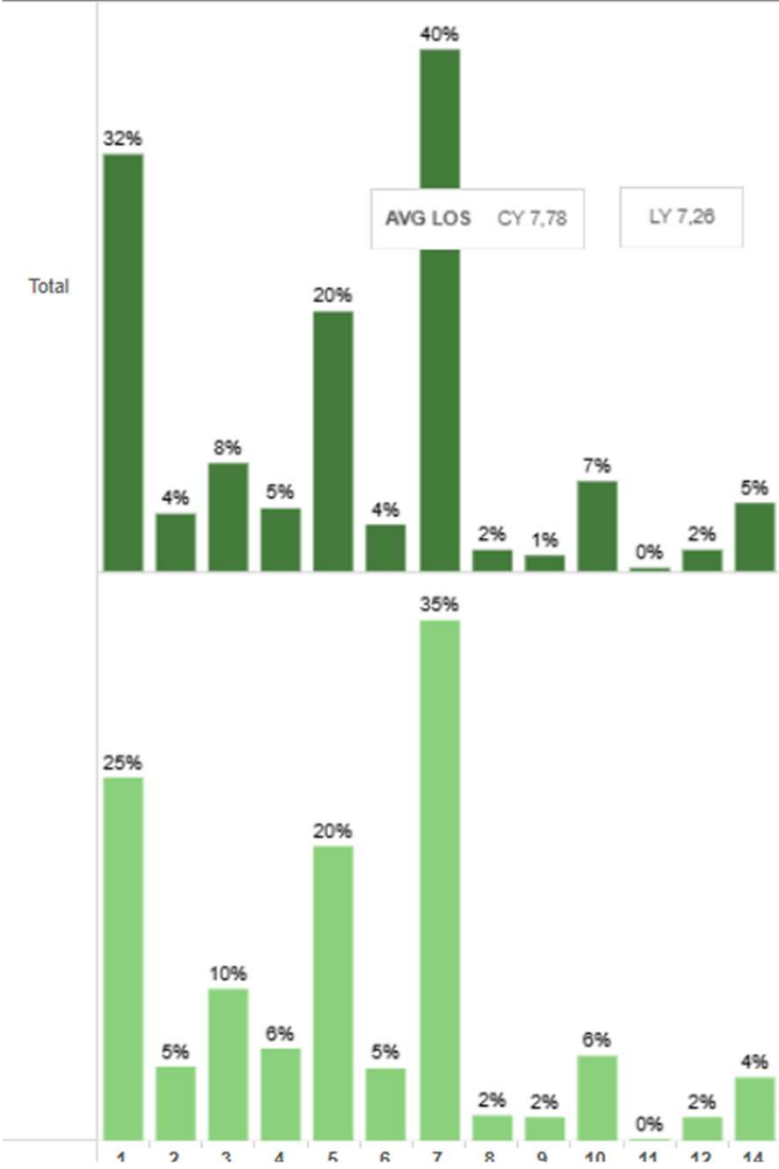
Passagers transportés

Presque 3 000 pax supplémentaires transportées en comparaison de 2024



Une durée moyenne de séjour de 7,78 nuits contre 7,26 en 2024 (2025 en vert foncé, 2024 en vert clair)

Length of Stay (% Bkgs)



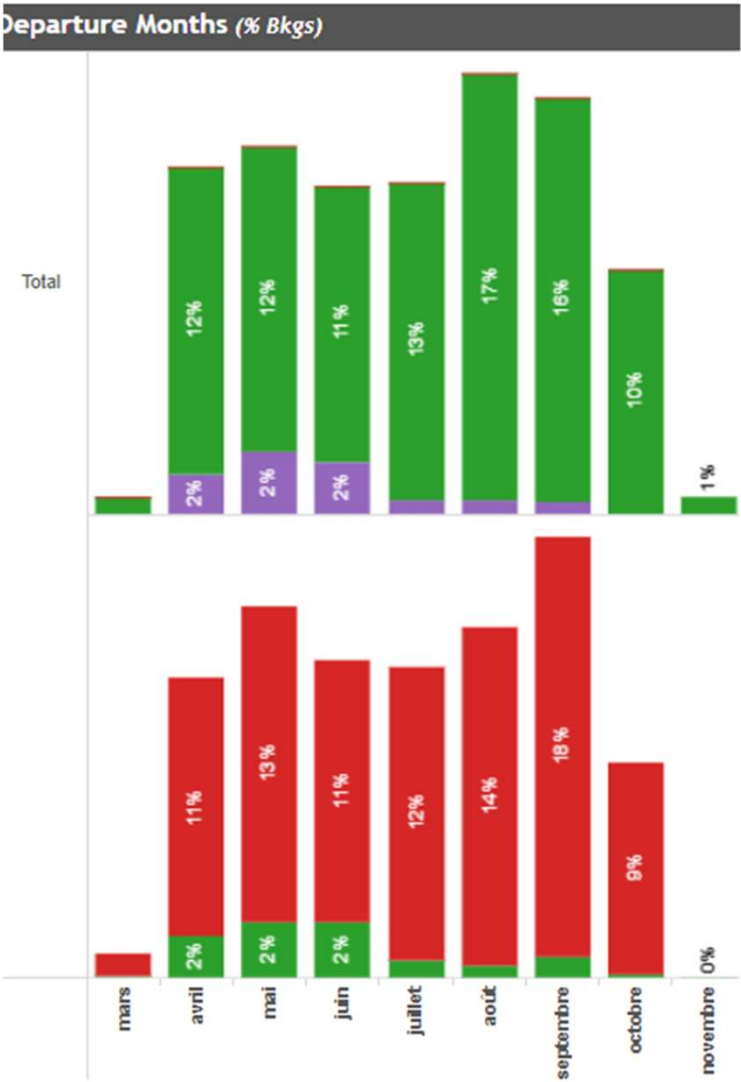
Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur  
02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE  
Accusé certifié exécutoire  
Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 12 — Voyage Privé.com 2025 · Nuitées, Réservations & Passagers

Nuitées & Réservations

Passagers transportés

Mois de départ (2025 en vert, 2024 en rouge)



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 13 — INSEE Analyse Corse · n°63 · Décembre 2025 (1/4)

L'INSEE Analyse Corse n°63 de décembre 2025 fournit une analyse statistique approfondie du tourisme et de l'économie insulaire, constituant un document de référence pour orienter les stratégies de promotion et de développement de la destination Corse.



# Une attractivité touristique croissante en avant-saison et en septembre, une érosion du pic estival

## Insee Analyses Corse • n°63 • Décembre 2025



En Corse, d'avril à septembre 2025, les hébergements collectifs de tourisme enregistrent 10 millions de nuitées, soit une hausse de 1,4 % par rapport à 2024. La fréquentation progresse dans les emplacements équipés des campings, et plus modérément dans les hôtels et dans les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT). Alors que l'attractivité de l'avant-saison et de septembre se confirme, le pic de fréquentation estivale s'érode. La clientèle en provenance de l'étranger augmente nettement dans les hôtels et les AHCT, tandis que celle originaire de France soutient la fréquentation des campings.

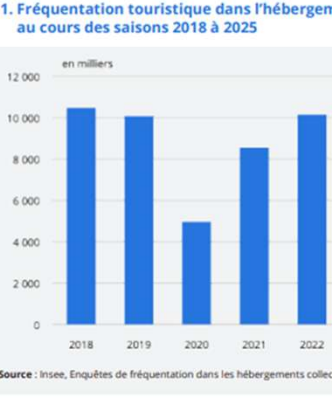
Entre avril et septembre 2025, les touristes ont passé 10 millions de **nuitées** ▶ **définition** dans les hôtels, campings et autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT) ▶ **définition** en Corse. Depuis la pandémie de Covid-19, 2025 marque ainsi une année record sur l'île en nombre de nuitées passées dans les établissements professionnels marchands ▶ **figure 1**. Par rapport à la saison 2024, la fréquentation touristique augmente de 1,4 %, soit 135 000 nuitées supplémentaires. Cette progression est plus modérée que l'année précédente, où elle avait atteint 6,9 %.

Dans l'Hexagone, le nombre de nuitées progresse dans toutes les régions (+4,5 %). Cependant, la Corse et Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA) se distinguent par une hausse inférieure à 2 %. Cette situation contraste avec l'an passé, où elles étaient les seules à gagner en fréquentation touristique.

Pendant la saison touristique 2025, les campings restent le type d'hébergement le plus fréquenté. Ils représentent désormais 44 % des nuitées, une part qui continue de croître au fil des années. L'engouement pour ces hébergements de plein air se confirme avec 2,6 % de nuitées supplémentaires par rapport à la saison touristique précédente.

Dans les AHCT, la fréquentation progresse de 0,5 %, après les replis consécutifs en 2023 et 2024 ▶ **figure 2**. Enfin, dans les hôtels, la hausse est modérée (0,3 % de nuitées supplémentaires), après le fort rebond de fréquentation survenu l'an passé.

▶ 1. Fréquentation touristique dans l'hébergement marchand en Corse au cours des saisons 2018 à 2025



| Année | en milliers |
|-------|-------------|
| 2018  | 10 500      |
| 2019  | 10 000      |
| 2020  | 5 000       |
| 2021  | 8 500       |
| 2022  | 10 200      |
| 2023  | 9 500       |
| 2024  | 10 000      |
| 2025  | 10 135      |

Source : Insee, Enquêtes de fréquentation dans les hébergements collectifs de tourisme de 2018 à 2025.

**Une avant-saison et un mois de septembre toujours plus dynamiques**

En Corse, la hausse de fréquentation se concentre principalement sur l'avant saison, d'avril à juin, et l'arrière-saison, en septembre. Le nombre de nuitées progresse dans les trois types d'hébergement à ces périodes. Ces dernières années, un étalement de la saison se dessine, avec un pic traditionnel de juillet et août qui a tendance

à s'éroder. Ce phénomène traduirait plutôt un report des séjours dans les hébergements marchands vers l'avant saison et septembre, peut-être motivé par des considérations budgétaires, avec des tarifs plus attractifs, ou des raisons climatiques. La baisse de la concentration des séjours en juillet-août questionne les professionnels de l'hébergement. Ils font face à des réservations tardives qui réduisent leur visibilité et plus leurs marges commerciales ▶ **définition**.

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 13 — INSEE Analyse Corse · n°63 · Décembre 2025 (2/4)



Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13 27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 13 — INSEE Analyse Corse · n°63 · Décembre 2025 (3/4) Fréquentation des hébergements

► 4. Fréquentation par type d'hébergement marchand pendant la saison touristique 2025

| Type d'hébergement    | Nombre de nuitées<br>(en milliers) |          |              | Taux d'occupation<br>(en %) | Évolution des nuitées 2024-2025<br>(en %) |          |              |
|-----------------------|------------------------------------|----------|--------------|-----------------------------|-------------------------------------------|----------|--------------|
|                       | Total                              | Résident | Non-résident |                             | Total                                     | Résident | Non-résident |
| Camping               | 4 436                              | 2 623    | 1 813        | 44,9                        | 2,6                                       | 8,1      | -4,4         |
| 4 étoiles et plus     | 2 080                              | 1 298    | 782          | 51,7                        | 7,0                                       | 11,3     | 0,6          |
| 2 et 3 étoiles        | 1 509                              | 911      | 598          | 42,5                        | -0,7                                      | 5,0      | -8,3         |
| 1 étoile              | 516                                | 271      | 245          | 41,1                        | 6,0                                       | 22,7     | -7,8         |
| non classé            | 331                                | 142      | 189          | 34,2                        | -11,7                                     | -17,2    | -7,0         |
| Hôtel                 | 2 818                              | 1 894    | 924          | 70,1                        | 0,3                                       | -1,8     | 5,1          |
| 4 étoiles et plus     | 721                                | 471      | 250          | 72,4                        | 2,9                                       | 1,6      | 5,4          |
| 2 et 3 étoiles        | 1 492                              | 1 008    | 484          | 72,4                        | -2,1                                      | -5,5     | 5,6          |
| 1 étoile              | 320                                | 213      | 107          | 63,4                        | -4,0                                      | -7,0     | 2,5          |
| non classé            | 285                                | 201      | 83           | 62,0                        | 14,4                                      | 18,9     | 4,7          |
| AHCT                  | 2 837                              | 2 086    | 751          | 54,8                        | 0,5                                       | -1,3     | 5,8          |
| résidence de tourisme | 1 945                              | 1 405    | 540          | 54,6                        | -1,9                                      | -3,6     | 2,8          |
| Ensemble              | 10 090                             | 6 603    | 3 487        | 54,7                        | 1,4                                       | 2,1      | 0,0          |

Note : La saison estivale comprend les mois d'avril à septembre.  
Source : Insee, Enquêtes de fréquentation dans les hébergements collectifs de tourisme 2024 et 2025.

de plein air demeurent le mode d'hébergement privilégié. Les touristes y ont passé 4,4 millions de nuitées sur la saison, un niveau proche du record de 2018. Avec 112 000 nuitées supplémentaires, la progression régionale (+2,6 %) s'inscrit dans une tendance nationale également à la hausse (+4,5 %). Dans les campings de la région, 55 % des nuitées concernent des emplacements équipés en mobil-homes, bungalows et chalets. Elles progressent de 11,3 % alors que les nuitées dans les emplacements nus diminuent de 6,4 %. La hausse de fréquentation des campings insulaires est toutefois plus marquée en Corse-du-Sud (+3,6 %) qu'en Haute-Corse (+1,6 %). La nature des emplacements offerts et les choix d'hébergements des campeurs peuvent expliquer cet écart fluctuant d'une année sur l'autre. Par rapport à la saison précédente, dans le sud de l'île, le nombre d'emplacements équipés des campings s'accroît au détriment des emplacements nus.

En 2025, l'offre globale d'emplacements de camping diminue de 1,1 %. Le recul du nombre d'emplacements nus est partiellement compensé par le développement des emplacements équipés. Ainsi, le **taux d'occupation** ► **définition** des hébergements de plein air atteint 44,9 % et progresse de 1,7 point par rapport à 2024. Par ailleurs, après une tendance baissière, la durée des séjours se stabilise : les touristes restent en moyenne quatre nuits dans ce type d'établissement. L'éventail des sites touristiques présents sur l'île peut expliquer l'itinérance des touristes, notamment ceux véhiculés arrivant en bateau, venus plus nombreux cet été.

La clientèle en provenance de France contribue exclusivement à la hausse de fréquentation des campings de Corse avec 196 000 nuitées supplémentaires. En augmentation de 8,1 % par rapport à la saison 2024, elle reste majoritaire au sein de la clientèle de l'hôtellerie de plein air (59 %). Sa proportion est néanmoins inférieure de 10 points à la moyenne métropolitaine. En revanche, les campeurs venant de l'étranger sont moins présents que la saison précédente (-4,4 % de nuitées). Parmi eux, les touristes allemands restent majoritaires avec 897 000 nuitées. Leur fréquentation augmente de 2,4 % en 2025. Les campeurs italiens, en retrait, occupent la seconde place du podium avec 340 000 nuitées, suivis des clients suisses (197 000 nuitées).

Un regain d'attractivité pour les AHCT en Haute-Corse

Les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT) regroupent notamment les résidences de tourisme ainsi que les villages de vacances. D'avril à septembre 2025, les touristes ont passé 2,8 millions de nuitées dans ces hébergements, soit 14 000 nuitées supplémentaires. En 2024, le recul de fréquentation de ces établissements contrastait avec le dynamisme des hôtels et des campings. La hausse régionale de 0,5 % est inférieure à celle des autres régions métropolitaines (+3,9 %). Elle concerne exclusivement les établissements de Haute-Corse (+6,9 %). En revanche, les AHCT de Corse-du-Sud totalisent un recul de 4,5 % de leur nombre de nuitées par rapport à la saison 2024, du fait d'une réduction de l'offre.

Sur l'île, le regain de fréquentation dans ces établissements est exclusivement imputable au retour de la clientèle domiciliée à l'étranger (+5,8 %), qui compense le repli de nuitées des personnes résidant en France. Pour autant, la clientèle provenant de France constitue les trois quarts de la fréquentation des AHCT.

Une fréquentation hôtelière en croissance modérée

Entre avril et septembre 2025, les hôtels insulaires totalisent 2,8 millions de nuitées, soit 9 800 nuitées de plus qu'en 2024. À l'instar de celle des AHCT, cette hausse de fréquentation (+0,3 %) est bien inférieure à celle des régions de l'Hexagone (+4,7 %). En 2025, les hôtels représentent 28 % des nuitées des hébergements marchands de Corse, une part qui atteint désormais celle des AHCT. La hausse de fréquentation dans les hôtels concerne uniquement la Corse-du-Sud, qui étoffe son offre. Le nombre de nuitées demeure stable en Haute-Corse. Par ailleurs, la progression régionale est de nouveau portée par les clients en provenance de l'étranger, fidèles à la Corse pour la troisième année consécutive (+5,1 %). Ils représentent un tiers des nuitées hôtelières. Au contraire, les touristes domiciliés en France sont moins nombreux à fréquenter ce type d'hébergements cette année (-1,8 %). Les clients italiens, toujours plus nombreux dans les hôtels, constituent la première provenance étrangère (163 000 nuitées). Ils sont suivis des Allemands (151 000 nuitées) et des Suisses (106 000 nuitées).

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-999021967-20260727-13\_27-07-2026-DE

Accusé certifié exécutoire - n° 63 - décembre 2025

Réception par le préfet : 28/07/2026

# Annexe 13 — INSEE Analyse Corse · n°63 · Décembre 2025 (4/4)

## Transport de passagers

La clientèle des hôtels s'oriente toujours vers les établissements classés 2 et 3 étoiles qui regroupent 53 % des nuitées. Pour autant, leur fréquentation baisse au profit des établissements haut de gamme ou non-classés. Les hôtels non classés présentent la plus forte hausse (+14,4 %), mais ne concentrent que 10 % des nuitées.

hôtelières. Dans les hôtels haut de gamme (4 et 5 étoiles), la fréquentation progresse de 2,9 % avec une offre légèrement supérieure à celle de 2024 et un taux d'occupation en croissance de 1,4 point. En parallèle, le taux d'occupation des établissements hôteliers augmente globalement de 1,7 point par rapport

à 2024. Toutefois, cette hausse de fréquentation reste sans effet sur la durée moyenne des séjours qui reste stable à 2,2 jours depuis 2023. ●

Marie-Pierre Nicolai, Déborah Caruso  
(Insee)

Retrouvez les données associées  
à cette publication sur [insee.fr](https://insee.fr).

### ► Encadré - Une nouvelle hausse du trafic de voyageurs

Entre avril et septembre 2025, 6,5 millions de voyageurs transitent dans les ports et aéroports insulaires. Avec 119 000 passagers de plus qu'en 2024 sur l'ensemble de la saison, le trafic de voyageurs progresse de 1,9 % par rapport à 2024. Cette hausse, plus marquée dans les transports que dans l'hébergement marchand, reflète une diversité de choix d'hébergements : les hébergements collectifs marchands (campings, hôtels, AHCT), le tourisme affinitaire (amis, familles) qui s'accroît avec la population, ou encore l'offre de locations saisonnières proposées via les plateformes en ligne qui tendrait à stagner.

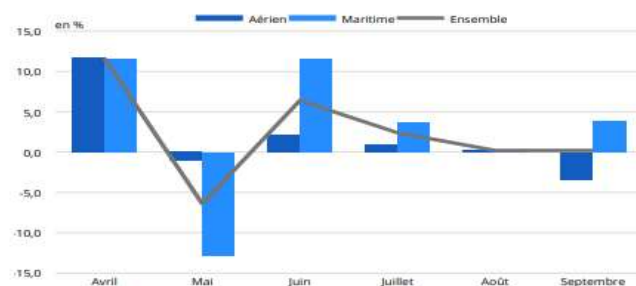
Globalement, la progression du trafic ralentit néanmoins par rapport à l'an passé avec +2,9 % en avant-saison, +1,6 % au cœur de l'été et +0,2 % en septembre.

En 2025, la hausse du trafic est plus forte dans le maritime (+2,3 %) que dans l'aérien (+1,5 %). Par rapport à la saison 2024, la part du transport maritime se stabilise avec 51 % des passagers.

En avril, le transport maritime de voyageurs progresse fortement et affiche un pic de fréquentation. Suivant les effets calendaires, il se replie sévèrement en mai à l'image de l'hébergement touristique marchand ► [figure](#). Après un net rebond en juin, il progresse modérément entre juillet et septembre.

Le trafic aérien suit une tendance proche avec une forte hausse du nombre de passagers en avril. Le repli du mois de mai est néanmoins moins prononcé que dans le maritime. Le nombre de passagers augmente à nouveau en juin et juillet puis se stabilise en août. En revanche, il diminue en septembre.

### Évolution du trafic de passagers entre avril et septembre 2025 par type de transport



Source : Traitement DREAL- ORTC des données mensuelles de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Corse.

### ► Définitions

Les **nuitées** correspondent au nombre total de nuits passées par les clients. Deux personnes séjournant trois nuits dans un hôtel comptent pour six nuitées de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit.

Les **autres hébergements collectifs touristiques (AHCT)** sont les résidences hôtelières et de tourisme, les villages de vacances, les maisons familiales et les auberges de jeunesse.

La **marge commerciale** réalisée par une entreprise, est définie comme la différence entre le montant hors taxes des ventes de services (chambres, restauration, services annexes) et les coûts directement liés à la prestation vendue (charges variables, ménage, entretien).

Le **taux d'occupation** est le rapport du nombre de chambres occupées au nombre de chambres effectivement offertes sur une période donnée.

### ► Sources

L'Insee réalise chaque mois une **enquête sur la fréquentation touristique** des hébergements collectifs de tourisme (EFHCT) en France : hôtels, campings et autres hébergements collectifs touristiques (AHCT). L'étude porte sur la période estivale de mai à septembre 2025.

Les données sur le trafic de voyageurs sont issues des exploitations statistiques de l'Observatoire régional du transport de Corse (ORTC).

### ► Pour en savoir plus

• Nicolai MP., Caruso D., « En Corse, l'activité économique ralentit malgré une hausse de fréquentation en avant-saison », Insee Conjoncture Corse n° 56, septembre 2025.

Insee Corse

Résidence du Cardo  
Rue des Magnolias  
CS 70907  
20700 Ajaccio Cedex 9

Directeur de la  
publication :  
Christophe Basso

Rédactrice en chef :  
Déborah Caruso

Bureau de presse :  
06 83 89 38 90

@InseeFr  
[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

ISSN 2268-1493  
© Insee 2025  
Reproduction partielle  
autorisée sous réserve  
de la mention de la  
source et de l'auteur



Insee

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A 090021067 20260727 13\_27-07-2026 DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 28/07/2026