

DONNÉES ECONOMIQUES

- Croissance année 2015 : 1,17 % (source Haver Hanalytics – The Economist 6/10/2015)
- Croissance Prévisionnelle 2016 : 1,4 % (source Haver Hanalytics – The Economist 6/10/2015)
- PIB/h : 28.790 € (source Commission Européenne AMECO)

DONNÉES TOURISTIQUES (SOURCE BAROMETRE RAFFOUR 2015)

- Taux de départ en vacances en France : 25,2 millions (81%)
- Taux de départ en vacances à l'étranger : 10,8 millions
- Périodes de réservation : 25% préparent – de 15 jours avant le départ - 65% préparent plus de 30 jours avant le départ
- Périodes de voyages : 75 % partent en été, 30% hors vacances scolaires
- Taux d'intermédiation : 50%, soit : 12,6 millions d'individus
- Principales destinations européennes : l'Espagne, les Iles Grecques et l'Italie.
- Principaux bassins émetteurs pour la Corse : PACA, Ile de France, Rhône Alpes et Aquitaine. La durée moyenne du séjour en Corse est de 12,2 jours, plus longue pour les Français que pour les étrangers.
- Motifs de déplacements : Dépaysement, découverte, paysages, patrimoine, gastronomie, culture, activités liées à la nature, farniente, ambiance festive, activités sportives et bien être.

ACTIONS

En termes d'opérations vers le grand public, la Corse a été présente sur les salons suivants :

- le **Salon de l'Agriculture** Paris sur le volet tourisme, aux côtés de la CTC du 27 février au 6 mars,
- Destination Nature** Paris du 17 au 20 mars, avec 11 partenaires
- Evaday Strasbourg**, journée grand public à l'aéroport le 13 mars,

Et au second semestre : les salons Equita Lyon du 26 au 30 octobre, le Salon du Cheval Paris du 26 novembre au 4 décembre, le Salon Nautique de Paris du 3 au 11 décembre.

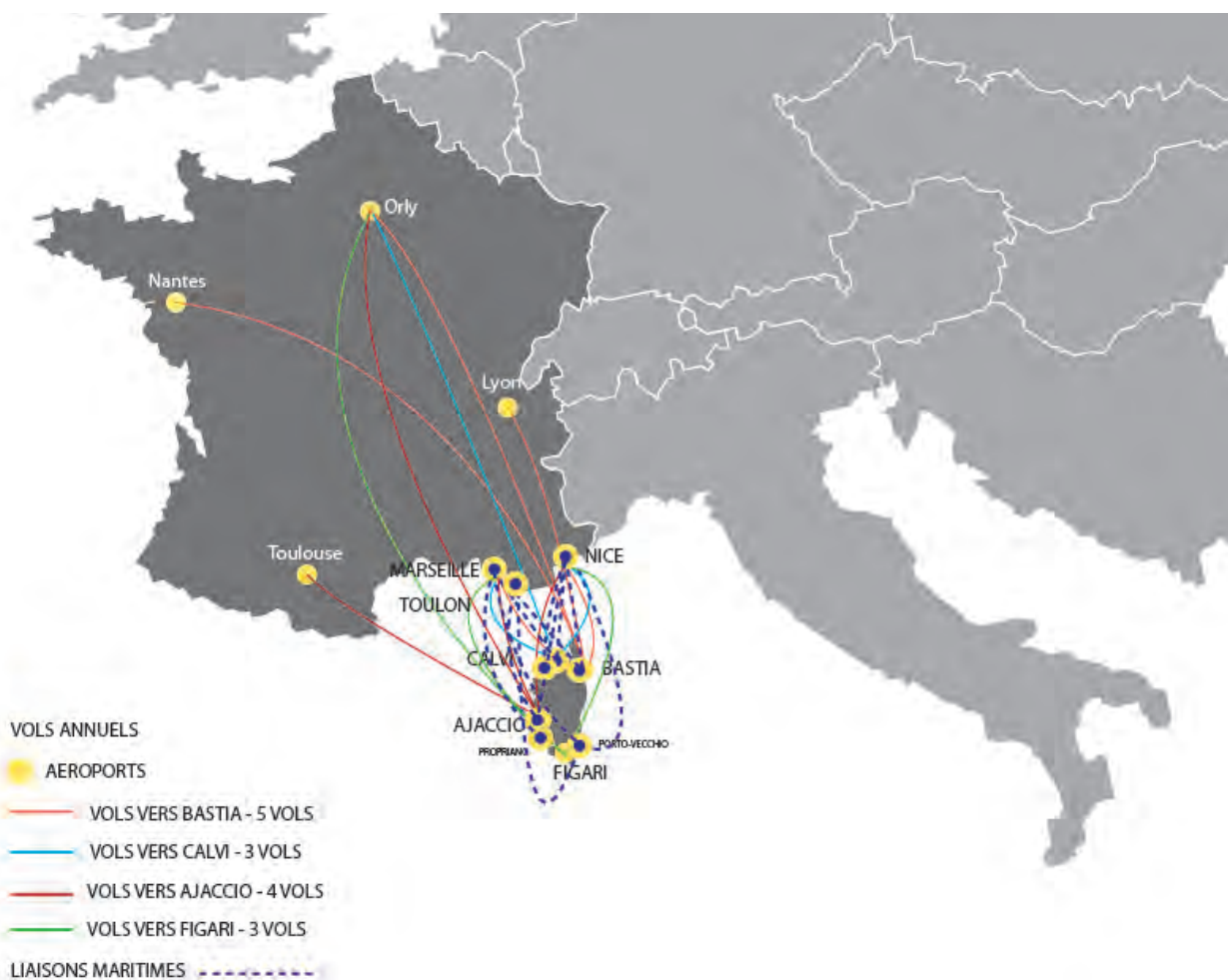
Ce dispositif grand public sera complété par des opérations professionnelles : l'IFTM/TOP RESA du 20 au 23 septembre au 2 octobre, rendez-vous des agents de voyages nationaux ainsi que le workshop presse organisé par la FNCRT à Paris le 1^{er} décembre, à la rencontre de la presse nationale.

En complément et en soutien aux courts séjours au mois de juin et début juillet, une campagne de communication sur Nice, en couverture générale de l'agglomération a été lancée à partir du 23 mai pour 15 jours avec 135 panneaux, sur le thème « CORSICA – Partir tout de suite ».

D'autre part, 4 mailings grand public ont été mis en place pour soutenir les ouvertures de lignes Avignon/ Bastia (Cityjet) , Béziers/Bastia (Cityjet), Limoges/Bastia (Chalair), Perpignan/Bastia (Chalair).



 **FRANCE**
DESSERTES



FRANCE

DESSERTES

