



REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 11 AVRIL 2022

RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 11 D'APRILE DI U 2022

RAPPORT DE LA PRESIDENTE

RAPORTU DI A PRESIDENTE

Objet : adoption des orientations du plan de promotion 2022.

Ughjettu : *approvazione di u pianu di prumuzione è di u prugrammu d'azione 2022.*



L'article VI du règlement intérieur de l'ATC précise que le Conseil d'Administration délibère – et amende le cas échéant – sur le plan de promotion arrêté au sein de la commission consultative idoine, en concertation avec les services de l'Agence.

Ce plan reprend la nature et la typologie des opérations de promotions en France et à l'Etranger. Ces opérations visent, dans le périmètre des compétences de l'Agence du Tourisme dans un rôle de promotion de la destination et de coordination, à consolider l'existant et développer l'activité selon les cadres arrêtés dans la politique régionale.

Certaines actions de type salons ou workshop sont ouvertes à participation de tiers, offices de tourisme, opérateurs, compagnies de transports, ...dans un rôle de coordination, d'autres sont effectuées par les services de l'Agence eux-mêmes en représentation de la destination dans le rôle de promotion de la destination qui leur incombe.

Le plan d'action est adapté en fonction des résultats observés de fréquentation de la destination et des nouveaux enjeux ou modification de contexte de marché.

Les principes directeurs visent à accentuer l'attractivité touristique sur l'avant et l'après-saison estivale, mais aussi à positionner la Corse en tant que destination préservée d'île verte en méditerranée.

STRATEGIE GENERALE

L'année 2022 est le point de départ d'une nouvelle organisation ATC/Territoires visant à promouvoir le tourisme en Corse tout au long de l'année.

Cette organisation va combiner un volet national et international qui sera orchestré par l'ATC en concertation avec la commission promotion (campagnes média et digital) et un volet territoire qui va consister à alimenter le plan en événements et offres commerciales.

La pierre angulaire de cette nouvelle organisation sera le site [visit.corsica](https://www.visit.corsica) qui mettra en avant à la fois les thématiques d'actions pour 2022, mais aussi les offres et événements provenant de tous les territoires.

PRINCIPE GENERAL :

Six thèmes phares vont animer la saison 2022 afin de créer des « temps forts » aptes à attirer un nouveau public, mais aussi à ancrer ces thèmes dans l'esprit du plus grand nombre.

Chaque thème valorisera la destination et invitera les clients et prospects à venir en Corse pour une raison précise.

Les dénominateurs communs des actions seront :



- La mise en avant de la spécificité de la Corse (culture/patrimoine histoire) ;
- La mise en avant de la beauté des sites en équilibrant mer / montagne ;
- La mise en avant des hommes et femmes qui animent le tourisme en Corse ;
- La dimension écologique ;
- Le fait que chaque territoire de Corse pourra être concerné par une majorité de thèmes.

THEMES ET EVENEMENTS :

- Avril : mois de la gastronomie corse : événement de référence Art'e Gustu (Bonifacio) ;
- Mai : mois du 2 roues : événement de référence La Corsica Cyclo GT20 (traversée de la Corse) ;
- Juin : mois des Arts et de la Culture : événement de référence : Creazione (Bastia) ;
- Juillet : mois du Sport Nature : événement de référence : Restonica Trail (Corte) ;
- Septembre : mois de l'eau en corse : événement de référence : Paddle Trophy (Ajaccio) ;
- Octobre : mois du vin corse : événement de référence : fête de la ruralité (Patrimonio).

La campagne 2022 et le site [visit.corsica](https://www.visit.corsica) présenteront chaque thème en générique. Chaque office de tourisme sera invité à alimenter le thème en ajoutant des événements et des offres. Ces offres provenant des OT seront mises en valeur sur le site [visit.corsica](https://www.visit.corsica).

MARCHES CONCERNES :

Pour 2022, la priorité sera donnée aux marchés France, Italie, Suisse, Belgique, Allemagne et Autriche. La Grande-Bretagne sera de nouveau sollicitée.

STRATEGIE DES MOYENS :

L'année 2022 est aussi le point de départ d'une stratégie digitale plus performante. L'ATC va s'associer les services d'une agence de communication spécialisée dans les domaines de la data et de l'orchestration des communications digitales (display/programmatisation/social média).

L'année 2022 sera une année de transition. La montée en puissance de cette nouvelle stratégie se fera progressivement et permettra à l'ATC de communiquer vers



des clusters de cibles au niveau international en optimisant le ROI (Retour sur investissement) des actions.

Parallèlement, l’ATC continuera à utiliser sur les marchés à plus forts potentiels des médias plus traditionnels (TV/Affichage/presse) principalement via son partenaire Atout France et l’Agence de communication Sunmade.

Cette stratégie mixte digitale/média va concerner le marché BtoC classique, mais également le BtoB et le MICE (tourisme d’affaires).

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.