

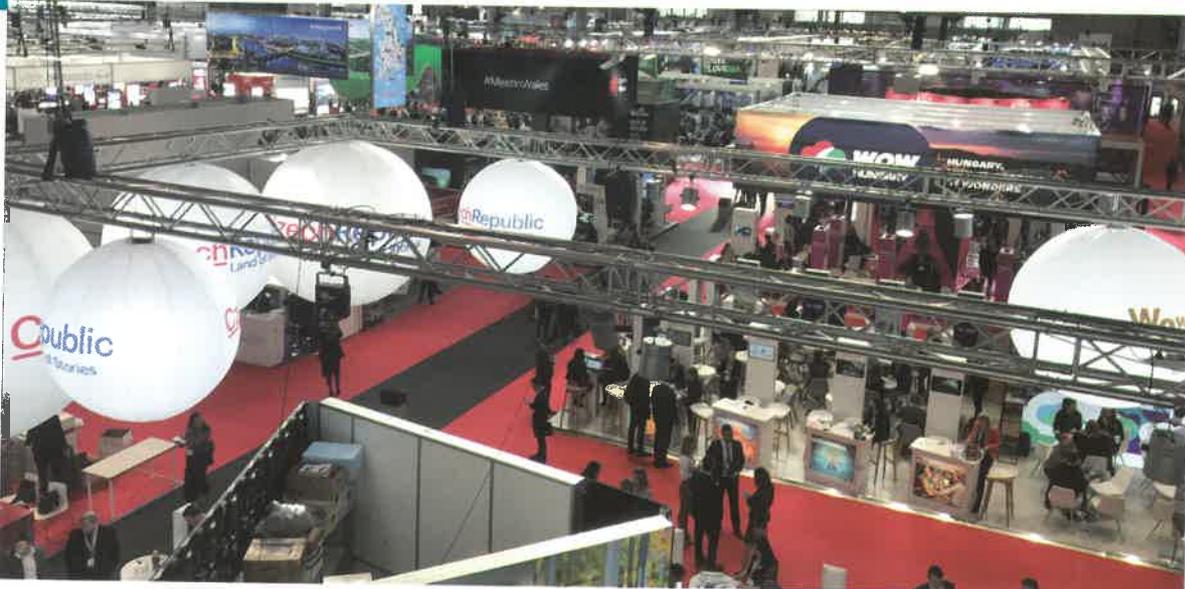
L'ATC A FAIT VALOIR LES ATOUTS DE NOTRE ÎLE À L'IBTM WORLD DE BARCELONE

La Corse se positionne comme place forte du tourisme d'affaires

L'actualité

COMPRU QUI
Acheter local
avant tout

P. 2



Fin novembre, Barcelone accueillait le salon « IBTM World », temple du tourisme d'affaires avec 15.000 professionnels venus de 150 Pays. La Corse y était, signe de son entrée remarquée dans la cour des grands. En effet, la presse spécialisée la place dans le top 10 des destinations MICE. Du coup, de nouvelles opportunités se présentent pour les professionnels insulaires.

SÉDUCTION. Le « MICE » (pour Meeting Incentives Conferencing Exhibition), un secteur florissant que l'île observait plutôt de loin jusqu'ici. Elle jouait de ses atouts de façon sporadique sans véritablement structurer une offre séduisante dans ce domaine. C'est fini, l'Agence du Tourisme de la Corse en fait désormais une

priorité. C'est toute la raison de sa présence à l'IBTM World de Barcelone. Et elle a su y susciter la curiosité des grands acheteurs européens et internationaux. Car si notre île est bien connue comme destination phare en Méditerranée dans le cadre d'un tourisme « classique », elle est une nouvelle venue sur le créneau du « Mice ». Et elle y a des ambitions.

Pour la présidente de l'ATC, Marie-Antoinette Maupertuis : « La Corse a aujourd'hui tous les atouts pour accueillir ce type de tourisme. Avec le MICE, nous pouvons réellement allonger la saison touristique, car la tenue de séminaires, par exemple, permet de miser sur des séquences très resserrées avec la possibilité d'alterner travail et découverte. Le tout en positionnant la Corse comme l'île verte de la Méditerranée, car l'écotourisme est aussi un enjeu de premier plan. » Une stratégie qui séduit les professionnels, pour preuve, dès la mise en place par l'ATC du « cluster tourisme d'affaires », le sec-

teur a fait un bond de 10%. Pour l'ATC, en effet, la complémentarité mer-montagne, le patrimoine culturel, l'œnologie, la gastronomie, l'art de vivre constituent assurément une combinaison gagnante pour attirer le touriste d'affaires. Un touriste qui dépense trois fois plus qu'un touriste de loisirs ou d'agrément (en moyenne 224 euros par jour) avec une durée de séjour plus courte. Les éléments de ce qu'on nomme « dessaisonalisation » sont donc, cette fois, à portée de mains. Le secteur est en tout cas en plein essor et les événements spéciaux, les séminaires, se multiplient, particulièrement du côté du grand Ajaccio, fort de son Palais des Congrès.

A Barcelone, la Corse a donc pu présenter son offre à des prospects véritablement désireux de s'informer sur le potentiel de l'île en matière d'organisation de réunions d'affaires ou de séjours incentives. Ils sont repartis conquis. Une certitude, de nouvelles opportunités se dessinent désormais pour notre tourisme.



ENTRETIEN
J.C. Angelini

P. 4

POLITIQUE
Femu, parti
quand même

P. 3



ANNONCES LEGALES :

fax. 04 95 38 76 57

email: contact@lepetitbastiais.com

infoline: Valérie au 04 95 58 70 52

