

Agence du Tourisme de la Corse

# Projet de Plan de Communication Corse 2023

<u>POLE PROMOTION &amp; COMMUNICATION</u>	<u>CHEFS DE MARCHES</u>	<u>ASSISTANT(E)S</u>	<u>MISSIONS TRANVERSALES</u>	<u>MARKETING DIGITAL &amp; SOCIAL MEDIA</u>	
Pascal Acquaviva Reponsable du pôle	Céline Casanova Allemagne Autriche-Europe centrale Suisse Russie	Yan Soggia Mission promo - assistanat/préparation accueil/informations suivi / représentation - reporting - suivi marchés	Marie Folacci Transport/accessibilité Mission coordination ATC/Territoires Coordination convention promo Coordination des projets pôle Ingénierie & Développement Partenariats institutionnels	Marie Paule Paoletti Web marketing Communication offline digitales Réseaux Sociaux tous marchés Coordination agences spécialisées rédaction cahier des charges pub/promo Assistance stratégique techniques aux chargés de missions marchés	Ana Rita Santos Silva Alternante design, graphic motion, montage vidéos/photos
	Marie-Ange Celli Battistelli MICE Convention bureau ATC Coordination avec les partenaires sur cette activité	Aline Beretti Mission promo - assistanat/préparation accueil/informations suivi / représentation - reporting - suivi marchés	Marianna Tomasi Assistanat général équipe - mise en œuvre planning opérations/salons suivi administratif & financier coordination équipe promo/centre de ressources	Stéphanie Calzi Animation des Réseaux Sociaux Coordination des campagnes avec les chargés de marchés Suivi des campagnes on/off line	
	Olivier Lucchini France Italie Espagne	Françoise Mélard- Peretti Mission promo - assistanat/préparation accueil/informations suivi / représentation - reporting - suivi marchés			
	Jean-Philippe Di Grazia Belgique/Luxembourg Pays-Bas Grande-Bretagne Pays nordiques Islande				

# Sommaire

## Rappel objectifs 2022

- Accélérer la désaisonnalisation
- Mettre les forces en commun

## Un bilan enrichissant

- Les points de force & les points d'amélioration
- Les satisfactions : Pression Publicitaire / cohérence / coordination territoire / coordination partenaires ex AC/ODARC/Porteurs Projets / thèmes

## Stratégie 2023

Se concentrer sur printemps et automne  
Prioriser les thèmes forts et le ciblage  
La notion de marché prioritaire / Transport

## En communication

La communication « grand public » principes généraux pour 2023 ( principe TV et principe ciblage ex Moto)  
La communication terrain principes généraux pour 2023  
L'été 2023 : priorité à « une autre Corse » ( rando alternative, site alternatif etc..) principe  
Planning global / Principe

## Focus pays étrangers

Focus Italie / Suisse / Belgique / Allemagne  
Focus Mice

# RAPPEL OBJECTIFS en coordination avec les territoires

**LA CORSE :  
UNE TERRE D'AVENTURE 12 MOIS SUR 12**

# Rappel principaux objectifs 2022

1

**ACCELERER LA DESAISONNALISATION**

2

**METTRE EN COMMUN LES FORCES**

# 1

# Accélérer la Désaisonnalisation

## Rappel Stratégie 2022

Impulser un rythme d'animation de l'année touristique basé sur des mois à thème pour inciter à venir en CORSE pour y faire quelque chose vs du balnéaire traditionnel.

Ces thèmes sont intrinsèquement des points de force de l'île, mais ils sont communiqués de façon **ATOMISEE**, notre stratégie a consisté à les **CONCENTRER** sur des mois spécifiques pour **marquer** les esprits.

# LES THÈMES / ANIMATIONS QUI RYTHMENT L'ANNÉE

## RAPPEL DU PRINCIPE

L'ATC crée une « coquille » marketing et décline chaque thème.

Ce sont les territoires qui alimentent le thème via des offres, des événements, des contenus, etc...

## LA COMMUNICATION

L'ATC se charge de communiquer sur le thème massivement en national & international

L'ATC assure le relais en intermédiation en publiant sur son site VISIT.CORSICA les offres des territoires.

Certaines offres peuvent être également directement communiquées au niveau national & marchés cibles.

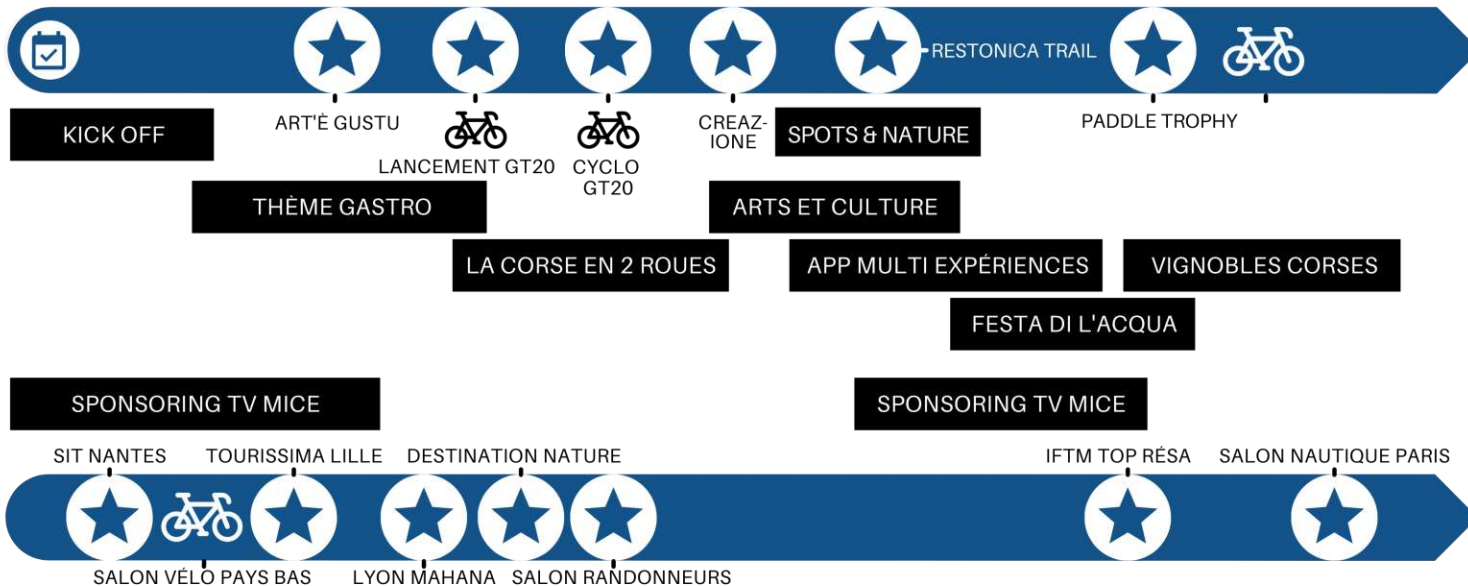
JANVIER 2022

MAI 2022

JUIN 2022

JUILLET/AOUT/SEPT

DÉCEMBRE 2022



MARKETING TRADITIONNEL EN MAJEUR

MARKETING DATAS DRIVEN QUI MONTE EN PUISSANCE

APPEL D'OFFRE PRESTATAIRE NUMÉRIQUE 360/DATAS BASE & REFORTE DES OUTILS NUMÉRIQUES



# BILAN A DATE

**2022 une première étape enrichissante**

- Une mise en œuvre du plan sur la plupart des marchés.
- Une meilleure collaboration avec les territoires.
- Une pression publicitaire plus forte sur 6 thématiques clefs.
- Cohérence internationale.
- Une première expression du « marketing de l'offre » qui doit être précisée et mieux ciblée pour 2023.



# Un plan ambitieux & servi par une nouvelle campagne



# Une déclinaison internationale forte et cohérente

mi chjama  
**CORSICA**  
Sono mille viaggi da vivere tutto l'anno  
[visit.corsica](http://visit.corsica)

ITALIE SUISSE

mit navn er  
**CORSICA**  
Tusind fornemmelser at fortælle sig |  
[visit.corsica/dk](http://visit.corsica/dk)

DANEMARK

Mein Name ist  
**CORSICA**  
Ich bin die Insel der tausend erfrischenden Gewässer.  
[visit.corsica](http://visit.corsica)

**AIR CORSICA**  
Direktflüge  
**Zürich - Ajaccio**  
Im Juli und August 2022

In weniger als 2,5 Stunden  
landen Sie im Paradies...  
[www.aircorsica.com](http://www.aircorsica.com)

ALLEMAGNE

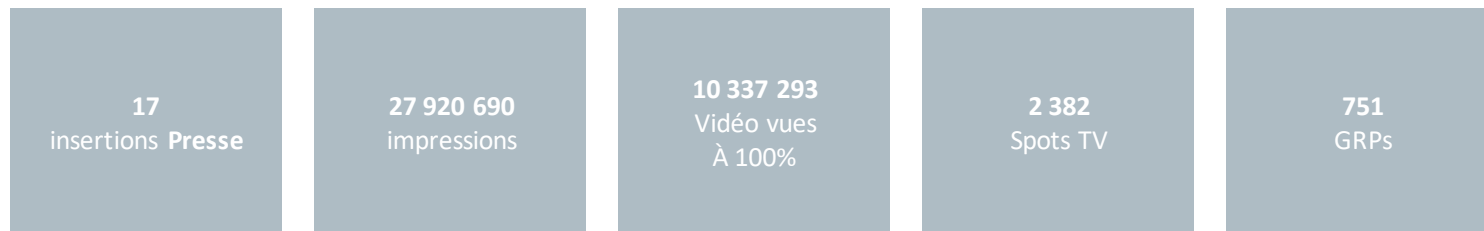
Mein Name ist  
**CORSICA**

Corsica steht  
für tausend  
Urlaubsmöglichkeiten -  
zu Jeder Jahreszeit  
[visit.corsica](http://visit.corsica)



# Deux bilans à date France et Italie

# Chiffres Clés 2022 FRANCE



**16 campagnes au total**

*2 Campagnes en cours, Bilan non définitif*



# Chiffres Clés 2022 ITALIE

600 Affiches  
Metro ROME /  
MILAN

3 742 100  
impressions

130  
Spots TV

491  
GRPs

**5 campagnes médias – Fil Rouge en digital**

*1 Campagnes en cours Bilan non définitif*

## Mais

- Un déploiement plus compliqué sur les marchés étrangers ( hormis Italie).
- Un séquençage ( mois) trop contraignant
- Une remontée des offres et événements qu'il faut améliorer pour renforcer l'attractivité
- Un démarrage 2022 encore trop tardif



# Heureusement aujourd'hui nous sommes le 16 novembre 2022 !



# 2

## Mettre les Forces en commun

**Un écosystème de « désaisonnalisation » qui ne repose pas que sur le marketing; l'ATC souhaite en être le catalyseur**

## Rappel / LES COMPOSANTES INDISPENSABLES D' UNE STRATEGIE DE DESAISONNALISATION REUSSIE POUR LA CORSE

TRANSPORT

HEBERGEMENT

ANIMATION

MARKETING/COM

# LES COMPOSANTES INDISPENSABLES D'UNE POLITIQUE DE DESAISONNALISATION

TRANSPORT



Un travail de fond qui va s'amplifier en 2023 et les années suivantes.

HEBERGEMENT



Un plan 2023 qui bénéficiera aux acteurs actifs dès avril et à ceux qui stopperont leur activité fin octobre / début novembre.

ANIMATION



MARKETING/COM



Collaboration ATC/  
TERRITOIRES &  
plan adapté

# Une connexion plus efficace avec des acteurs clés :

- OTI
- Transporteurs
- Partenaires
- Porteurs de projets



Un principe de collaboration avec les Territoires initié  
en 2022 qu'il faut conserver et optimiser pour les  
années futures

# Une importante tournée des territoires en 2022

Journées Professionnelles 2022		
Dates	Territoires	Offices
15 & 16 mars	Pays de Bastia	OTI Agglomération de Bastia
		OTI Capi Corsu
		OTI Marana Golo
		OTI Nebbiu Conca d'Oru
29 & 30 mars	Sud Corse	OMT Bonifacio
		OTI Porto Vecchio
		OTI Alta Rocca
		OMT Zonza Saint Lucie de Porto Vecchio
5 & 6 av ril	Tarav u Sartonais Valincu	OTI Pieve de l'Ornano
		OTI Sartonais Tarav o Valinco
3 & 4 mai	Castagniccia Mare è monti	OTI Costa Verde
		Communauté des Communes Castagniccia-Casinca
17 & 18 mai	Pays de Balagne	OTI Calvi Balagne
		OTI l'Isula Balagne
24 & 25 mai	Pays d'Aiacciu	OTI Capa Aiacciu
		OTI Celav u Prunelli
14 & 15 juin	Centru di Corsica	OTI Centru di Corsica
		OTI Pasquale Paoli
20 & 21 juin	Corse Orientale	OTI Fium'orbu Castellu
		OTI Oriente
		GAL Corse Orientale
28 & 29 juin	Ouest Corsica	OTI Ouest Corsica

Une tournée qui a permis de partager le principe de  
valorisation des contenus  
touristiques & des offres des Territoires

## Rappel : un principe simple de collaboration entre ATC et TERRITOIRES

Cibles nationales et internationales



# Des actions croisées avec les transporteurs qu'il faudra anticiper et développer pour 2023

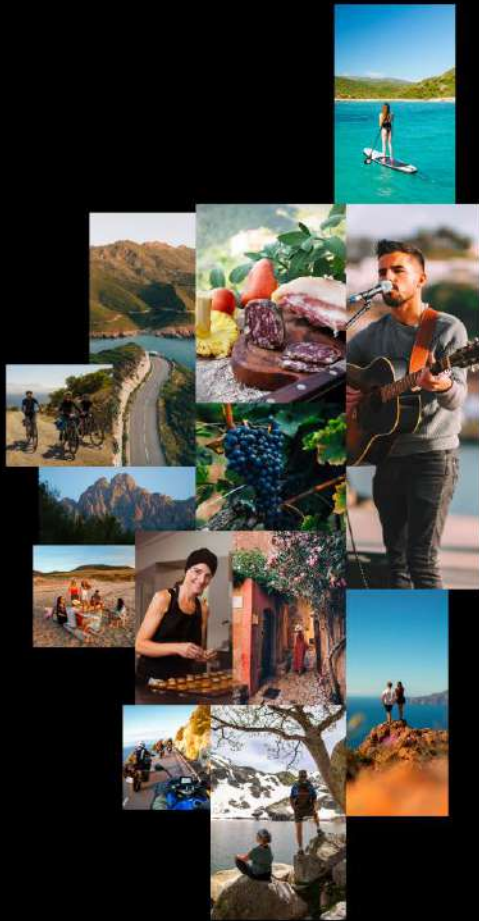
# Un accompagnement via des opérations spéciales pour soutenir les nouvelles lignes & les partenariats.

Ex :

Trois mises en œuvre concrètes

- Suisse Zurich
- Italie Rome
- Opération Belgique
- Une mise en œuvre sur la Suisse





www.visitcorsica.it

# mi chjamo **CORSICA**

Sono mille viaggi da vivere tutto l'anno

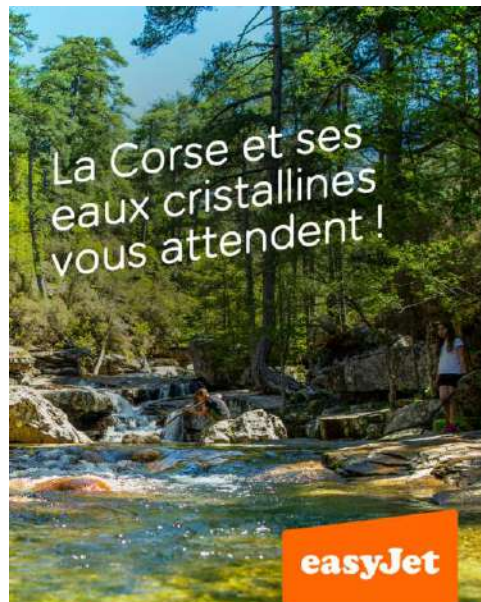
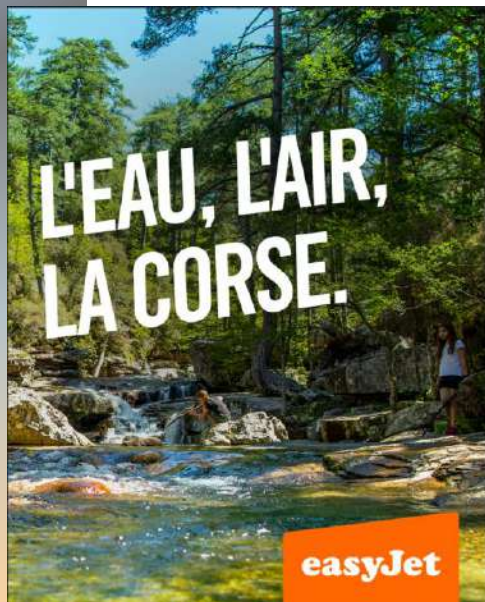
[visit.corsica](http://visit.corsica)



Nuove linee quest'estate,  
la Corsica a meno di 1 ora da Roma



## CH-FR Social



Explore France™ 

La Corse  
à partir de CHF 35\*

\*Voir conditions sur [easyjet.com](https://www.easyjet.com)

Réservez maintenant >

CORSICA

easyJet

This advertisement has a solid orange background. At the top, it says 'Explore France™' in white, with a small French flag icon to the right. Below that, 'La Corse' is written in white, followed by 'à partir de' and a large 'CHF 35\*'. A small line of text below reads '\*Voir conditions sur [easyjet.com](https://www.easyjet.com)'. A white button with the text 'Réservez maintenant >' is centered. At the bottom, the word 'CORSICA' is written in white, and the 'easyJet' logo is in the bottom right corner.

## CH-DE Social



Explore France™ 

Wir fliegen dich  
nach Korsika  
ab

CHF 35\*

\*Es gelten die AGB auf easyJet.com

Jetzt buchen >

CORSICA

easyJet

An orange background with white text. The text is arranged vertically. The price 'CHF 35\*' is prominently displayed. A call to action button 'Jetzt buchen >' is present. The Corsica logo and easyJet logo are at the bottom.

Un travail coordonné avec nos partenaires et des conventions qui sont ou vont être finalisées.

Ex : **Masterchef** spécial CORSE avec **I'ODARC**

<http://online.anyflip.com/ssyiv/vlhu/mobile/>

Rappel 2022 : conventions PNRC, CCI

# Un soutien en communication de la plupart des événements référents 2023

## Mises en œuvre concrètes

- Art' è gustu
- Corsica Cyclo GT20
- Creazione
- Restonica Trail
- Paddle Trophy



OFFICE DE TOURISME

Bastia  
CORSICA



creazine  
SANTO SPIRITO











# STRATEGIE 2023

# 2 priorités en 2023

1

SE CONCENTRER SUR PRINTEMPS ET AUTOMNE 2023

2

THEMES PORTEURS ET CIBLAGE

# 2 priorités en 2023

1

Se concentrer sur Printemps et Automne 2023 : préempter les marchés porteurs dès janvier 2023 avec une reprise dès septembre 2023

- Rôle de la communication grand public
- Rôle de la communication terrain

# 2 priorités en 2023

2

Se concentrer sur les thèmes porteurs & le ciblage

- Une démarche initiée en 2022 ( ex vélo/motos)
- Un principe que l'ATC souhaite amplifier pour 2023 :

Accueils presse 2023

Ciblage digital et presse 2023

Événement phares et offres.

## QUELS SONT LES MARCHES PORTEURS ?

Pour le Printemps et l'Automne :

- Marchés de proximité : France et Italie
- Marchés qui proposent un volume aérien conséquent tôt dans l'année.

## Printemps 2023

Sur la base du IATA\* 2022 les dessertes avions sont favorables sur :

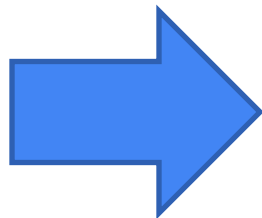
- France
- Suisse
- Luxembourg
- Belgique
- Allemagne

\* *Avril à Septembre*

## Printemps 2023

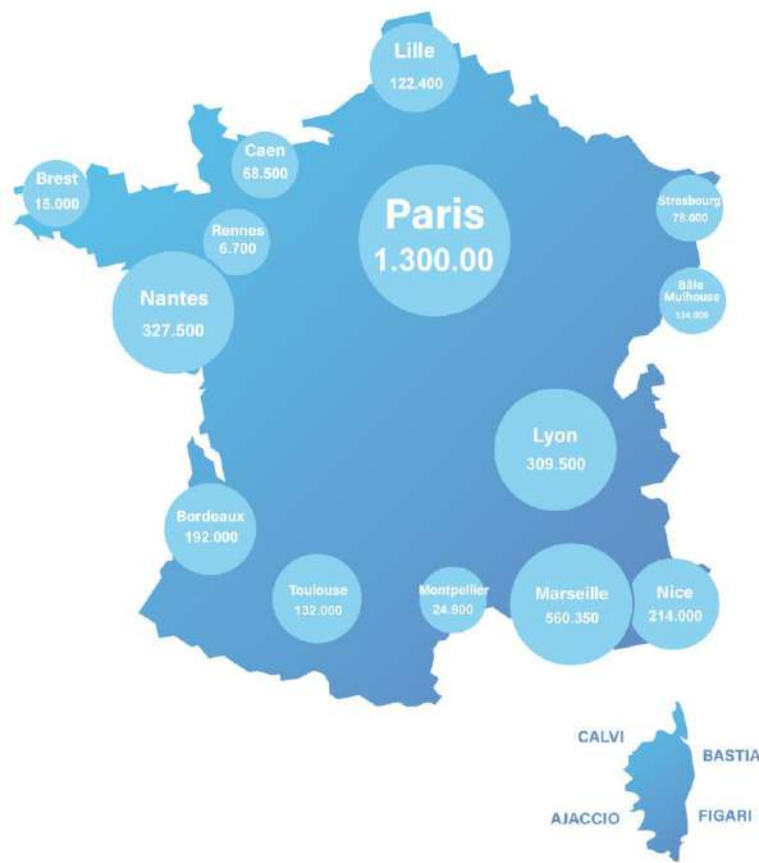
Sur la base du IATA 2022 les dessertes avions sont favorables sur :

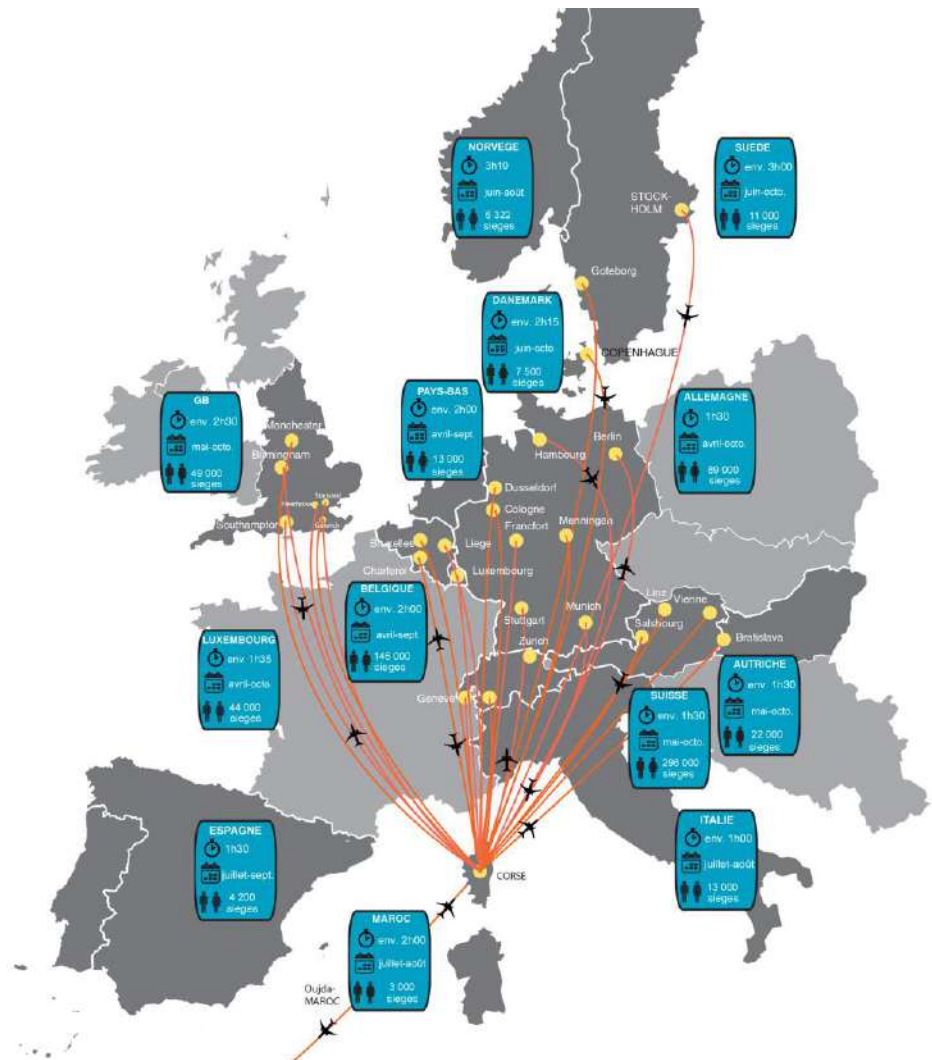
- France
- Suisse
- Luxembourg
- Belgique
- Allemagne



## Marchés Prioritaires







	AJACCIO SIEGES OFFERTS	AJACCIO TOTAL PASSAGERS	FIGARI SIEGES OFFERTS	FIGARI TOTAL PASSAGERS	BASTIA SIEGES OFFERTS	BASTIA PASSAGERS	CALVI SIEGES OFFERTS	CALVI TOTAL PASSAGERS	TOTAL SO PAR MARCHE	
ALLEMAGNEe	37	34	0	0	250	79	50 705	9 720	7 404	89 007
Autriche	138	6 344	0	0	0	0	16 376	11 328	22 514	
BELGIQUEe		53 547 027	39	46 959 109	35	38 338	29 442	6 864	5 239	145 708
DANEMARK	0	0	0	0	0	7 464	5 053	0	0	7 464
ESPAGNE	0	0	0	0	0	4 296	3 203	0	0	4 296
FRANCEe		1 328 509 773	1 041	685 704 121	558	1 093	851 987	295 214	227 703	3 403 351
GRANDE-BRETAGNEe	248	7 107	1 14	109 263	11	20	742 13 778	6 840	5 030	48 939
ITALIE	520	2 103	2 10	114 345	5	0	0	0	0	12 634
LUXEMBOURGg	165	18 504	12 8	424 459	5	11	7 735	6 536	4 459	44 205
MAROC	0	0	0	0	0	3 024	1 952	0	0	3 024
NORVEGE		6 322 325	4	0	0	0	0	0	0	6 322
PAYS-BAS	0	0	0	0	0	13 083	8 851	0	0	13 083
SUEDE	0	0	0	0	0	11 382	8 261	0	0	11 382
SUISSE		146 590 677	102	49 024 258	32	81 228	55 721	19 378	14 403	296 220
TOTAL AEROPORTS	076	1 569 894	1 203	334 814	555 647	811 1 363	1 036 688	360 928	275 566	4 108 149

## Comment les aborder en communication GRAND PUBLIC ?

## Investir les plus gros marchés dès le début de l'année 2023

- En communication média : dès les mois de Février/Mars 2023
- En capitalisant sur notre campagne « Mi Chjamu Corsica » et en l'adaptant à la période ( plus de place pour les visuels du thème).
- Une campagne plus tactique qui va promouvoir le « Printemps en Corse »

*Cette campagne fera émerger les thématiques principales ( à priori deux 15 secondes qui seront mixés durant les périodes de communication). Deux 15 secondes spécifiques Printemps & deux pour l'Automne.*

# Pourquoi capitaliser sur « Mi Chjamu Corsica » ?

1

- Parce que cette campagne lancée en mai 2022 n'est pas usée : il faut des années avant que le public mémorise un message / un territoire de marque.  
Ex : « qui peut concurrencer la MAAF ? »
- Parce que capitaliser sur un claim, c'est économiser. A terme, les éléments constitutifs d'une campagne améliorent l'attribution des messages à la marque qui l'émet. ( un jingle / une voix / un claim, une musique etc...)
- Parce que cette campagne est aussi un véritable « couteau suisse »; on peut lui faire porter de nombreux thèmes et les valoriser.

## Rappel des forces de la campagne :

- 1/ Une campagne qui permet de **VALORISER** toutes les expériences à vivre sur l'année
- 2/ Une campagne **IDENTITAIRE** qui pointe le côté unique de la CORSE
- 3/ Une campagne **PREMIUM**
- 4/ Une campagne **DECLINABLE** sur tous supports
- 5/ Une campagne déclinable à l'**INTERNATIONAL**

## UNE ORCHESTRATION DU MIX MEDIA DIFFERENTE

- Qui va nous permettre d'être plus flexibles qu'avec le principe des mois thématiques
- Qui va toutefois valoriser nos thèmes événements & offres via le digital.

Campagne TV ou Affichage

gastro

vélo

SN

Culture

Rando

Social Média / Display / YT

Thème générique Printemps

Offres , Evénements Printemps



# Calendrier des évènements avril / mai / juin 2023

1

- Etablissement d'un calendrier ( interactif ) qui répertorie les principaux événements du Printemps 2023, classés par thématiques ( base événements incontournables SITCO) ex :

<https://www.accorarena.com/fr/programmation?view=calendar>

- Gastronomie / Sport / Culture / Patrimoine
- Ce calendrier sera mis en ligne sur le site visit.corsica
- Il sera ensuite mis à jour pour la version Eté et Automne 2023.
- Un calendrier qui sera soutenu par des contenus éditoriaux densifiés vs 2022.

Et bien sûr une campagne qui pointe sur « Les Offres de Printemps »...



# mi chjamu **CORSICA**



Je suis mille voyages  
à vivre au printemps  
Découvrez nos offres gastronomie



[visit.corsica](https://visit.corsica)

## ON VIEW

For Art Basel, Miami's Wynwood Garage Becomes a Gallery Yet Again

# 01



No one rejects, dislikes  
or avoids pleasure itself,  
because it is pleasure,  
but because those who  
do not know

62

One Magazine | Fall 2012

# mi chjamu CORSICA



Je suis mille sensations  
pour s'évader au printemps.  
Découvrez nos offres Sport & nature



visit.corsica



Intégration ( probable) d'une mention FEDER sur les campagnes PRINT/TV/DIGITALES dans le but de bénéficier des fonds Européens.

A l'issue d'un travail avec la Direction des Affaires Européennes de la CdC, nous sommes parvenus au résultat suivant :



## En Synthèse : les grands Principes de Médiatisation pour 2023

- ➔ Comme pour 2022, nous allons prioriser les deux plus grands marchés de proximité, la France et l'Italie et les marchés Européens très connectés.
- ➔ Des dispositifs spéciaux seront déployés sur les pays qui proposent de nouvelles lignes aériennes ou une densification des connexions.
- ➔ Les dispositifs « image » seront principalement axés sur de la vidéo et/ou de l'affichage. Les dispositifs « tactiques » via internet ou de la presse.
- ➔ Globalement le budget devrait être « iso » vs 2022, il y aura moins d'investissements sur la France et plus sur l'Italie.



# Comment les aborder en communication TERRAIN ?

1

Investir les plus gros marchés dès le début de l'année 2023 ( Idem Média)

Dès le mois de Janvier 2023

Une présence accrue de l'ATC sur deux marchés phares pour promouvoir le « Printemps Corse 2023 »

Retour de l'ATC sur les Salons dans les villes & régions de France où du transport aérien est proposé tôt dans la saison :

Ex : Lille / Nantes / Lyon / Toulouse / Paris

Retour de l'ATC en Belgique pour le Salon des Vacances de Bruxelles ( début février 2023).

## Salons+A1:H18 et workshops 2023

JANVIER							Budget
MARCHE	DATES	INTITULE	LIEUX	FORMAT	CIBLES	FILIERES	
FRANCE	6 AU 9 JANVIER	SALON DE LA PLONGEE	PARIS	SALON			
FRANCE	20 AU 23 JANVIER	SIT	NANTES	SALON		TOUTES	
FRANCE	26-janv	PURE MEETING & EVENTS	PARIS	WORKSHOP	PRO	MICE	
France	27 AU 29 JANVIER	TOURISSIMA	LILLE	SALON		TOUTES	
FEVRIER							
MARCHE	DATES	INTITULE	LIEUX	FORMAT	CIBLES	FILIERES	
Belgique	2 AU 5 FEVRIER	SALON DES VACANCES	BRUXELLES	SALON			
PAYS BAS	24 AU 26 FEVRIER	FIETS AN WANDELBEURS	UTRECHT	SALON			
MARS							
MARCHE	DATES	INTITULE	LIEUX	FORMAT	CIBLES	FILIERES	
FRANCE	3 AU 5 MARS	MAHANA	LYON	SALON	GRAND PUBLIC	TOUTES	
FRANCE	16 AU 19 MARS	DESTINATION NATURE	PARIS	SALON	GRAND PUBLIC	SPORT DE NATURE	
MULTI MARCHES	21 & 22 MARS	RDV EN FRANCE	NANTES	WORKSHOP	TOURS OPERATEURS	TOUTES	
FRANCE	24 AU 26 MARS	SALON DU RANDONNEUR	LYON	SALON	GRAND PUBLIC & PRO	RANDO	Option
FRANCE	28 MARS AU 3 AVRIL	SALON OCC'YGENE	TOULOUSE	SALON	GRAND PUBLIC	TOUTES	Option

# A l'idéal pour les Salons de début d'année 2023

1

- Présence des Partenaires ( OTI)
  - Présence du PNRC
  - Présence des Transporteurs
  - Présence d'un organisateur d'événement ( en cohérence avec nos thématiques).
- 
- **Idéalement mise en avant d'offres spéciales des transporteurs lors de ces Salons; ces offres seraient reprises par l'ATC au niveau National et Europe ( sur les marchés concernés)**
- 
- *Sans offre concrète notre action perd en efficacité*
  - *En permanence, les consommateurs sont bombardés d'offres... ce qui engendre une perte de repères : c'est quoi le bon prix pour s'évader ?*

14:13

Publications

instantmoutain\_ Boonker Rijeka

**Rijeka & Dubrovnik**

Rijeka depuis Bruxelles Charleroi du 22 au 29/09 27€ A/R

Dubrovnik depuis Toulouse du 5 au 8/10 28€ A/R

Dubrovnik depuis Bordeaux du 8 au 15/10 33€ A/R

580 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS CROATIE plus Voir les 14 commentaires ilo\_roche Franchement c'est super ! Ce genre de post est vraiment très utile merci !

14:12

Publications

instantmoutain\_

**Monténégro** 84€ pp - 5 jours

Depuis Bruxelles Charleroi du 25 au 27/10 avec Ryanair 44€ A/R

Casteloni Appartement 70€ pour 5 jours

924 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS VACANCES - Partie 2... plus Voir les 47 commentaires bookingcom (instantmoutain\_ c'est toujours une bonne idée de s'aventurer en dehors de son pays préféré. 🇫🇷)

14:13

Publications

instantmoutain\_ Boonker Rijeka

**Split & Pula**

Pula depuis Bruxelles Charleroi du 3 au 10/10 41€ A/R

Split depuis Marseille du 14 au 21/09 28€ A/R

Split depuis Bordeaux du 21 au 28/09 38€ A/R

580 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS CROATIE plus Voir les 14 commentaires ilo\_roche Franchement c'est super ! Ce genre de post est vraiment très utile merci !

14:11

Publications

instantmoutain\_ Ryan Rijsdijk

**Londres - RU** 220€

Depuis Toulouse du 8 au 15/12 20€ A/R avec Ryanair

Depuis Nantes du 8 au 15/12 30€ A/R avec Ryanair

Classic Studio Elysee Op Zone pour 6 jours sur moogoo

621 J'aime instantmoutain\_ Tout est vraiment génial de la part de Noli ! A... plus Voir les 14 commentaires

14:12

Publications

instantmoutain\_ New York

**Sardaigne** 164€ pp - 8 jours

Depuis Marseille du 20/10 au 27/10 avec Ryanair 32€ A/R

Residence Portolaconia 204€ pour 8 jours

598 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS VACANCES - Partie 2... plus Voir les 9 commentaires

14:12

Publications

instantmoutain\_

**Oujda - Maroc** 115€ pp - 8 jours

Depuis Toulouse du 17/10 au 24/10 avec Ryanair 20€ A/R

Hôtel Des Lilas 155€ pour 8 jours

924 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS VACANCES - Partie 2... plus Voir les 47 commentaires bookingcom (instantmoutain\_ c'est toujours une bonne idée de s'aventurer en dehors de son pays préféré. 🇫🇷)

14:12

Publications

instantmoutain\_ New York

**New York** 675€ pp - 10 jours

Depuis Paris du 31/10 au 9/11 avec Fly Play 320€ A/R

Appartement - Chez Rohui NY 709€ pour 10 jours

508 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS VACANCES - Partie 2... plus Voir les 9 commentaires

14:12

Publications

instantmoutain\_

**Bangkok - Thaïlande** 467€ pp - 9 jours

Depuis Marseille du 18 au 26/05 421€ pp A/R

Ze Résidence Ram Intra 46€ pp pour 9 jours

553 J'aime instantmoutain\_ Thaïlande... plus Voir les 11 commentaires 7 septembre

14:11

Publications

instantmoutain\_ Ryan Rijsdijk

**Budapest - Hongrie** 100€

Depuis Paris du 12 au 19/12 30€ A/R avec Ryanair

Depuis Bruxelles du 12 au 19/12 30€ A/R avec Ryanair

Appartement Elysee Budapest 187€ pour 6 jours sur moogoo

613 J'aime instantmoutain\_ Depuis Noël on... plus Voir les 32 commentaires

14:11

Publications

instantmoutain\_

**Fuerteventura** 137€ pp - 5 jours

Depuis Bordeaux du 30/10 au 4/11 avec Ryanair et Volotea 80€ A/R

Et réserves de Grelis 162€ pour 5 jours

654 J'aime instantmoutain\_ BONS PLANS VACANCES - Partie 1... plus Voir les 47 commentaires bookingcom (instantmoutain\_ c'est toujours une bonne idée de s'aventurer en dehors de son pays préféré. 🇫🇷)

14:11

Publications

instantmoutain\_ Ryan Rijsdijk

**Milan - Italie**

Appartements 79€ par personne pour 4 jours sur Airbnb

Quo Milano à partir de 31€ en nuit sur HotelWorld avec petit-déjeuner compris

Hotel Viena 139€ pour 4 nuits sur Booking

618 J'aime instantmoutain\_ Un cénitip au cœur de la ville la

14:11

Publications

instantmoutain\_ Ryan Rijsdijk

**Budapest - Hongrie** 100€

Depuis Paris du 12 au 19/12 30€ A/R avec Ryanair

Depuis Bruxelles du 12 au 19/12 30€ A/R avec Ryanair

Appartement Elysee Budapest 187€ pour 6 jours sur moogoo

613 J'aime instantmoutain\_ Depuis Noël on... plus Voir les 32 commentaires

14:36

facebook



Opodo

Sponsorisée ·

Réservez maintenant au meilleur prix . Vous ne trouverez ces prix qu'ici !➔



Vols pour Porto

Places limitées!

Réserver

20

2 commentaires 3 partages

J'aime Commenter Partager



Votre commentaire...



Accueil



Watch



Marketplace



Notifications



Menu

14:12

Instagram



opodo

Sponsorisé



Réserver



14 J'aime

opodo Vols pour Marrakech

Réservez maintenant au meilleur... plus

Suggestion de publication



14:37

facebook



Opodo

Sponsorisée ·

Réservez maintenant au meilleur prix . Vous ne trouverez ces prix qu'ici !➔



Vols pour Tunis

Places limitées!

Réserver

20

2 commentaires 3 partages

J'aime Commenter Partager



Votre commentaire...



Accueil



Watch



Marketplace



Notifications



Menu

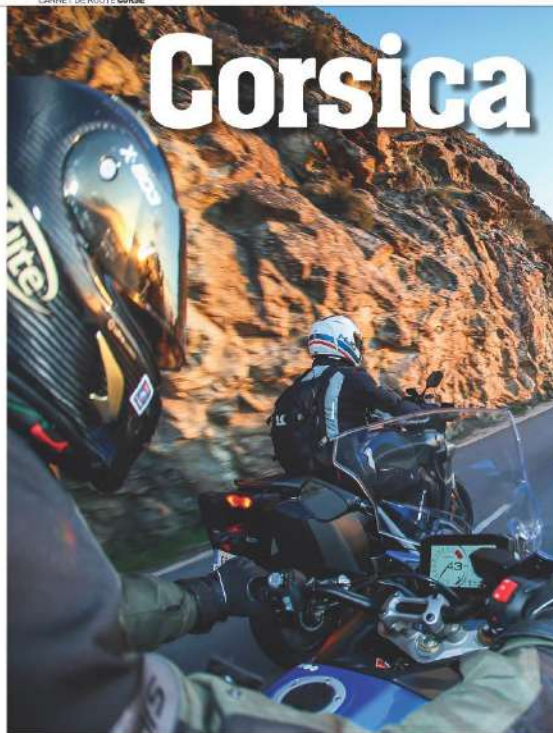
## 2

### Se concentrer sur les thèmes porteurs & le ciblage

- Une démarche initiée en 2022 ( ex vélo/moto)
- Un principe que l'ATC souhaite amplifier pour 2023 :
  - Accueils presse 2023
  - Ciblage digital et presse 2023
  - Événement phares et offres.

## L'exemple des deux roues en 2022

- Accueils Presse ( Italie / France / International)
- Création de contenus spécifiques
- Mise en œuvre d'actions spécifiques sur les cibles



# Corsica



# Féerie

La Corse est là, bien ancrée en Méditerranée et sans intention de la quitter. Alors oui, rien ne presse, on se dit qu'on aura toujours temps d'aller s'y régaler mais franchement, pourquoi attendre ?

Par Bertrand Gallo. Photos Bruno Sellier.



La Corse est là, bien ancrée en Méditerranée et sans intention de la quitter. Alors oui, rien ne presse, on se dit qu'on aura toujours temps d'aller s'y régaler mais franchement, pourquoi attendre ?

**Remerciement**  
avec Stéphane Pétrekaneci

Il y a quelques jours, Stéphane Pétrekaneci, un jeune homme de 25 ans, nous a contactés pour nous proposer de le suivre pendant son périple en Corse. Il nous a raconté son histoire et nous a permis de découvrir un autre visage de l'île.

**Il aime** rider son CBX

Il aime aussi la Corse, son pays, et il veut partager sa passion avec nous.

**Il aime** aussi la Corse, son pays, et il veut partager sa passion avec nous.

**Remerciement**  
à l'agence de tourisme

Il y a quelques jours, nous avons été accueillis par une agence de tourisme locale. Ils nous ont montré les plus beaux endroits de l'île et nous ont permis de découvrir un autre visage de la Corse.

**Merci aussi...**

Merci à tous ceux qui nous ont aidés pendant notre périple en Corse.



**P. Basso - H. Basso**  
par deux

Il y a quelques jours, nous avons été accueillis par une agence de tourisme locale. Ils nous ont montré les plus beaux endroits de l'île et nous ont permis de découvrir un autre visage de la Corse.

**Merci aussi...**

Merci à tous ceux qui nous ont aidés pendant notre périple en Corse.





mi chjamu  
**CORSICA**

Partagez l'expérience  
de ceux qui ont découvert  
la Corse à moto.



visit.corsica

Insertion presse moto / Spécial EICMA  
Le QR code renvoi sur le site visit.corsica  
Et sur une vidéo spécifique YAMAHA qui met en  
scène des journalistes et influenceurs qui  
découvrent l'Île à Moto.

Un ciblage complémentaire aux actions digitales qui  
pourra être reproduit dans d'autres types de  
presse pour d'autres thématiques.

Vélo/Moto mais aussi Sport outdoor ( Randonnée,  
équitation, Paddle etc...)  
Art de vivre ( Gastronomie / Vins / Culture)

*( Scannez le QR code avec votre téléphone et  
regardez la vidéo... elle est dans la rubrique 2  
roues).*

## Principe :

Pas ou peu de communication grands médias durant l'été 2023 mais une action fil rouge en digital & presse ( France et International) qui poussera des contenus, des expériences plus confidentielles.

## Ex :

- Des randonnées alternatives au GR20
- Des sites insolites « qui se méritent »
- Des rencontres ( artisans / producteurs)
- Des découvertes

## Une stratégie initiée en 2022 avec CORSE MATIN

### LA CORSE INTIME

Ce dispositif intitulé « *la Corse intime* » qui a débuté le 4 août dernier, se poursuivra jusqu'en septembre 2023. Il se décline sous la forme d'une série de 62 reportages mettant à l'honneur l'ensemble des territoires de l'île au travers des différentes thématiques issues du plan marketing 2022 (gastronomie, vin, deux roues, sport et nature, art, culture, patrimoine, activités nautiques).

- Ces contenus sont dans CM et chartés Corse Intime.
- Ces contenus sont repris sur le site de l'ATC ( & sur le site CM)
- Une rubrique spécifique sur le site ATC
- Il sont aussi publiés dans La Provence, Nice & Var Matin

<https://drive.google.com/drive/folders/1d0M2DzUaQTVgOscVLmfBsPShjPMksqHu?usp=sharing>

### LA CORSE INTIME

## U Salgetu, les pierres ont une histoire à raconter



Un village corse typique dans le sud de l'île. U Salgetu, en Corse du Sud.

U Salgetu est un village corse typique, construit en pierres de taille et de moellons, dans le sud de l'île. Les maisons sont accolées les unes aux autres, formant un tissu urbain dense. Les toits sont à faible pente, et les murs sont épais, ce qui permet de résister à la chaleur estivale et au froid hivernal. Le village est entouré de champs et de vignes, ce qui donne un aspect rural et pittoresque à l'ensemble.

Le village a été construit sur un site stratégique, à l'entrée d'une vallée. Les pierres utilisées pour la construction sont extraites localement, ce qui explique l'aspect homogène de l'architecture. Les rues sont étroites et pavées, et les escaliers sont nombreux, ce qui reflète le relief accidenté de la région.

U Salgetu est un village corse typique, construit en pierres de taille et de moellons, dans le sud de l'île. Les maisons sont accolées les unes aux autres, formant un tissu urbain dense. Les toits sont à faible pente, et les murs sont épais, ce qui permet de résister à la chaleur estivale et au froid hivernal. Le village est entouré de champs et de vignes, ce qui donne un aspect rural et pittoresque à l'ensemble.

Le village a été construit sur un site stratégique, à l'entrée d'une vallée. Les pierres utilisées pour la construction sont extraites localement, ce qui explique l'aspect homogène de l'architecture. Les rues sont étroites et pavées, et les escaliers sont nombreux, ce qui reflète le relief accidenté de la région.

### Aut pied du San Petrone



Le hameau de San Petrone, dans le sud de l'île.

Le hameau de San Petrone est un village corse typique, construit en pierres de taille et de moellons, dans le sud de l'île. Les maisons sont accolées les unes aux autres, formant un tissu urbain dense. Les toits sont à faible pente, et les murs sont épais, ce qui permet de résister à la chaleur estivale et au froid hivernal. Le hameau est entouré de champs et de vignes, ce qui donne un aspect rural et pittoresque à l'ensemble.

### Sous l'œil de « Kong »



Un observatoire en pierre, construit sous l'œil de « Kong ».

Un observatoire en pierre, construit sous l'œil de « Kong », est un monument corse typique. Il est construit en pierres de taille et de moellons, et est utilisé pour observer le ciel et les étoiles. L'observatoire est situé dans un endroit isolé, ce qui permet d'obtenir de bonnes observations astronomiques.

Le village a été construit sur un site stratégique, à l'entrée d'une vallée. Les pierres utilisées pour la construction sont extraites localement, ce qui explique l'aspect homogène de l'architecture. Les rues sont étroites et pavées, et les escaliers sont nombreux, ce qui reflète le relief accidenté de la région.

### De Colomba à Paoli

Un itinéraire touristique qui permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région. L'itinéraire passe par les villages de Colomba et Paoli, et permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région.

## Comme les romains un verre de vin dans les bains

**Un** marche en plaine maraîchère, pour un goût de campagne et de légumes les bords de l'Adriatique est des restaurants et accueil à la journée des produits frais à étonner par leur fraîcheur, heures pour déguster au chaud, un verre de vin et des produits locaux. Une conviviale au passage.

de la région de la plaine maraîchère.

Le marché de la plaine maraîchère est un lieu de rencontre entre producteurs et consommateurs. Les produits sont frais et de saison, ce qui permet de déguster des légumes et des fruits de qualité. Le marché est animé et convivial, ce qui rend l'expérience agréable.



Un repas typique de la plaine maraîchère, avec des légumes et du vin.

Le repas typique de la plaine maraîchère est composé de légumes frais et de vin local. Les plats sont simples et savoureux, ce qui reflète le caractère rural de la région. Le vin est produit localement, ce qui permet de déguster un produit de qualité.

Le village a été construit sur un site stratégique, à l'entrée d'une vallée. Les pierres utilisées pour la construction sont extraites localement, ce qui explique l'aspect homogène de l'architecture. Les rues sont étroites et pavées, et les escaliers sont nombreux, ce qui reflète le relief accidenté de la région.

Le village a été construit sur un site stratégique, à l'entrée d'une vallée. Les pierres utilisées pour la construction sont extraites localement, ce qui explique l'aspect homogène de l'architecture. Les rues sont étroites et pavées, et les escaliers sont nombreux, ce qui reflète le relief accidenté de la région.

### COUVERT SAINT-FRANÇOIS



Le couvent de Saint-François, construit en pierres de taille.

Le couvent de Saint-François est un bâtiment corse typique, construit en pierres de taille et de moellons. Le couvent est situé dans un endroit isolé, ce qui permet de profiter d'une vue magnifique sur la mer et les montagnes.

### PRODUITS LOCAUX



Des produits locaux frais, tels que des légumes et du vin.

Les produits locaux sont de qualité et de saison, ce qui permet de déguster des légumes et des fruits de qualité. Les produits sont produits localement, ce qui permet de soutenir l'économie locale.

### VILLAGES ADORABLES



Un village adorable, avec des maisons en pierres de taille.

Les villages adorables sont des lieux de charme, avec des maisons en pierres de taille et de moellons. Les villages sont situés dans des endroits pittoresques, ce qui les rend très agréables à visiter.

## Découverte en kayak du plus long fleuve de l'île

**Un** voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île, c'est aller à la rencontre de la nature et de la culture. Un voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île, c'est aller à la rencontre de la nature et de la culture. Un voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île, c'est aller à la rencontre de la nature et de la culture.

de la région de la plaine maraîchère.

Le voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île est une expérience unique. On peut profiter de la vue sur les montagnes et la mer, tout en découvrant la culture locale. Le voyage est agréable et relaxant, ce qui le rend très populaire.



Un voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île.

Le voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île est une expérience unique. On peut profiter de la vue sur les montagnes et la mer, tout en découvrant la culture locale. Le voyage est agréable et relaxant, ce qui le rend très populaire.

Le voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île est une expérience unique. On peut profiter de la vue sur les montagnes et la mer, tout en découvrant la culture locale. Le voyage est agréable et relaxant, ce qui le rend très populaire.

Le voyage en kayak sur le plus long fleuve de l'île est une expérience unique. On peut profiter de la vue sur les montagnes et la mer, tout en découvrant la culture locale. Le voyage est agréable et relaxant, ce qui le rend très populaire.

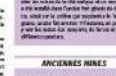
### EN PAYS DE



Un village corse typique, construit en pierres de taille.

Le village corse typique est construit en pierres de taille et de moellons. Les maisons sont accolées les unes aux autres, formant un tissu urbain dense. Les toits sont à faible pente, et les murs sont épais, ce qui permet de résister à la chaleur estivale et au froid hivernal.

### LES RIVIERES D'ALESSANDRIA



Un paysage typique de la région de Alessandria.

Le paysage typique de la région de Alessandria est composé de rivières et de champs. Les paysages sont pittoresques et agréables à regarder. La région est connue pour ses produits locaux et sa culture.

### AGRICULTURE MARINE



Un agriculteur travaillant dans un champ.

L'agriculture marine est une activité traditionnelle de la région. Les agriculteurs utilisent des techniques ancestrales pour cultiver les légumes et les fruits. Les produits sont de qualité et de saison, ce qui les rend très populaires.

### Bains de Caldanelle

Un itinéraire touristique qui permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région. L'itinéraire passe par les villages de Caldanelle et Paoli, et permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région.

### Kayak dans le Tavignanu

Un itinéraire touristique qui permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région. L'itinéraire passe par les villages de Tavignanu et Paoli, et permet de découvrir les sites historiques et culturels de la région.

## Un autre exemple de l'utilisation de notre offre alternative : Muscler le début juillet 2023

Mise en œuvre d'une action ciblée tous marchés, pour promouvoir les chemins de randonnée alternatifs au GR 20

Mare à Mare  
Mare à Monti  
Chemin de la transhumance  
Sentiers du littoral

Attirer des gens de tous niveaux, pour découvrir la Corse à leur rythme.

## En plus de la carte touristique actuelle développée en 2022



- Travail en cours avec le PNRG sur une carte globale activités Outdoor
- Une carte qui présentera les spots de sports nature, les chemins de randonnée, les circuits vélo etc...
- Une carte qui sera téléchargeable
  
- Ce matériel servira de support à une action de communication plus spécifique sur la randonnée.
- Cette opération cohabitera avec la promotion du Trail Restonica ( UTMB), le pendant sportif de la randonnée pour tous ( 2000 participants et 15 nationalités en 2022).

## EN SYNTHÈSE

JANVIER

FEVRIER

MARS

AVRIL

MAI

JUIN



ART'É GUSTO

CORSICA  
CYCLO GT20

CREAZIONE RESTONICA TRAIL

CAMPAGNE TV PRINTEMPS MULTI THÈMES

Actions digitales ciblées / Multi Thèmes

Action : Trails Alternatifs

Actions ciblées 2 roues

FIL ROUGE : PARTENARIAT CORSE MATIN / LA CORSE INTIME (SITES ALTERNATIFS, CURIOSITÉ, EXPÉRIENCES INNATENDUES)

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.

SPONSORING TV MICE

SPONSORING TV MICE

SALON DE LA  
PLONGÉE

TOURISSIMA LILLE

SALON VÉLO  
PAYS BAS

DESTINATION  
NATURE

SALON OCC'YGENE



SIT NANTES

SALON DES VACANCES  
DE BRUXELLES

LYON MAHANA

SALON  
RANDONNEURS



JUILLET

AOÛT

SEPTEMBRE

OCTOBRE

NOVEMBRE

DECEMBRE



PADDLE TROPHY

TV AUTOMNE MULTI THÉMES

CAMPAGNES CIBLÉES : SPORTS NATURE

CAMPAGNES CIBLÉES : VINS & GASTRONOMIE

CAMPAGNE CORSE INTIME

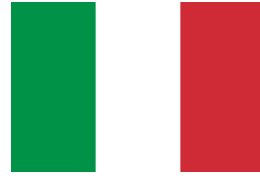
ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.

SALON ROC D'AZUR

SALON NAUTIQUE



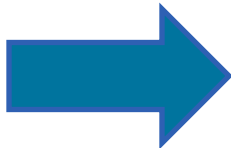
SALON IFTM TOP RESA TTG RIMINI



# FOCUS ITALIE

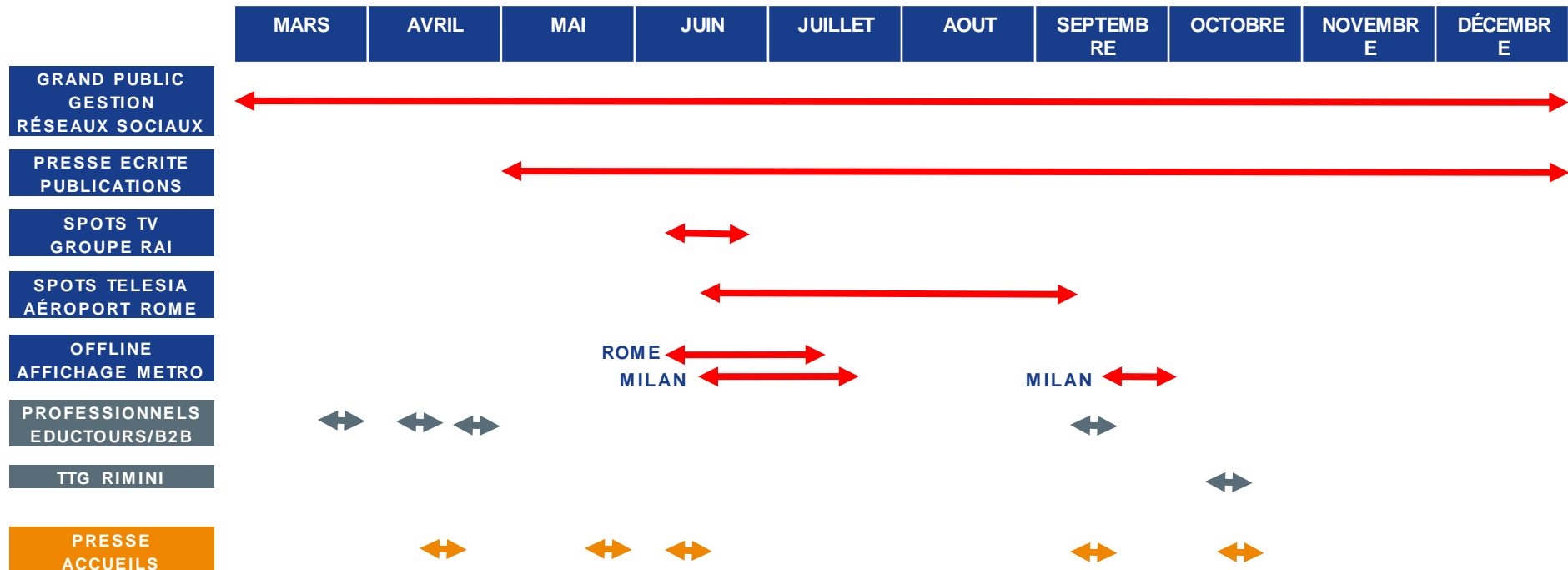
## Un effort particulier en 2022 qui portera ses fruits sur 2023 :

- Un gros travail sur la presse ( vélo et sports outdoor)
- Accueil TO spécialisés vélo en mai 2022 ( GT20)
- Les TO Italiens ont été vus en septembre 2022 ( Réseau Cartorange)
- Présence de l'ATC au TTG 2022 ( Rimini)
- Un accompagnement des transports à Rome (affichage et vidéo aéroport)
- Affichage métro ( à Rome et à Milan)
- Vague TV en juin 2022
- Présence Fil rouge sur les réseaux sociaux



Une base qui permet de construire sur 2023

1ERS RESULTATS DE LA CAMPAGNE → EN 2022



Presse 2023





alla strada in cui si muoveva prima. La strada era un filo bianco, da ricordare nei giorni di nebbia, e poi spariva in un istante in un verde scuro, molto più in là. Una linea irregolare, un filo di nebbia, una linea irregolare in cui si muoveva prima. Ma questa era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più.

era una via, prima di tornare in un filo bianco che si muoveva in un istante. E quando si muoveva in un istante, si muoveva in un istante. E quando si muoveva in un istante, si muoveva in un istante. E quando si muoveva in un istante, si muoveva in un istante.

Nelle giornate piene di nebbia i colori scivolano nel regno dei morti. Il movimento è un filo bianco che si muove in un istante. E quando si muove in un istante, si muove in un istante. E quando si muove in un istante, si muove in un istante.



Un ringraziamento a

 SCAN ME	 SCAN ME	 SCAN ME	 SCAN ME
Carota Festival	Atual Photo	Blogue-Corrida	Corrida Outdoor



Una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più.

Una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più. Era una via che non si muoveva più.



**bicycle**

ROAD · MTB · EBIKE

GRAVEL · URBAN



### STORIE

LA GRANDE TRAVERSATA  
RED BULL MOTTARONE  
ÖTZY NON PERDONA

### PERSONE

RACHELE BARBIERI  
MEG FISHER  
PIPPA MARANI

### PROVE

BASSO ASTRA  
LAPIERRE SPICY CF 6.9  
WAHOO POWRLINK ZERO

### FOCUS

ITALIAN BIKE FESTIVAL  
CANYON ULTIMATE  
TREK DOMANE  
SCHWALBE RECYCLE  
L'EVOLUZIONE DELLE AERO BIKE

50 ANNI DI  
**GIANT**



€6,00

PRODOTTO IN ITALIA - DISTRIBUITO IN TUTTA EUROPA - PER INFORMAZIONI VISITATE IL SITO WWW.GIANTBIKE.IT

22 |

# LA GRANDE TRAVERSATA

UN VERO VIAGGIO. DAL MARE AI MONTI, TAGLIANDO LA CORSICA DA NORD A SUD, PERCORRENDO STRADE SEMPRE ASFALTATE, MA CHE RARI TURISTI A MOTORE USANO PER AVVENTURARSI IN ZONE REMOTE DELL'ISOLA.

DI SAURO SCAGLIARINI | FOTO: MARTINA FOLCO ZAMBELLI | HILMFOTO

La GT20 è un percorso tracciato da appassionati locali di ciclismo per condividere la passione con altri ciclisti e portarli in aree quasi segrete, dove il turismo non è infanzionato. Sono 550 chilometri mai monitorati, dove in tratti anche brevi si cambiano completamente paesaggio, vegetazione e geologia. L'intero percorso, suddiviso in 12 tappe, chiede di superare 10.000 metri di dislivello, con salite a qualche volta ripide, isolate nei sentieri, che necessitano di un minimo di allenamento, ma sono facilmente affrontabili anche dai profani e da chi possiede una bicicletta a pediatra assistita. Ogni frazione ha una lunghezza alla portata di qualsiasi ciclista mediamente preparato: la più lunga misura 70 km quasi tutti in discesa, la più corta ne conta 31 ed è tracciata più in salita. La fine di ciascun tratto coincide

sempre con un paese che offre diverse soluzioni di ospitalità, ma molte strutture si trovano anche lungo il percorso, cosa che semplifica molto l'andamento del viaggio, permettendo pure l'improvvisazione, piuttosto che la costruzione di un rigido programma.

### IL MIO CICLOVIAGGIO IN CORSICA SULLA GT20

Tutto è iniziato uscendo dal garage di casa, pedalando con la mia bici attrezzata di portapacchi e borse verso la stazione di Bologna. Cambiando treno un paio di volte, sono arrivato senza stress a Livorno nella bella luce del tramonto, che mi ho accompagnato per i 4 chilometri finali verso il porto e alla grande nave gialla di Corsica Ferry che mi ha già fatto sentire sull'isola prima ancora





*Già dalla prima tappa si capisce lo spirito della GT20: luoghi appartati e poco alla moda, che offrono ospitalità autentica.*

di parte. Il villaggio è molto rapido, solo 4 ore, reso ancora più piacevole da servizi impensabili sui traghetto fino a pochi anni fa. La meta della nave, e partenza della GT20, è Bastia, la seconda città dell'isola, piacevolmente visitabile a cavallo della 104. L'itinerario sarà verso nord percorrendo Cap Corse (o Cap Corsu nella lingua autoctona), quel sottile lembo di terra che dà l'idea di un'isola puntata verso l'alto. La strada è a picco sul mare e attraversa graziosi paesi arroccati alle coste, ideali per la sosta bar o per avventurarsi nelle strette vicine, come Ebalungo, dopo 10 chilometri dello start. Ecco traffico di, ma mare che si prosegue, diventa quasi deserto: le poche auto sono di turisti che percorrono il lungo "dito" proteso sul mare dove il paesaggio è arricchito da numerose torri

d'avvistamento di alcuni secoli fa, quando l'isola apparteneva alla Repubblica Marinara di Genova. A Madiaggio (dopo 40 km) si lascia la costa per scendere nell'interno con una strada abbastanza ripida ma pediclabile. Da questo punto i miei compagni, non particolarmente allenati, scendono senza toppe bianca con le eliche, ma essere l'ultimo ha il vantaggio di poter fermare per fotografare i panorami più spettacolari di Cap Corse. L'ultima sosta obbligata della prima tappa è la cima del colle sommerso da un anfo: grande mulino a vento, il Moulin Muro. Dal circa 460 metri di altitudine si vede il lato ovest, con belle spiagge e il piccolo paese di Conari che si raggiunge in 7 chilometri di ripida discesa senza pedale. Il luogo è delizioso, con piccoli alberghi e 88 ristoranti vista mare sotto pergolato fioriti. Qui



123



*121 I tratti 4-5-6 sono quasi sempre a mezza costa, con salite e discese in successione e il mare che fa capolinea fra i boschi o appena dopo un'ampia curva.*

seguire di salite e discese piuttosto impegnative. La 9 da Corsi a Ghisoni, inizia con un'ascensione molto pediclabile fino a 800 m, seguita da 7 km di pianori, sempre in discesa. Poi si riatteggia con una seconda salita identica per arrivare al Passo del Carlo, sommità del monte serotino a oltre 2.000 m. Un'imboccata discesa ed al l'infinito Gola dell'Inzecca, un passaggio a strapioggio dove si pedala in un canyon formato dai fiumi Corsi, che dà origine anche al lago Sempino, che si collega pediclabile. Ultima fatica della tappa conduce a Ghisoni sino al Forno Nati alle falde della Regione della Corsica.

La tappa 10 ha una salita molto affrontata, ma la cima è a 1.285 m, oltre 500 m di dislivello, ma progressiva e molto piacevole perché si pedala nella foresta demaniale di Mermanu, con bellissimi faggi e pini. In cima si trova un grande rifugio sempre aperto da per mangiare sia per dormire perché qui si ricomincia il tragitto trekking GT20, il percorso analogo alla nostra GT20. Dalle cima inizia la discesa per circa 25 km. Si attraversa il paese di Cucciano, famoso per la produzione di salumi, una delle località simbolo dell'isola. Prima di arrivare alla meta del giorno, a

Ziavico, c'è una breve salita di 3 km di affrontare. La particolarità di questo passo è l'architettura delle antiche case di granito. La tappa 11 inizia a 700 m d'altitudine, quota sotto la quale non si scende mai. Si parte subito in salita verso il passo della Vaccia a 1.051 m. Si raggiunge in 15 km con un dislivello mai superiore al 6,7%. In cima l'altopiano è un paesaggio ideale, e gli animali si pascolano solo sparsi per tutta l'area. Anche la discesa non è ripida, ma senza pedale si percorrono oltre 10 km. Va prestata attenzione ai molti muretti lastrici bianchi che spesso si trovano sulla strada. Siamo ancora nell'area del Parco Regionale, e l'arrivo della tappa è a Zanca, a 506 m.

Essendo queste frazioni molto centrali e con strade di montagna, sono evitate dai turisti balneari, con il risultato che anche nei mesi caldi di punta non c'è traffico e il clima è sempre fresco. Questi percorsi sono perfetti per i cicisti che vogliono prendersi una pausa dalle scialuppa. Inoltre, il tracciato principale della GT20 offre numerose deviazioni che in alcuni casi portano a quote ancora più alte e certamente spettacolari per il paesaggio.







# 4 outdoor

ABBIGLIAMENTO E ATTREZZATURE PER LA MONTAGNA SS 2022

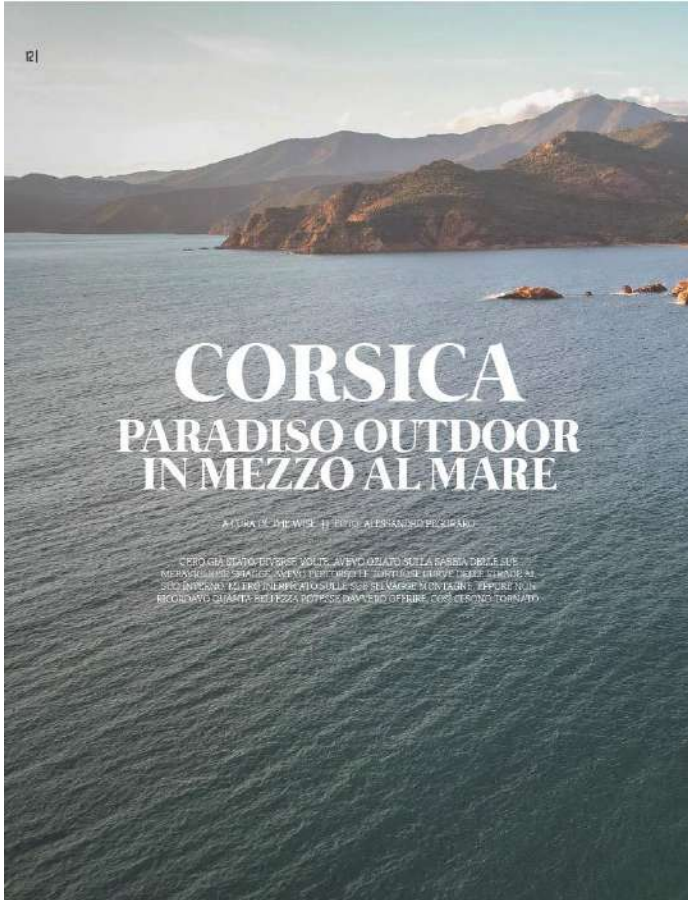
## SPECIALE *Catalogo*



€ 5,90

CONCELA, MARZALI - ALICORNICA - 0119 8336 - 0119801332  
PER INFORMAZIONI: SPEDIRE LA QUESTIONE CHE TI INTERESSA AL TRAMITTENTE DEL SERVIZIO CLIENTI

12



# CORSICA PARADISO OUTDOOR IN MEZZO AL MARE

A PARADISE OF THE WIDE BY RICCO ALESSANDRO RICCIARDI

CIPIRO GIÀ STATO FIVIS SPOK, MOLTI AVENDO OZZIATO SULLA BASINA DEI MARE  
MEROPOLI... (text is small and partially obscured)



...vuoliamo goderci un momento come si  
dove arrampicando nelle falde, a volte  
della spiaggia del paese

...vuoliamo goderci un momento come si  
dove arrampicando nelle falde, a volte  
della spiaggia del paese

actionsport.it 1 anno 2022 / GIUGNO / LUGLIO



# running

ROAD TRAIL TRIATHLON



## PRINCIPIANTI

SCEGLI LA TUA DISTANZA  
USO DEL GPS  
I MIGLIORI ZAINI  
I BASTONCINI DI MASTERS  
ALIMENTARI IN GARA  
LAMPADE FRONTALI  
ELIMINARE GLI INFORTUNI

## PERSONAGGI

MIMMI KOTTA - COVER STORY  
MARIO OLINO  
DAVIDE GRAZIELLI  
MARTIN JOHNSON  
GIULIA DELLADDO

## GALLERY

DINO BONELLI UNA VITA OFF ROAD

## EXPERIENCE

IL FASCINO DELLA CORSICA  
DUE ROCCHIE, IMPRESSIONI DI GARA

## VIAGGIANDO

ISRAELE  
SAN MARTINO DI CASTROZZA

## TESTI

GPS, DYNAFIT, HOKA, LA SPORITIVA,  
SALOMON, SAUCONY, SCARPA  
TERREX BOA, TNF

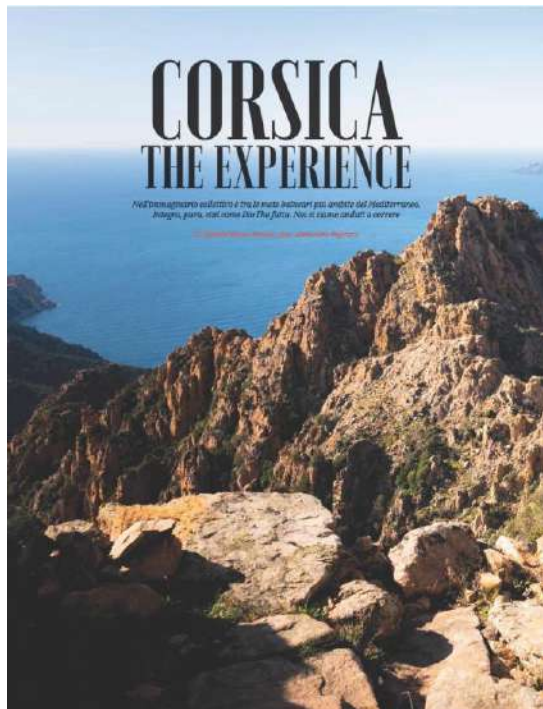
# SPECIALE

Trail

PER INFORMAZIONI ELETTRONICHE

PER INFORMAZIONI TELEFONICHE

ITALIA: 5,90 €

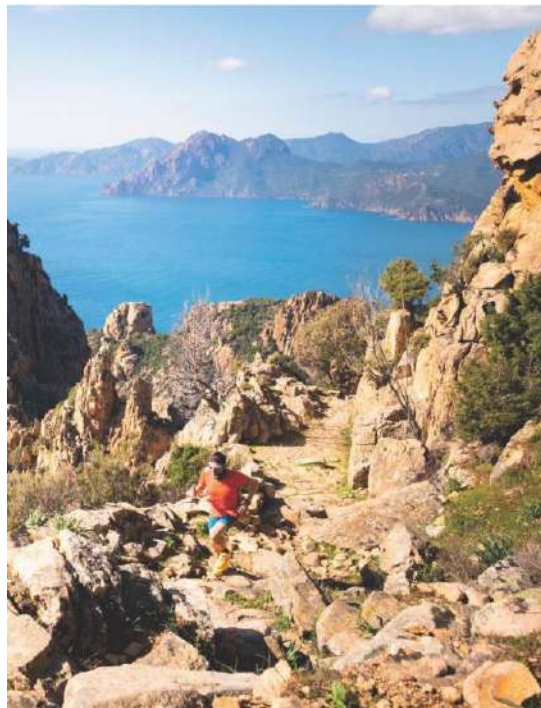


# CORSICA

## THE EXPERIENCE

Nel immaginario collettivo è tra le mete inaccessibili più ambite del Mediterraneo. Ingiusto, prova, stai come Dio Ti fa. No, si nasce caduti a terra.

di [Gianluigi Rossi](#) e [Giovanna Rossi](#)



# actionsport windsurf



1134-0241 2.000  
9 797172 952605  
66.00

REDUX Morgan Neirax  
FOTO Fish Boat Diaries

## SPOT GUIDE CORSIKA IL PARADISO PER TUTTI

di LUCA DE MARCO  
FOTO ALESSANDRO FOCARELLI



Tutti voi avrete il fascino delle  
acque cristalline e delle spiagge  
bianche. Ma Corsica è un'isola  
che ha una storia e una cultura  
che non si possono dimenticare.  
E questo è il motivo per cui  
Corsica è un'isola che non  
può essere dimenticata.  
E questo è il motivo per cui  
Corsica è un'isola che non  
può essere dimenticata.  
E questo è il motivo per cui  
Corsica è un'isola che non  
può essere dimenticata.



# CAMPAGNA CORSICA 2022

CORSICA

## WEB POSTS



6 post sulle sezioni **Ciclismo/MTB, Outdoor, Running e Windsurf** del sito **4actionmedia.it**

## AFFICHAGE GRAND FORMAT → OFF LINE

→ DANS LES MÉTROS → MILAN → MI CHJAMU CORSICA



## AFFICHAGE GRAND FORMAT → OFF LINE

→ DANS LES MÉTROS → MILAN → MI CHJAMU CORSICA



## Principes généraux 2023 : on passe à la vitesse supérieure

- Accueils presse ( vélo et sports outdoor)
- Relance des TO Italiens vus en 2022 ( Work Shop en Mars 23 organisé par la CCI)
- Travail avec les Transporteurs sur des offres printemps/automne
- Présence de l'ATC au TTG 2023 ( Rimini) avec des partenaires
- Un accompagnement des transporteurs sur des offres spécifiques.
- 4 Vagues affichage métro ( Rome et Milan) sur le thème printemps et automne 2023
- 2 vague TV en avril 2023 et septembre 2023
- Présence fil Rouge sur les réseaux sociaux

mi chjamu  
**CORSICA**

Sono mille viaggi  
da vivere a primavera  
Scopra le nostre offerte moto e bici



[visit.corsica](https://visit.corsica)







JANVIER FEVRIER MARS AVRIL MAI JUIN JUILLET AOÛT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE



ART'É GUSTO

CORSICA CYCLO  
GT20

CREAZIONE &  
RESTONICA TRAIL

PADDLE TROPHY

Vacanze Pasquali & Festa  
della liberazione & Lavoro

TV RAI

TV RAI

Actions ciblées : GASTRONOMIE, 2 ROUES, ACTIVITES NATURE

CAMPAGNES CIBLÉES : ACTIVITES NATURE

FIL ROUGE : PARTENARIAT CORSE MATIN / LA CORSE INTIME (SITES ALTERNATIFS, CURIOSITÉ, EXPÉRIENCES INNATENDUES)

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.

TTG RIMINI



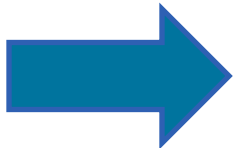


# FOCUS Belgique/Luxembourg

# Un marché à fort potentiel

2

- Un gros potentiel aérien avec plus de 140 000 SO ( Bel) et plus de 40 000 So ( Luxembourg)
- Un trafic aérien presque continu.
- Une présence forte en communication en 2022 : Affichage digital ( Gare de Gand, Bruxelles...)
- Présence Fil rouge sur Vacancesweb : Le portail des vacances pour les Belges
- Présence sur les réseaux sociaux ( Facebook / Instagram) Bel et Lux
- Partenariats via la Paneuropéenne (Gîtes de France / AC / Corsica Travel)
- TO et AG vus en juillet 2022
- Une particularité : langues FR et NL pour la Belgique



**Une clientèle fidèle, dynamique et mobile**

## Principes généraux 2023 : on passe à la vitesse supérieure

- Une Présence de l'ATC au Salon des Vacances de Bruxelles 2023
- Une Présence de l'ATC ( à confirmer) au Tourissima ( Lille)
- Explorer le potentiel sur les Flandres ( Anvers / Gand / Louvain)
- Une présence plus tôt en communication ( affichage dynamique / vidéo et display, TV à étudier pour mi-février) pour viser les potentiels des vacances de mai 2023.
- Une attention particulière sur la GT20, le vélo étant le sport roi en Belgique. Près de 600 000 vélos vendus / an – 41%\* des Belges utilisent un vélo au moins 1 fois / an...
- \*GRACQ 2021



JANVIER FEVRIER MARS AVRIL MAI JUIN JUILLET AOÛT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE



ART'É GUSTO

CORSICA CYCLO  
GT20

CREAZIONE &  
RESTONICA TRAIL

PADDLE TROPHY

RTBF ?

Vacances de Printemps  
1 au 14 mai 2023

Affichage  
Dynamique

Affichage  
Dynamique

Actions ciblées : GASTRONOMIE , 2 ROUES , ACTIVITES  
NATURE

Vacances Web & Réseaux Sociaux Bel et Lux

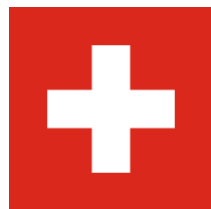
CAMPAGNES CIBLÉES : ACTIVITES NATURE

FIL ROUGE : La Corse intime

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.



Salon des Vacances de Bruxelles



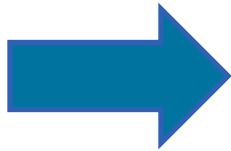
# FOCUS Suisse

# Un marché à fort potentiel

2

## Une clientèle de proximité qui fréquente la Corse ( 3eme pays en 2017)

- Un très gros potentiel aérien +/- 300 000 SO
- Un trafic aérien presque continu ( Genève / Zurich etc...)
- Une présence forte en communication en 2022 :
- Suisse Alémanique Volet digital + Opération Air Corsica ( Zurich)
- DOOH Gare Zurich et fort affichage Suisse Romande ( DOOH)
- Suisse Romande Volet digital ( Genève / Lausanne) & partenariat Easyjet dans le cadre de la campagne Paneuropéenne.
  
- Tournée médiatique en février 2022



**Une clientèle très convoitée, pouvoir d'achat**



## Principes généraux 2023 : on passe à la vitesse supérieure

- Une présence communication dès début 2023 mais action actuelle qui court jusqu'à décembre ( préparant 2023)
- Un travail spécifique sur la Suisse Alémanique ( ciblage)
- Mettre l'accent sur les longues vacances scolaires en avril & les ponts de mai et « vacances de la pomme de terre » en octobre 2023.
- Pression sur l'affichage couplé avec les réseaux sociaux
- Partenariats avec les transporteurs à réactiver.
- Une attention particulière sur la GT20 et la randonnée ( chemins alternatifs au GR20). Les Suisses sont très sensibles à l'offre nature de la Corse.
- Marché axé sur les ailes de saison.





JANVIER FEVRIER MARS AVRIL MAI JUIN JUILLET AOÛT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE



ART'É GUSTO

CORSICA CYCLO  
GT20

CREAZIONE &  
RESTONICA TRAIL

PADDLE TROPHY

Vacances d'Avril et  
ponts de Mai 2023

Affichage dynamique & vidéo  
Zurich / Genève

Affichage DOOH  
et vidéo

Actions ciblées : **GASTRONOMIE, 2 ROUES, ACTIVITES NATURE**  
Réseaux Sociaux Suisse Romane & Alémanique

CAMPAGNES CIBLÉES : TOUS THEMES

FIL ROUGE : La Corse intime

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.





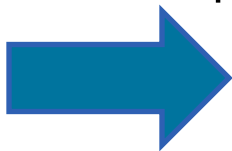
# FOCUS Allemagne

# Le plus grand marché d'Europe 83 millions d'ha

2

## 2 ème marché après Italie ( + 180 000 visiteurs\*)

- Un gros potentiel aérien + 90 000 SO & transport maritime très utilisé.
- Un trafic aérien presque continu ( Eurowings, Lufthansa)
- Une clientèle qui réserve très tôt / perturbée en 2022 ( événements géopolitiques), une communication décalée en partie sur zeme partie de saison.
- Un attrait pour la culture ( mix mer montagne) et l'écotourisme mais clientèle exigeante.
- DOOH : Munich – Francfort – Stuttgart ( bassins émetteurs principaux)
- Campagne emailing sur les 6 thèmes 2022 ( 500 000 adresses / vague)
- Action presse en cours : Brigitte, Spiegel, Suddeutsche Zeitung, Mare.
- Tournée médiatique en février 2022
- TO vus en octobre 2022 ( La Rochelle) 40 RDV Allemands ( très ciblés)
- \* source étude fréquentation 2017



**Une clientèle très exigeante, pouvoir d'achat**



## Vacances scolaires 2023

Un système de vacances propre à chaque Land

De nombreuses plages de vacances qui sont autant d'opportunités de voyage :

Ex Pâques :

3/04 - 15/04 Bavière

27/03 - 11/04 Brème

6/03 - 17/03 Hambourg

3/04 - 22 / 04 Hesse

Idem sur mai.

Un marché idéal pour travailler les ailes de saison.



## Principes généraux 2023 : on passe à la vitesse supérieure

- Une présence en communication actuelle (ex Tik Tok) préparant début 2023.
- Consistance sur les Landers du Sud.
- En fonction des services aériens déployés l'AT s'adaptera (Berlin ? Düsseldorf ?) les Landers du Nord.
- En 2023 : Projet participation tournées médiatiques, ITB Berlin si confirmé, WS loop ( cible haut de gamme). WS TO Nice.
- Une attention particulière sur la GT20 et la randonnée ( chemins alternatifs au GR20). Les Allemands sont très sensibles à l'offre nature de la Corse.



JANVIER FEVRIER MARS AVRIL MAI JUIN JUILLET AOÛT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE



ART'É GUSTO

CORSICA CYCLO  
GT20

CREAZIONE &  
RESTONICA TRAIL

PADDLE TROPHY

Vacances d'Avril et  
ponts de Mai 2023

Affichage & vidéo RS  
Dynamique Munich/ Francfort Stuttgart

Affichage  
Dynamique & vidéo

Actions ciblées : GASTRONOMIE, 2 ROUES, ACTIVITES NATURE  
Digital, muti canaux de ciblage

CAMPAGNES CIBLÉES TOUS THEMES

FIL ROUGE : La Corse intime

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.



# Tourisme Affaires 2023



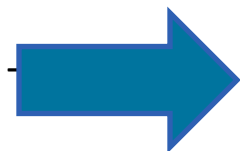


## Bilan MICE 2022

- Une grosse pression TV ( sponsoring BFM TV)



- Cibles : professions libérales & cadres sup
- Du 30 mars au 30 juin 2022
- 262 GRP – 576 Spots



Une année saluée par les professionnels

## Pour 2023 : sur les actions médias

- Reprise du sponsoring TV « BFM Business » et « 22hoo MAX » pour entretenir le Top of Mind, mais avec un spot revu ( mise à la charte – contenu)
- Travail sur une campagne presse spécifique MICE en presse spécialisée et en presse économique ( ex : Voyage d'affaires, Voyage et Stratégie, ME and Travel mag)
- Vidéo Mice sur les sites éco et post LinkedIn plus tactiques.

## Outils

- Réalisation d'un **guide spécialisé Tourisme d'affaires** présentant les 4 territoires adaptés à la thématique MICE type manuel des ventes ( début Janvier 2023)
- Création d'un **nouveau support** de présentation et d'aide à la vente de la destination.



## Actions terrain

- Présence ATC sur : 26 janvier 2023 Pure France ( Paris) /
- 2-5 Février 2023 : Salon des Vacances de Bruxelles
- 21 Mars RDV Agences Mice Parisiennes ( Agence Partance)
- 30- 31 Mai Mice Place Marseille
- 19 Octobre RDV sociétés Parisiennes ( Partance)
- 9/10 Novembre Mice Place Lyon
- Décembre 2023 ITBM Barcelone.
  
- **Eductours de Printemps :**
- Agences en provenance de Paris , de Lyon et de PACA
- Accueils de presse : supports spécialisés MICE

**MERCI**