

Agence du Tourisme de la Corse

Projet de Plan de Communication Corse 2023

<u>POLE PROMOTION & COMMUNICATION</u>	<u>CHEFS DE MARCHES</u>	<u>ASSISTANT(E)S</u>	<u>MISSIONS TRANVERSALES</u>	<u>MARKETING DIGITAL & 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.

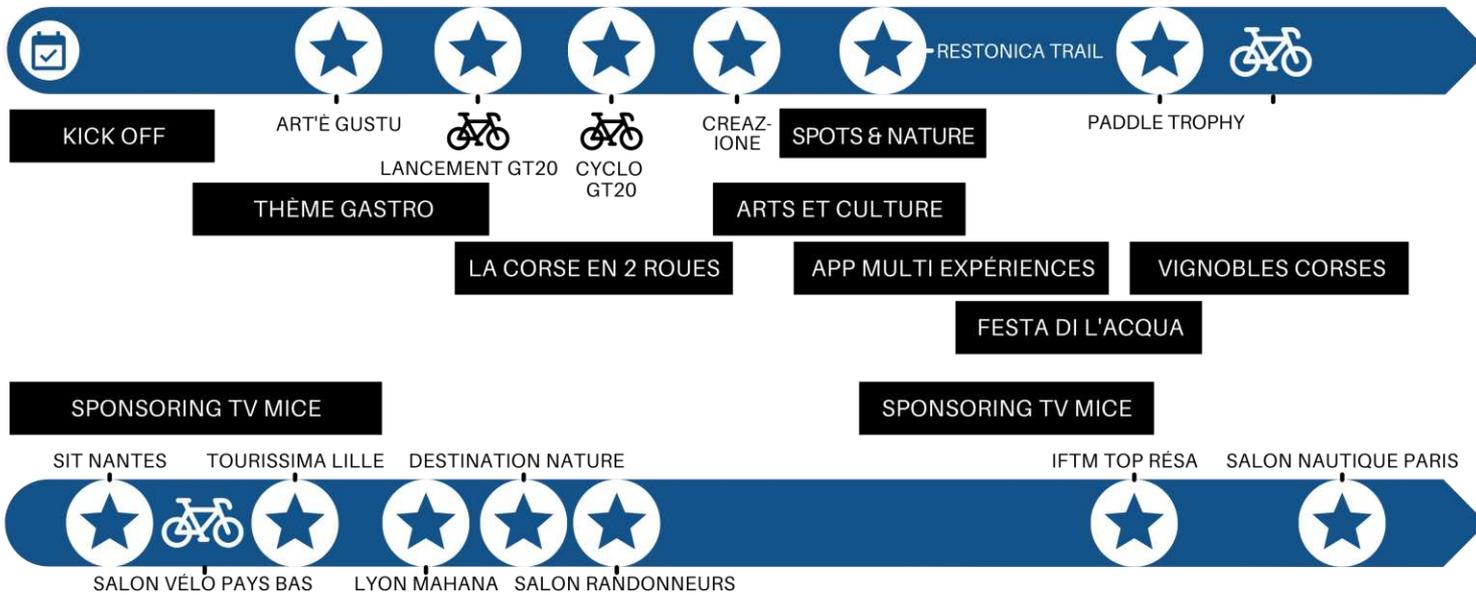
JANVIER 2022

MAI 2022

JUIN 2022

JUILLET/AOUT/SEPT

DÉCEMBRE 2022



MARKETING TRADITIONNEL EN MAJEUR

MARKETING DATAS DRIVEN QUI MONTE EN PUISSANCE

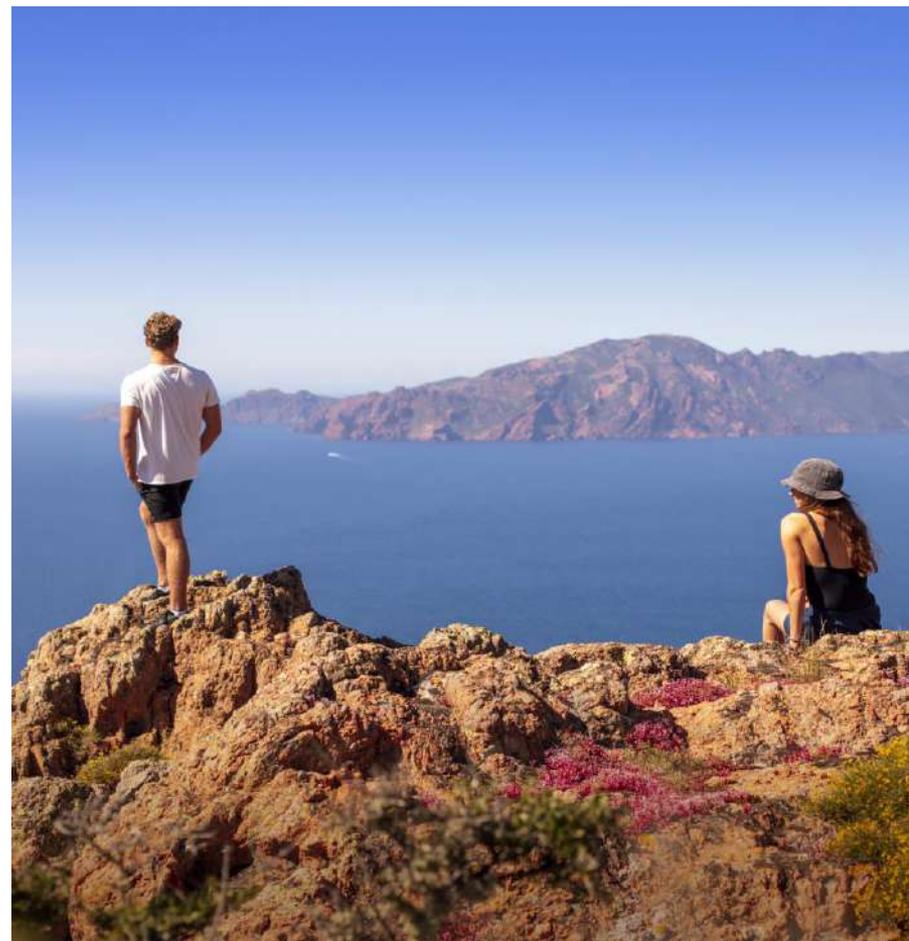
APPEL D'OFFRE PRESTATAIRE NUMÉRIQUE 360/DATAS BASE & REFONTE DES OUTILS NUMÉRIQUES



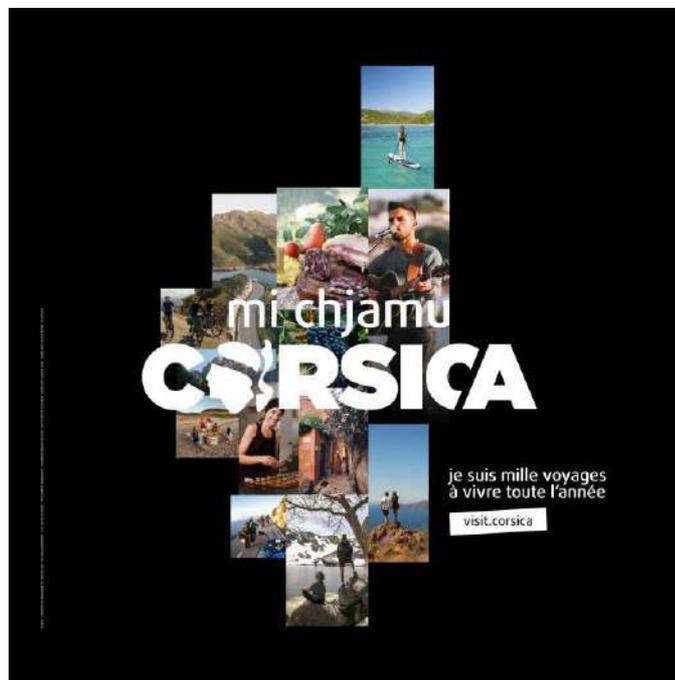
BILAN A DATE

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

ITALIE SUISSE

mit navn er
CORSICA
Tusind fornemmelser at fortælle sig |

visit.corsica/dk

DANEMARK

Mein Name ist
CORSICA
Ich bin die Insel der tausend erfrischenden Gewässer.

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

ALLEMAGNE

Mein Name ist
CORSICA

Corsica steht
für tausend
Urlaubsmöglichkeiten -
zu Jeder Jahreszeit

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

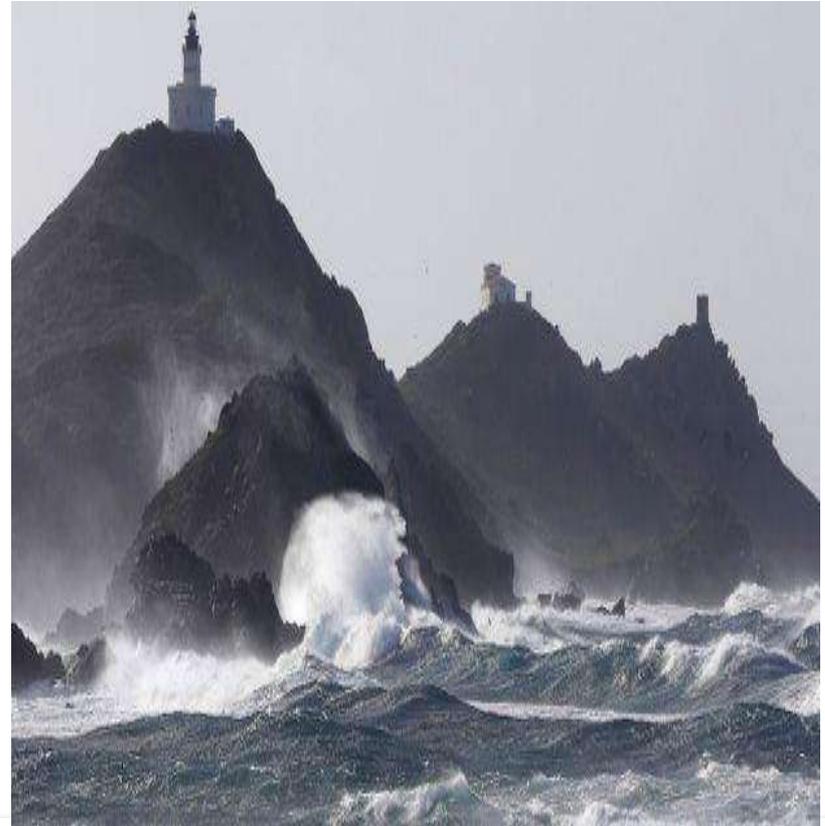
491
GRPs

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
5 & 6 av ril	Tarav u Sartonais Valincu	OMT Zonza Saint Lucie de Porto Vecchio
		OTI Pieve de l'Ornano
3 & 4 mai	Castagniccia Mare è monti	OTI Sartonais Tarav o Valinco
		OTI Costa Verde
17 & 18 mai	Pays de Balagne	Communauté des Communes Castagniccia-Casinca
		OTI Calvi Balagne
24 & 25 mai	Pays d'Aiacciu	OTI l'Isula Balagne
		OTI Capa Aiacciu
14 & 15 juin	Centru di Corsica	OTI Celav u Prunelli
		OTI Centru di Corsica
20 & 21 juin	Corse Orientale	OTI Pasquale Paoli
		OTI Fium'orbu Castellu
28 & 29 juin	Ouest Corsica	OTI Oriente
		GAL Corse Orientale
		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

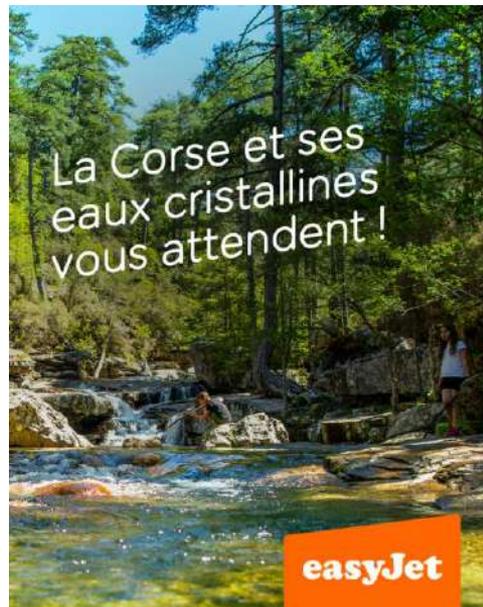
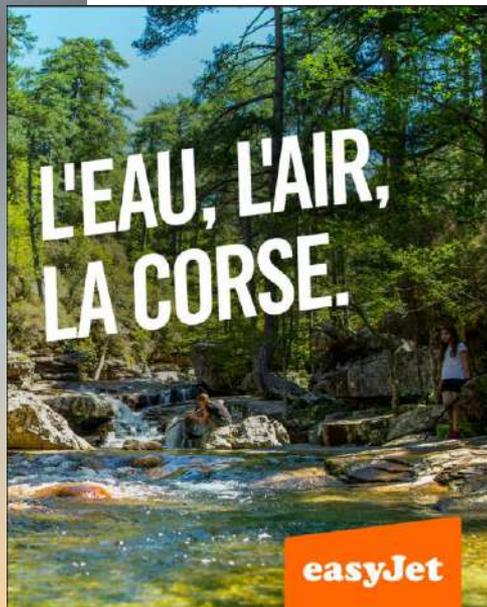
Un accompagnement via des opérations spéciales pour soutenir les nouvelles lignes & les partenariats.

Ex :

Trois mises en œuvre concrètes

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

CH-FR Social



Explore France™ 

La Corse
à partir de CHF 35*

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

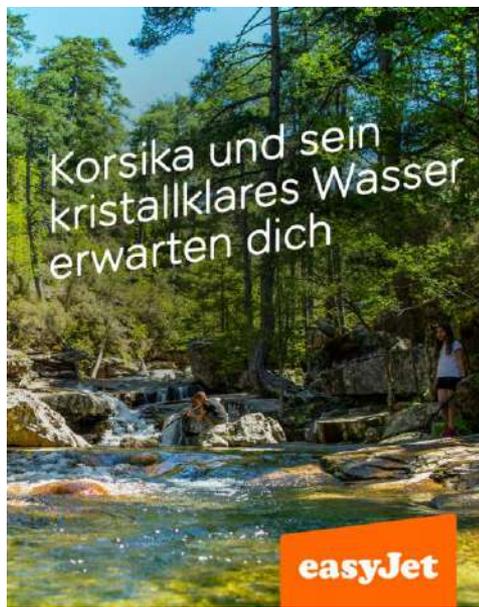
Réservez maintenant >

CORSICA

easyJet

This advertisement has a solid orange background. At the top, it says 'Explore France™' followed by a small French flag icon. Below that, it reads 'La Corse à partir de CHF 35*'. A small line of text below the price says '*Voir conditions sur easyjet.com'. A white button with the text 'Réservez maintenant >' is positioned below the price. At the bottom left, the word 'CORSICA' is written in white, and at the bottom right, the 'easyJet' logo is displayed in white.

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. At the top is the 'Explore France' logo with a small French flag icon. Below it is the text 'Wir fliegen dich nach Korsika ab'. Then the price 'CHF 35*' is displayed in a large font. A small asterisked note follows: '*Es gelten die AGB auf easyJet.com'. Below that is a white button with the text 'Jetzt buchen >'. At the bottom left is the word 'CORSICA' and at the bottom right is the 'easyJet' logo.

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
CITY OF THE FUTURE



creazine
SANTO SPIRITO
*Set. di case
a solo et. deage*





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 :

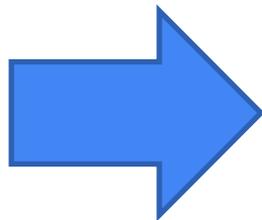
- France
- Suisse
- Luxembourg
- Belgique
- Allemagne

* *Avril à Septembre*

Printemps 2023

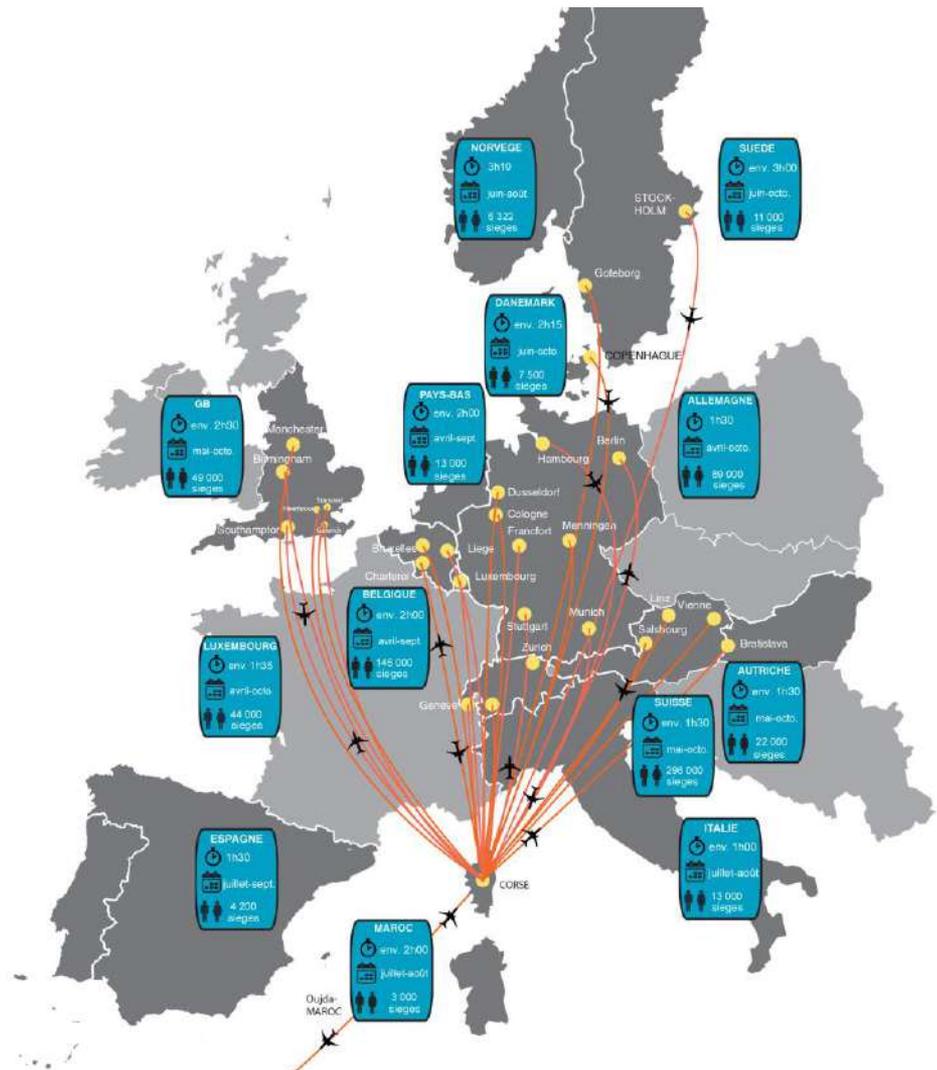
Sur la base du IATA 2022 les dessertes avions sont favorables sur :

- 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		7 464		5 053		0		0	7 464	
ESPAGNE	0		0		0		0		4 296		3 203		0		0	4 296	
FRANCEe		1 328 509 773		1 041		685 704 121		558	924	1 093		851 987		295 214		227 703	3 403 351
GRANDE-BRETAGNEe	248	7	107	1	109	14	263	11	742	20		13 778		6 840		5 030	48 939
ITALIE	520	2	103	2	114	10	345	5		0		0		0		0	12 634
LUXEMBOURGg	165	18	504	12	424	8	459	5	080	11		7 735		6 536		4 459	44 205
MAROC	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			13 083		8 851		0		0	13 083
SUEDE	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

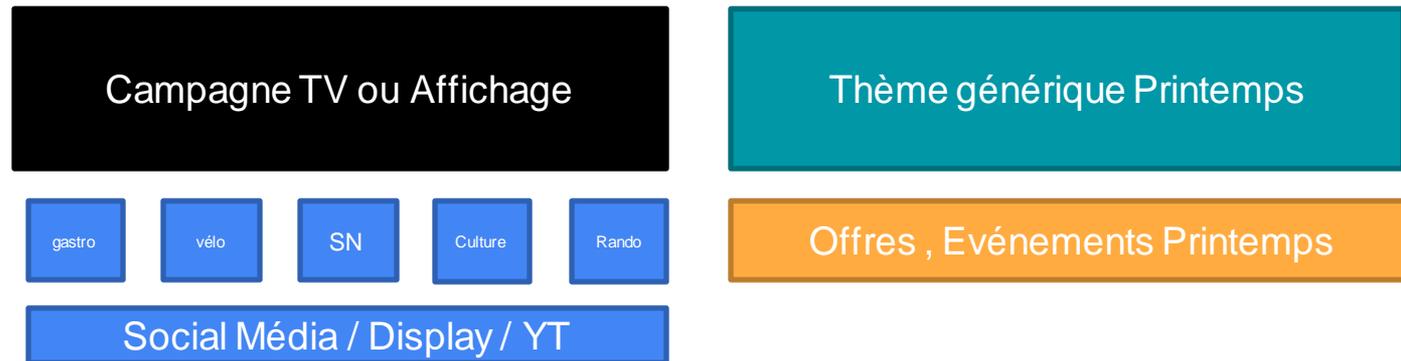
- Parce que cette campagne lancée en mai 2022 n'est pas usée : il faut des années avant que le public mémorise un message / un territoire de marque.
Ex : « qui peut concurrencer la MAAF ? »
- Parce que capitaliser sur un claim, c'est économiser. A terme, les éléments constitutifs d'une campagne améliorent 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.



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://www.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).

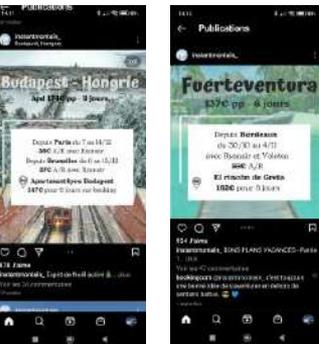
Salons+A1:H18 et workshops 2023

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 ?*



14:36

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

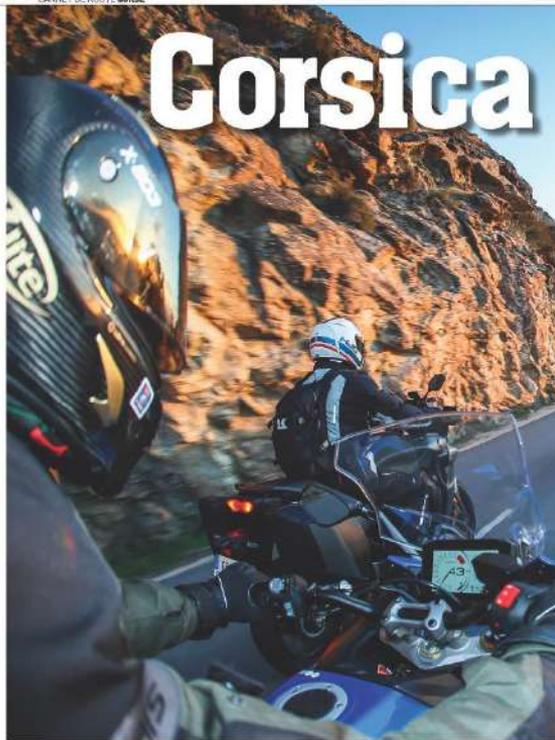
2

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.

Remerciement
avec Stéphane Pétrekanoci

Il y a quelques semaines, Stéphane Pétrekanoci, un jeune homme de 25 ans, nous a fait découvrir la Corse à moto. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Il nous a montré les plus beaux paysages de l'île, les routes les plus spectaculaires et les endroits les plus secrets. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.

Le grand tour
de l'île

Le grand tour de l'île de Corse est une aventure à ne pas manquer. C'est un circuit de 1500 km qui vous permet de découvrir toute la beauté de l'île, de la côte à l'intérieur. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.



La Corse est une île unique, à la fois sportive et culturelle. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.

Remerciement
à l'agence de tourisme

Un grand merci à l'agence de tourisme pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.

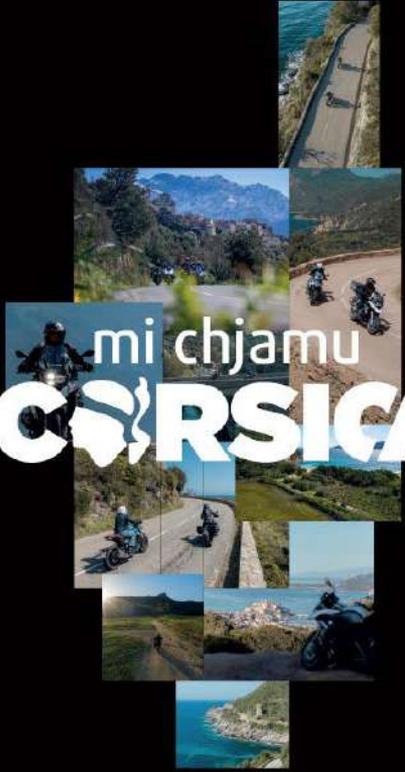
Merci aussi...

Un grand merci à l'agence de tourisme pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.



P. Basso - H. Basso

Un grand merci à l'agence de tourisme pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto. C'est une expérience unique, à la fois sportive et culturelle. Un grand merci à Stéphane pour son accueil, ses conseils et sa passion pour la moto.



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 typique d'été sur la côte nord de U Salgetu en Corse du Nord.

U Salgetu est un village typique de la Corse du Nord, situé sur la côte nord. Les pierres ont une histoire à raconter. Elles ont été utilisées pour construire les maisons et les églises de ce village. Les pierres sont venues de la région de U Salgetu, qui est une région de pierres.

Les pierres ont une histoire à raconter. Elles ont été utilisées pour construire les maisons et les églises de ce village. Les pierres sont venues de la région de U Salgetu, qui est une région de pierres.

Les pierres ont une histoire à raconter. Elles ont été utilisées pour construire les maisons et les églises de ce village. Les pierres sont venues de la région de U Salgetu, qui est une région de pierres.

Les pierres ont une histoire à raconter. Elles ont été utilisées pour construire les maisons et les églises de ce village. Les pierres sont venues de la région de U Salgetu, qui est une région de pierres.

Aut pied du San Petrone



Le hameau de San Petrone en Corse du Sud.

Le hameau de San Petrone est un village typique de la Corse du Sud. Il est situé dans une région de pierres et de paysages.

Sous l'œil de « Kong »



Un observatoire en pierre sur le mont Kong.

Un observatoire en pierre sur le mont Kong. C'est un lieu de culture et de traditions.



U Salgetu, Corse du Nord. Mieux à l'ouest. QR code linking to more information.

CORSICA

De Colomba à Paoli

Comme les romains un verre de vin dans les bains

Une marche en plaine maraîchère, pour balader au coin de la campagne et découvrir les produits locaux. Une journée à la découverte de la Corse.



Un paysage typique de la plaine maraîchère en Corse.



Un moment de détente dans un lieu typique de la Corse.

Le plaisir de la marche en plaine maraîchère. Une journée à la découverte de la Corse. Les produits locaux sont au rendez-vous.



Un moment de détente dans un lieu typique de la Corse.

Un moment de détente dans un lieu typique de la Corse. Les produits locaux sont au rendez-vous.

Bains de Caldanelle

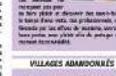
COUVERT SAINT-FRANÇOIS



Le Couvert Saint-François en Corse du Nord.

Le Couvert Saint-François est un lieu de culture et de traditions. Il est situé dans une région de pierres et de paysages.

PRODUITS LOCAUX



Des produits locaux de la Corse.

Des produits locaux de la Corse. Les produits locaux sont au rendez-vous.

VILLAGES AROMATIÉS

Les villages aromatisés de la Corse. Les produits locaux sont au rendez-vous.

Découverte en kayak du plus long fleuve de l'île

Remonter au-dessus de la forêt en kayak, c'est aller à la rencontre d'un lieu et d'une culture. Une journée à la découverte de la Corse.



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



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

Un moment de détente en kayak sur le plus long fleuve de l'île. Les produits locaux sont au rendez-vous.



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

Un moment de détente en kayak sur le plus long fleuve de l'île. Les produits locaux sont au rendez-vous.

Kayak dans le Tavignanu

EN PAYS DE



Un village typique de la Corse.

Un village typique de la Corse. Les produits locaux sont au rendez-vous.

LES RIVIERES D'ALESSIA



Un moment de détente en kayak sur les rivières d'Alessia.

Un moment de détente en kayak sur les rivières d'Alessia. Les produits locaux sont au rendez-vous.

ACCORDES HARES



Un moment de détente avec les accordes hares.

Un moment de détente avec les accordes hares. Les produits locaux sont au rendez-vous.

CORSICA

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



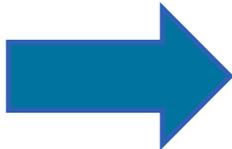
SALON IFTM TOP RESA TTG RIMINI



FOCUS ITALIE

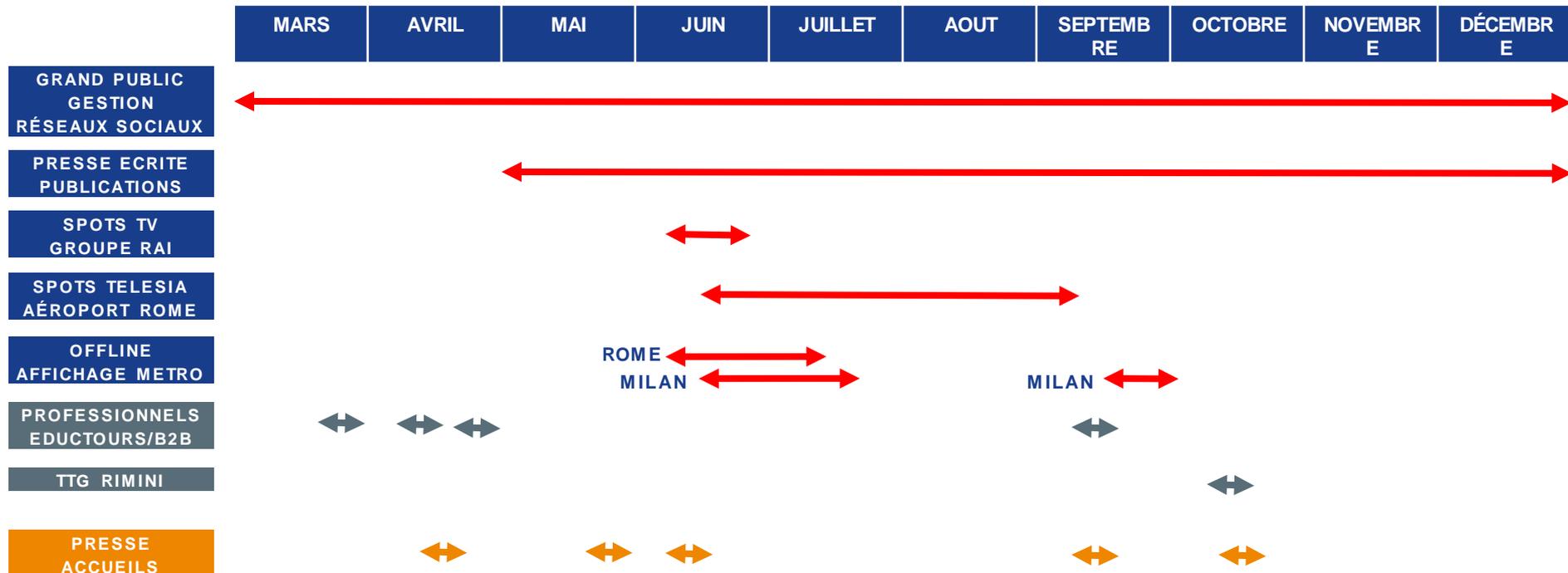
Un effort particulier en 2022 qui portera ses fruits sur 2023 :

- 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



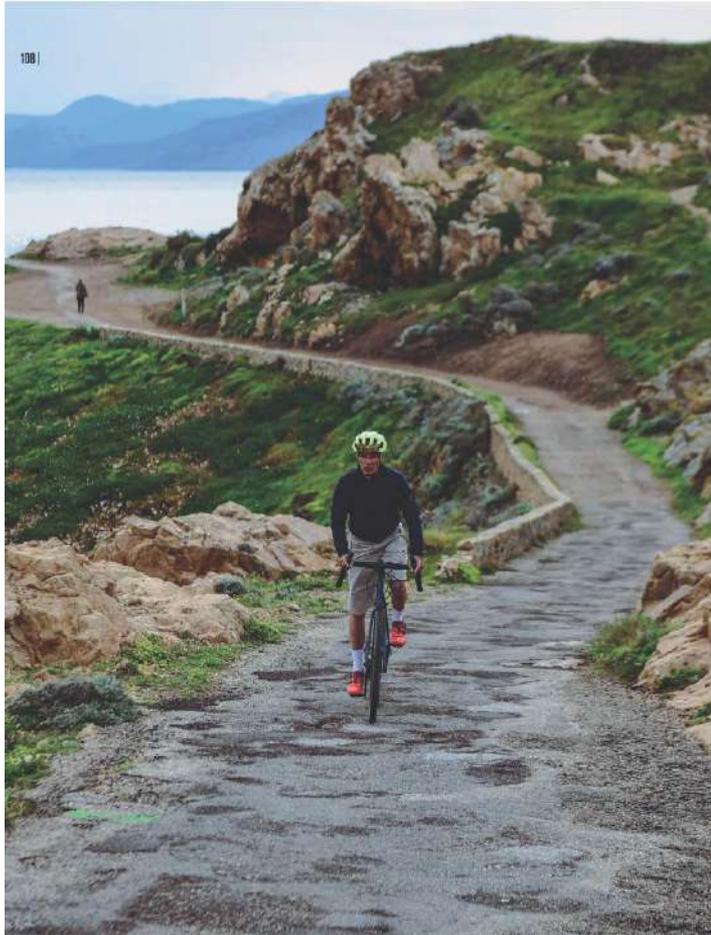
Une base qui permet de construire sur 2023

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 tratto scuro, molto più in là. Era una linea magra, un filo che si perdeva in un'espansione in cui non c'era più nulla di sicuro. Ma quando gli occhi mi si aprirono fu tutto: una strada, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante.

una strada, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante. Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante.

Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante. Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante.



Un ringraziamento a

 SCAN ME	 SCAN ME	 SCAN ME	 SCAN ME
Carota Festival	Alpi di Tignes	Biagna-Candia	Conca Outdoor



Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante. Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante.

Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante. Una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante, una strada che si muoveva in un istante.



actionsport **bicycle**

ROAD · MTB · EBIKE

GRAVEL · URBAN



STORIE

LA GRANDE TRAVERSATA
RED BULL MOTTARONE
ÖTZY NON PERDONA

PERSONE

RACHELE BARBIERI
MEG FISHER
PIPPÒ 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 - DISTRIBUZIONE IN TUTTA EUROPA - PER INFORMAZIONI VISITATE IL SITO WWW.ACTIONSPORT.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





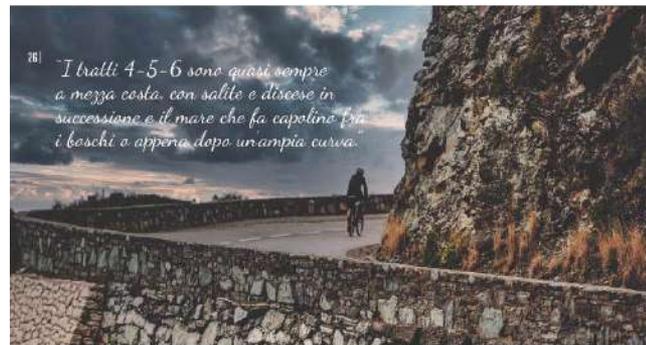
Già dalla prima tappa si capisce lo spirito della GT20: luoghi appartati e poco alla moda, che offrono ospitalità autentica.

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 sale verso nord percorrendo Cap Corse (o Capicorsu 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 viuzze, come Ebalungo, dopo 10 chilometri dello scirocco. Ecco traffico di, non meno 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 scenderci nell'interno con una strada abbastanza ripida ma pedicelabile. Da questo punto i miei compagni, non particolarmente allenati, scalgiano senza tappa fida 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 obbligatoria della prima tappa è la cima del colle sommerso da un anfo: grande mulino a vento, il Moulin Muntal. Dal circa 460 metri di altitudine si vede il lato ovest, con belle spiagge e il piccolo paese di Corsini che si raggiunge in 7 chilometri di ripida discesa senza pedicelle. Il luogo è delizioso, con piccoli alberghi e 888 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 pedicelabile fino a 800 m, seguita da 7 km di pianoro, 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 della Gola dell'Incecco, un passaggio a strapioggio dove si pedala in un canyon formato dai fiumi Corsi, che dà origine anche al lago Sempino, che si collega pedicelabile. Ultima fatica della tappa conduce a Ghisoni, siamo nel Parco Naturale Regionale 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 qua si ricomincia il tracciato trekking GR20, il percorso analogo alla nostra GT20. Dalla cima inizia la discesa per circa 25 km. Si attraversa il paese di Coggiano, famoso per la produzione di salumi, una delle località simbolo dell'isola. Prima di arrivare alla meta del giorno, a

Zicavo, 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 1.353 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 pedicelle si percorrono oltre 10 km. Va prestata attenzione ai molti muretti laterali che spesso si trovano sulla strada. Siamo ancora nell'area del Parco Regionale, e l'arrivo della tappa è a Zicavo, 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.





outdoor

ABBIGLIAMENTO E ATTREZZATURE PER LA MONTAGNA SS 2022

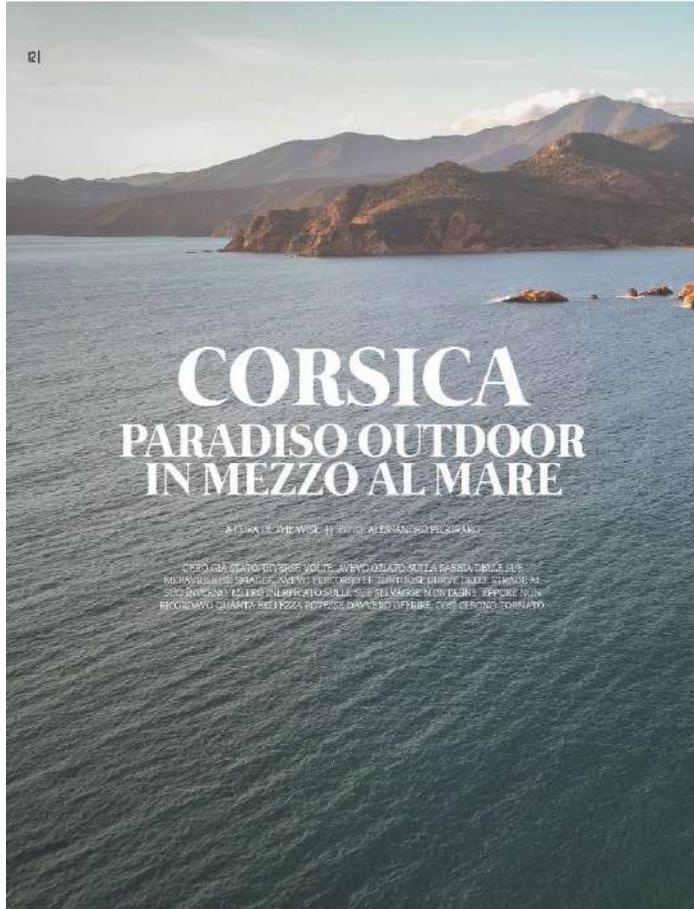
SPECIALE Catalogo



€ 5,90

CONDICHI, MARZATI - ALTRONCHI - 0110 8328 - 0110 8322
PER INFORMAZIONI: SPEDIRE LA FOTOCOPIA DI QUESTA PAGINA CON UN BUSTO POSTALE A: OUTDOOR, VIA S. GIUSEPPE, 10 - 00187 ROMA

121



CORSICA PARADISO OUTDOOR IN MEZZO AL MARE

A PARADISO IN MEZZO AL MARE. DI ENZO ALESSANDRO BIGNARDI

CIPO GIÀ STATO FISSO SU MOLTI. AVEVO OZIATO SULLA BASINA DELLA BUE
MERIDIONALE. SOTTO IL MARE, COME SE FOSSE UN GIARDINO. E LA MONTAGNA
SICILIANA. LA LINEA DEL MARE È SILENZIOSA. LA MONTAGNA È UN TRAI. PER UN
RICORDO DI ANNI. PER LA PIZZA. PER LA DANZA. PER IL FINE. PER IL FINE. PER IL FINE.



Ho girato di persona tutto, per ogni
informazione. Ho girato di persona
tutto, per ogni informazione. Ho girato
di persona tutto, per ogni informazione.

Con il rispetto di tutti i compagni
montagna. Ho girato di persona tutto,
per ogni informazione. Ho girato di
persona tutto, per ogni informazione.

...vogliamo goderci un momento come si
dove arrampicare nelle falde, a volte,
della spiaggia del mare.

actionsport.it 1 anno 2022 / GIUGNO / LUGLIO

actionsport **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

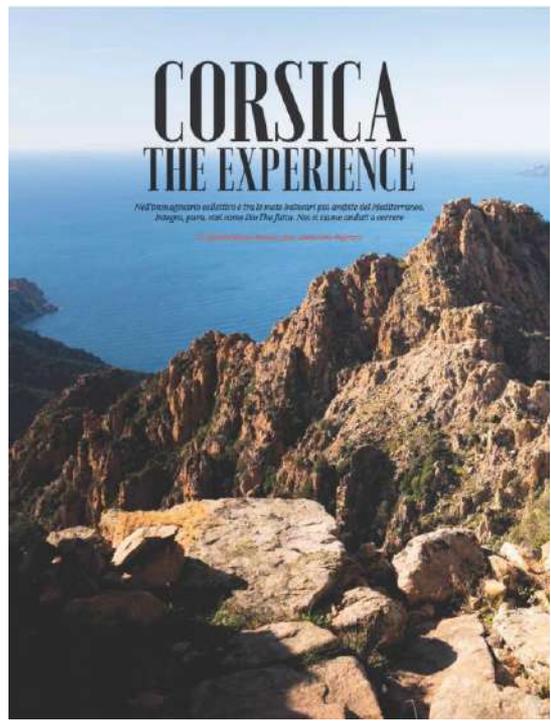
EXPERIENCE
IL FASCINO DELLA CORSICA
DUE ROCCHIE, IMPRESSIONI DI GARA

VIAGGIANDO
ISRAELE
SAN MARTINO DI CASTROZZA

TESTI
GPS, DYNAFIT, HOKA, LA SPORITIVA,
SALOMON, SALUONY, SCARPA
TERREX BOA, TNF

SPECIALE
Trail

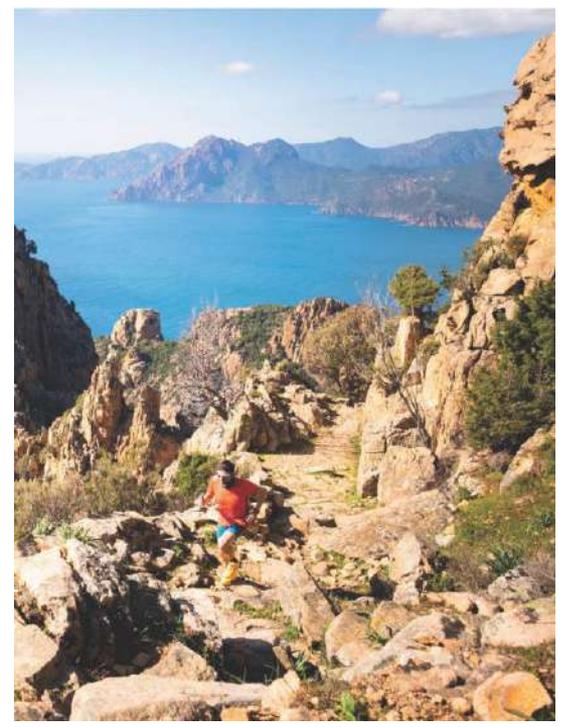
PER INFORMAZIONI ELETTRONICHE
PER INFORMAZIONI ELETTRONICHE
ITALIA: 5,90 €
1125-0338 73303
9 771137 12000



CORSICA THE EXPERIENCE

Nel immaginario collettivo è tra le mete inaccessibili più ambite del Mediterraneo.
Insigne, pura, vital come Dio l'ha fatta. Non si nasce caduti a terra.

di Gianluigi Rossi, con Antonella Agostini



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





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



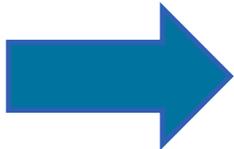


FOCUS Belgique/Luxembourg

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

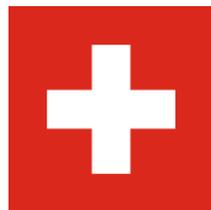
CAMPAGNES CIBLÉES : ACTIVITES NATURE

FIL ROUGE : La Corse intime

ACCUEILS PRESSE CONTRIBUTEURS ETC.



Salon des Vacances de Bruxelles



FOCUS Suisse

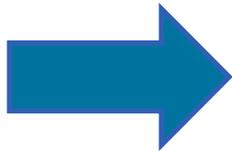
Un marché à fort potentiel

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.





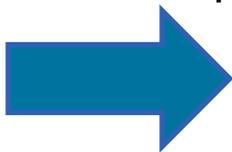
FOCUS Allemagne

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

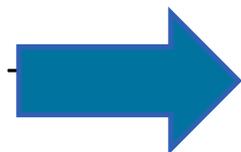


Bilan MICE 2022

- 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