

Agence du Tourisme de la Corse

JOURNEE DE RESTITUTION

RÉUNIONS TERRITORIALES 2021



CORSICA



SOMMAIRE

PARTIE I **LES RÉSULTATS DE LA CONCERTATION** **ATC OTI**

- 1** Le volet territorial du guide des Aides
- 2** Retour sur les réunions territoriales
- 3** Un travail d'observation commun : bilan de l'enquête auprès des OTI

PARTIE II **LES PROJETS PHARES POUR UNE** **OFFRE QUALIFIÉE**

- 1** La GT20 et la marque Accueil vélo
- 2** Eco Label Européen
- 3** Via San Martinu

PARTIE III **LES GRANDS CHANTIERS 2022**

- 1** Les journées professionnelles de l'ATC
- 2** Présentation de la stratégie marketing

>> Préambule

Angèle Bastiani - Présidente de l'ATC

PARTIE 1

« Les résultats de la concertation ATC - OTI »

1

Le volet territorial du guide des aides

Le guide des aides présenté au vote CDC en janvier 2022

- Volet 1 Structuration de l'offre
- Volet 2 Accès au produit - stratégie numérique
- Volet 3 Positionnement marketing : tourisme expérientiel et développement durable
- Volet 4 Marketing et promotion concertée
- Volet 5 Animation du contrat

» Le contrat et la méthode de travail

- Une contractualisation entre un OTI classé et l'ATC,
- Un contrat composé d'un cadre général propre à chaque OTI et d'un cadre convergeant permettant de réfléchir et d'agir à l'échelle des bassins d'accueil touristiques en intégrant les autres OTI ou services touristiques des territoires,
- Un contrat triennal avec un prévisionnel d'actions pour n+1 et ensuite des propositions pour n+2 et n+3 qui seront présentées lors du comité de suivi annuel du contrat (un dispositif d'instruction allégé avec un seul dépôt de pièces en année 1),
- Une capitalisation à l'échelle de l'ensemble des contrats afin de construire un dispositif évolutif le plus performant possible pour la génération suivante.

2

Synthèse des réunions territoriales

➤ **Le contexte :**

- Une crise sanitaire qui a rebattu les cartes tant au niveau de l'offre que de la demande.
- Une crise révélatrice de l'importance du poids du tourisme dans les économies des territoires insulaires.

➤ **De nouveaux équilibres à trouver :**

- Une prise de conscience générale de l'adaptation à la nouvelle donne,
- A l'échelle des territoires un rapprochement entre l'offre et les OTI,
- Un rôle de coordination de la part de l'instance régionale.

2

Synthèse des réunions territoriales

➤ Une initiative unanimement saluée :

- Accueil très positif de l'ensemble des territoires,
- L'ATC à nouveau dans son rôle de coordination,
- Une méthode de travail à réinventer entre l'ATC et les OTI.

➤ Des territoires, des identités affirmées et des atouts :

- Autant de facettes composant la destination Corse,
- Une traduction opérationnelle à mettre en œuvre à travers un marketing territorial cohérent entre l'ATC et les OTI.

2 Synthèse des réunions territoriales

Les attentes des OTI:

- **Une coordination de l'instance régionale sous l'angle d'un partenariat gagnant-gagnant,**
- **La mise en place d'une politique de territorialisation au sein de laquelle chaque entité trouvera sa place,**
- **Ouverture d'une réflexion sur une stratégie de marque** (marque "ombrelle" régionale agrégeant les démarches des OTI),
- **Structurer l'offre pour créer des contenus de séjours innovants** (nouvelles attentes en termes d'expériences, de sécurité sanitaire, de grands espaces, de circuits courts, de développement durable),

2 Synthèse des réunions territoriales

- Faire de l'ATC la vitrine des offres des OTI,
- Création de plateformes d'accès à la data, aux photos, aux vidéos, aux différents fichiers...,
- **Développer la notoriété des territoires,**
- Créer des opération BtoB dédiée à la destination sur les bassins connectés aux marchés national et internationaux,
- Volonté d'accueillir influenceurs et bloggeurs, de participer à l'organisation de voyages de presse.

3

Un travail d'observation commun

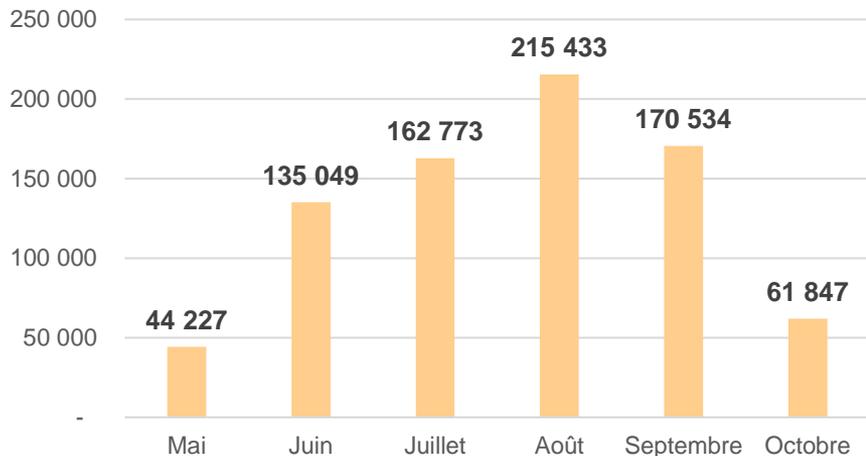
- Une adhésion des OT au SITTCO afin de construire ensemble une base de données fiable de l'offre touristique sur les territoires.
- La réalisation de notes de conjonctures et de bilan de saison, pour recueillir la diversité des vécus sur les territoires au travers d'éléments quantitatifs (suivi des données de fréquentation dans les offices) et qualitatifs (typologie des visiteurs, de leurs demandes et de leurs besoins).
- **Objectif : Tendre vers un travail collaboratif performant.**

>> Focus : Bilan 2021 - La fréquentation

Méthode : Questionnaire de 16 questions en ligne

Période d'interrogation : du 19 octobre au 22 novembre 2021

Panel : Les 19 offices de tourisme intercommunaux – Taux de réponse : 100%



Fréquentation globale dans les offices.

Les données du mois d'avril, trop parcellaires, n'ont pas été prises en compte.

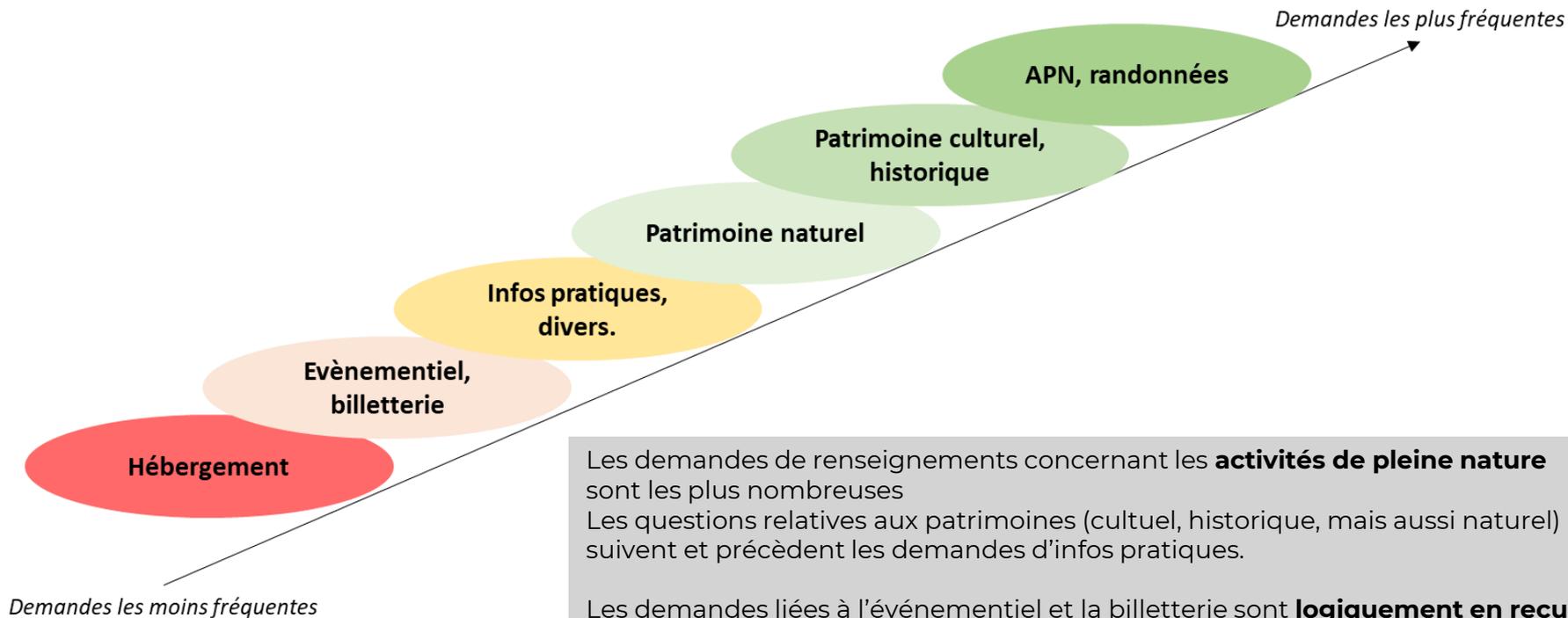
De mai à octobre, près de **800 000** personnes ont été accueillies dans les 19 offices de tourisme principaux de l'île.

Plus d'un quart (27%) de cette affluence globale se déroule au mois d'août, et 50% sur août-septembre.

Durant ce dernier mois, l'affluence est supérieure à celle de juillet, confirmant une bonne arrière-saison.



Focus : Bilan 2021 – Les demandes



Les demandes de renseignements concernant les **activités de pleine nature** sont les plus nombreuses

Les questions relatives aux patrimoines (culturel, historique, mais aussi naturel) suivent et précèdent les demandes d'infos pratiques.

Les demandes liées à l'évènementiel et la billetterie sont **logiquement en recul**, et les demandes relatives à l'hébergement sont les moins fréquentes.

3 Focus : Bilan 2021 – Le ressenti des OT

Renouer avec la nature, vivre une expérience, chercher l'authenticité

- **La nature et les activités avant tout** : le besoin d'**évasion**, le retour aux sources, la recherche d'**espaces**, de nature et de **liberté**, d'authenticité, l'intérêt croissant pour les activités en extérieur, de pleine nature, les promenades et les randonnées sont cités par la quasi-totalité des répondants. Les demandes liées au **vélo, au cyclotourisme** sont également mentionnées.
- **Un besoin d'accompagnement** : nombreux sont ceux qui relèvent des touristes de **plus en plus exigeants**, attirés par de nouvelles expériences, à l'appui d'une information la plus **personnalisée possible** (« séjour clef en main/à la carte, en demande de programme, besoin d'être rassuré et orienté »).

3 Focus : Bilan 2021 – Le ressenti des OT

Renouer avec la nature, vivre une expérience, chercher l'authenticité

- **La recherche de l'exception** : La quête d'expériences *confidentielles*, voire *uniques*, en dehors des sentiers battus, **loin de la cohue estivale** et du tourisme de masse revient régulièrement dans les commentaires.
- **Au plus près de la population** : les touristes montrent également un intérêt croissant pour l'offre culturelle, au plus près de la population locale et semblent davantage demandeurs de rencontres et d'échanges, avec les producteurs et les artisans notamment, de foires et de marchés.
- **Ecologie et environnement** : A la question « *Constatez-vous une préoccupation croissante liée à l'écologie, à une destination plus respectueuse de l'environnement ?* », 10 disent ne pas savoir, et 7 seulement répondent par l'affirmative. Toutefois, ce sujet est fréquemment abordé dans les ressentis des répondants, venant accréditer, en partie du moins, l'intention partagée de s'orienter vers des pratiques plus vertueuses.

PARTIE 2

— Les projets phares pour une offre qualifiée

1

Le développement de la filière vélo

Une filière qui s'inscrit dans les objectifs de développement durable du tourisme souhaitée par l'ATC.

Un engouement croissant pour le vélo et une fréquentation en hausse des itinéraires cyclables.

Une activité pratiquée sur les ailes de saisons par des personnes ayant un pouvoir d'achat intéressant (68 €/jour au lieu de 55€/jour pour les autres clientèles touristiques)

La GT20 :

- Projet phare porté par l'ATC avec l'ambition d'être au vélo ce que le GR 20 est à la randonnée.

1

Structuration de la GT 20 :

Une équipe projet en lien avec les territoires qui s'est fixée 3 objectifs:

- 1- Mise en place d'une signalétique directionnelle spécifique.
- 2 - Déploiement de la marque "Accueil vélo"
- 3 - Création de boucles locales connectées à la GT20 pour une offre constituée d'un maillage de parcours (faire de la Corse une destination privilégiée des touristes à vélo)





1. La signalétique déployée sur la GT20:

A. Signalisation cyclable / signalisation de police :

Une signalétique directionnelle cyclable déployée en aout 2021 dans les 2 sens sur les 600 kms du parcours comprenant :

- 350 ensembles de signalisation (poteaux + panneaux) équipant 195 carrefours.
- 25 panneaux de type C50 "partageons la route"





1. La signalétique déployée sur la GT20:

B. Signalisation de col :

Une signalétique spécifique d'ascension de col (Verghju) :

- 2 panneaux de départ
- 51 panneaux kilométriques de type borne





2.La marque Accueil Vélo

C'est quoi ?

Une marque nationale qui garantit un accueil, des services et des équipements spécifiques adaptés aux besoins des touristes à vélo le long des itinéraires cyclables en France.

Qui peut devenir accueil vélo ?

Un hébergement touristique (hôtel, meublé de tourisme, chambre d'hôtes), un restaurateur, un loueur de cycles, un réparateur de cycles, un office de tourisme, un site touristique (musée parc de loisirs...)



» 2.La marque Accueil Vélo

Pourquoi rejoindre Accueil vélo ?

Comme 6 000 prestataires privilégiés en 2021, l'intérêt d'adhérer à la marque c'est:

- Améliorer sa visibilité auprès des touristes à vélo et des agences de voyages
- Bénéficier des supports de communication de l'itinéraire (site web France Vélo Tourisme et partenaires..)

Le déploiement de la marque Accueil vélo en Corse :

L'ATC a conventionné avec France Vélo Tourisme détenteur de la marque et en est l'animateur territorial.

L'ATC souhaite s'appuyer sur les offices de tourisme qui deviendront les référents qualité en charge de la visite et l'attribution de la marque. Une tournée de sensibilisation par les services de l'ATC sur l'intérêt du déploiement de la marque sur les territoires a débuté en 2021 et va se poursuivre début 2022.

2 Ecolabel Européen

QU'EST CE QUE C'EST ?

- Afin d'engager les professionnels de l'hébergement touristique vers une **transition écologique pérenne**, l'ATC a fait le choix de s'appuyer sur un **label performant et ambitieux** créé en 1992 par la **commission européenne** et certifié par l'**AFNOR**.
- **L'Ecolabel Européen** : le signe d'un **engagement fort** : 67 critères (22 *obligatoires* / 45 *optionnels*)

2 Ecolabel Européen



L'ECOLABEL EUROPÉEN COUVRE 5 DOMAINES D'INTERVENTION PARMIS LESQUELS :

1. Réduction des consommations d'énergie
2. Réduction des consommations d'eau
3. Réduction et tri des déchets et eaux usées
4. Gestion générale (*management environnemental, formation du personnel, suivi des consommations...*)
5. Autres critères (*promotion des transports écologiques, information sur l'Ecolabel européen...*)

L'ECOLABEL EN CORSE

- **12 Etablissements écolabellisés** : 4 Hôtels, 2 Villages de vacances, 5 Campings, 1 MT

L'Ecolabel Européen & L'Agence du Tourisme de la Corse

- **POUR FACILITER CETTE DÉMARCHE:** l'Agence du Tourisme de la Corse met au service des potentiels candidats une **assistance gratuite** réalisée par un **bureau d'études spécialisé**.
- **COMMENT ?** fournir un **accompagnement au porteur de projet** dès la phase de dépôt de dossier jusqu'à la phase de certification par l'afnor.

L'OBJECTIF DE NOTRE ASSISTANCE :

1. Accompagner les porteurs de projet à travers un processus rigoureux
2. Accroître le nombre d'établissements ecolabellisés en Corse
3. Observer une transition écologique du secteur de l'hébergement touristique
4. Communiquer sur l'engagement fort pris par les professionnels Corses

AMO ACCOMPAGNEMENT ECOLABEL EUROPEEN

- **11 Demandes d'accompagnement** déposées auprès de nos services



3

La Via San Martinu

- Présentation : Itinéraire Culturel du conseil de l'Europe lié à St Martin de Tours – Dimension européenne et certification garantie d'excellence
- Lancés par le Conseil de l'Europe en 1987 avec la déclaration de Saint Jacques de Compostelle, 45 itinéraires culturels offrent une invitation à voyager et à découvrir le patrimoine riche et diversifié de l'Europe en promouvant le rapprochement de personnes sur des lieux d'histoire et de patrimoine.
- Le principe : traverser les territoires sous l'égide du saint patron de l'Europe qui fut, au 4^{ème} siècle de notre ère, le préfigurateur de cet espace communautaire fondé sur des valeurs de partage et de solidarité entre les populations.
- *La Via Sancti Martini relie l'Europe d'Est en Ouest par 4 grands chemins sur 5000 kms, à travers 14 pays*

3

La Via San Martinu en Corse

- Le projet est porté localement par le Centru Culturale San Martinu di Corsica (convention avec l'ATC)
- Actions en faveur de la réalisation physique et promotion de l'itinéraire
- Intérêt patrimonial : plus de 110 communes abritent un objet patrimonial matériel ou immatériel relevant de l'héritage martinien
- Intérêt touristique : développement d'une offre touristique durable.
- Intérêt écologique : ces sentiers se parcourent au printemps et en automne à pied ou en vélo





Voici un lieu béni

PARTIE 3

— Les grands chantiers 2022

1 Les journées professionnelles 2022

- **A la rencontre des professionnels du tourisme**

A la demande de la Présidente de l'ATC, Angèle Bastiani, et sous la direction de JL Moretti, responsable du Pôle Ingénierie/Développement, une série de rencontres sera organisée dès le premier semestre 2022.

Après une première tournée à la rencontre des Offices de Tourisme en 2021, la présidente et les services opérationnels de l'ATC, Développement et Promotion, se déplaceront sur les territoires pour différents temps d'échange avec les socioprofessionnels du tourisme.

1

Les journées professionnelles 2022

Sur les territoires, ces échanges prendront **la forme** :

- **D'un workshop professionnel** pendant lesquels les socioprofessionnels pourront échanger avec les services de l'ATC sur toute la gamme de leurs projets,
- **D'un éducteur sous la forme de « parcours clients immersifs »** au sein d'un certain nombre d'établissements proposant des périodes d'ouverture tendant vers une annualisation de l'activité.
- **Calendrier** : de janvier à mai 2022

2

Plan d'actions promotion

OBJECTIFS A 3 ANS en coordination avec les territoires

1

OPTIMISER L'EXPÉRIENCE ESTIVALE

2

ANNUALISATION DE L'ACTIVITÉ

» CE QU'IL FAUT CONSERVER

Tout le savoir -faire actuel de l'ATC et qui contribue au succès de la Corse.

- La présence de la Corse sur des Salons clefs (France et international)
- Les workshops & les relations avec les TO
- Les accueils presse en apportant des améliorations (volume d'accueil)
- Les campagnes média traditionnelles
- Les opérations en collaboration avec Atout France sur les marchés Europe

» CE QU'IL FAUT AMÉLIORER

- **Le numérique** (travail en cours avec l'équipe ATC)
- **L'organisation des actions avec les OTI et le rythme de communication**



12 MOIS D'ACTIVITÉ

C'est un objectif inscrit dans les programmes depuis des années, des progrès ont été faits, mais des périodes sont améliorables.



3- Rythmer la pré-saison & post-saison par des temps forts thématiques incitatifs à la visite

Ex : Thèmes à définir avec les Territoires / en s'appuyant sur des temps forts

- Avril : Le printemps des Saveurs CORSES
- Mai : La CORSE sur deux roues (Le printemps Corse à vélo/moto/scooters)
- Juin : Arts & Culture
- Juillet : Sport & Nature
- Septembre: Festa di Acqua in CORSICA
- Octobre : Vino in CORSICA



LES THÈMES / ANIMATIONS QUI RYTHMENT L'ANNÉE

- **Le principe :**

L'ATC et les territoires s'entendent sur 2/3/4 thèmes phares pour 2022.

L'ATC crée une « coquille » marketing

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

- **Communication :**

L'ATC se charge de communiquer sur le thème massivement en National & International sur les marchés cibles (Italie/Belgique/Allemagne etc...) TV / presse / Affichage / Internet

L'ATC assure le relais en intermédiation en publiant sur son site les offres des territoires, certaines offres peuvent être également directement communiquées au niveau National & marchés cible.

Ton et Style

- *L'exception culturelle de la Corse*
- *La dimension écotouristique*
- *L'accueil & le professionnalisme*
- *La beauté des sites*

MÉTHODE

- 
- Préparation du thème
 - Travail avec les journalistes et influenceurs en amont-Dossier de presse-programme, en relation avec les territoires
 - Plan de communication création des contenus vidéos/ contenus digitaux etc.. en relation avec les territoires
 - Plan médias + évènements susceptibles d'améliorer le trafic & diffusion auprès des territoires.
 - Déroulement de l'opération dans les Territoires
 - Envoi par l'ATC des journalistes et influenceurs pour couvrir les évènements + création de contenus relais sur le site visit.corsica et réseaux sociaux.
 - Reporting/ bilan / enseignements pour améliorations

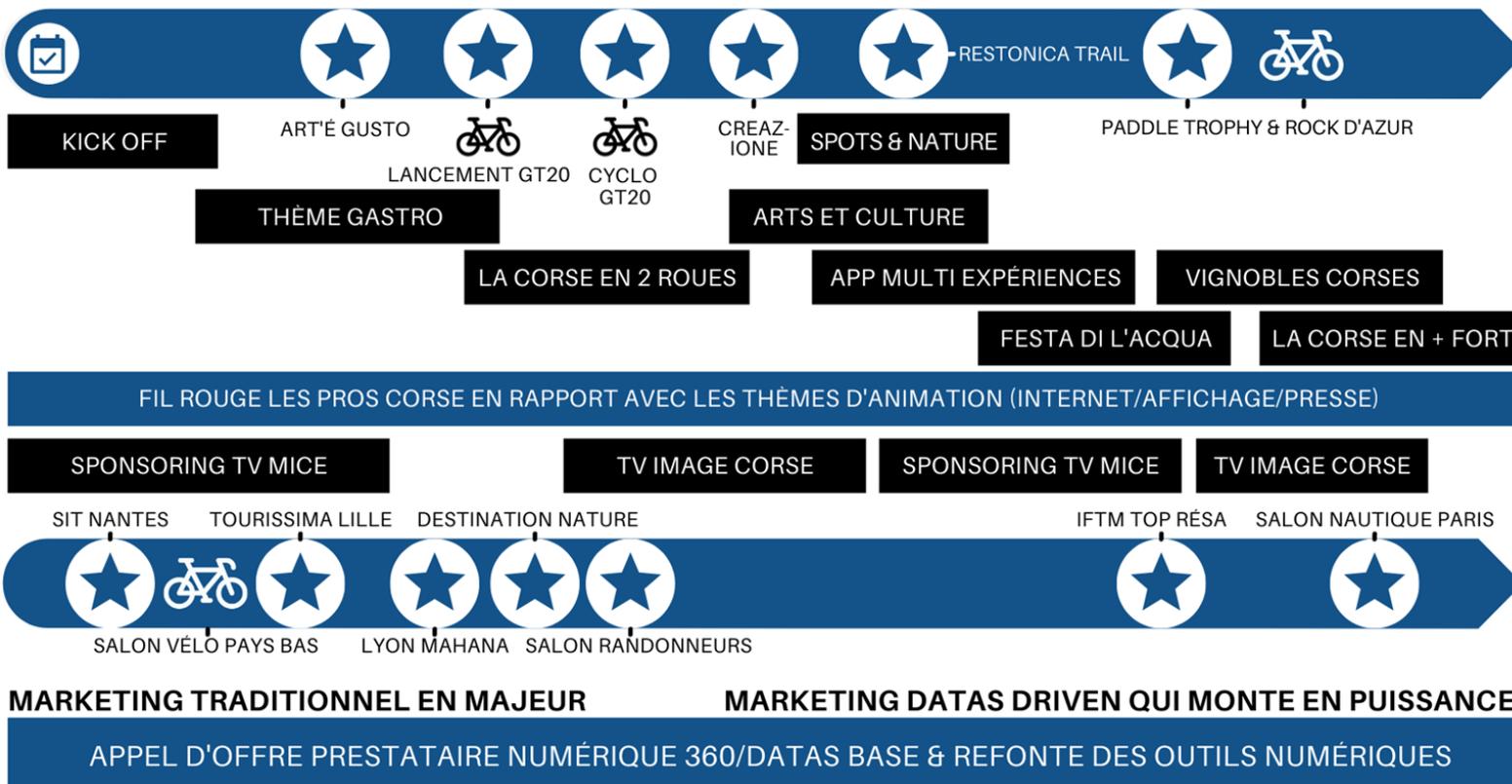
JANVIER 2022

MAI 2022

JUIN 2022

JUILLET/AOUT/SEPT

DÉCEMBRE 2022



ANNEXE

EVENEMENTS 2022					
EVENEMENTS	DATES	LIEUX	FORMATS	THEMES	FILIERES
ART'E GUSTO	Dernier WE d'avril	Bonifacio	Festival culinaire mettant à l'honneur les produits et savoir-faire corses	« Le printemps des saveurs corses »	Gastronomie art de vivre
LA CYCLO GT20	26-29 mai	Bastia, Patrimonio, Porto et Bonifacio	Course cycliste sur l'itinéraire GT20 591 Km-4 étapes	« En mai, ressentez la Corse à deux roues »	Sports de nature-Cyclotourisme
CREAZIONE	Mi juin	Bastia	Festival Méditerranéen de la Mode et du Design	« En juin, arts et culture en Corse »	Art et Culture
RESTONICA TRAIL	7-9 juillet	Corte	Courses intégrées dans le circuit UTMB® World Series, 4 formats de courses dont Ultra-Trail di Corsica : 110km	« En juillet, sports et nature en Corse »	Sports de nature Trails- randonnées sportives
TERRA DEI DII® Terre des Dieux®	20-juil	Calenzana	Ultra trail de 165 KM	« En juillet, sports et nature en Corse »	Sports de nature Trail- randonnées sportive
CORSICA CLASSIC	25 août-2 septembre	Bonifacio	Course itinérante de yachts de tradition, elle est inscrite dans le circuit officiel organisé par le Comité International de Méditerranée et L'AFYT	« En septembre, festa di l'acqua »	Sports nautiques
CORSICA PADDLE TROPHY	octobre	Ajaccio	Événement du sport nautique qui rassemble 4 disciplines PADDLE, WING FOIL, PRONE, PIROGUES et SURFSKI	« En septembre, festa di l'acqua »	Sports nautiques
LA SAN MARTINU DI PATRIMONIO	novembre	Patrimonio	Célébration populaire qui rassemble chaque année des milliers de personnes autour du Saint patron des vigneron	« En octobre, la fête des vins de Corse »	Gastronomie art de vivre







Agence du Tourisme de la Corse



A ringrazia vi



CORSICA

