



REVUE DE PRESSE TOURISTIQUE
Du 7 & 8 avril 2022

Mission Communication

SOMMAIRE

01 **TITRE** P3

AERIEN : UN RETOUR A LA NORMALE PLUS TOT QUE PREVU ? P3

EN PENURIE DE PERSONNEL, L'AERIEN BRITANNIQUE N'ARRIVE PAS A REDECOLLER.... P4

02 **DIVERS**..... P7

10 CONSEILS POUR AMELIORER L'EXPERIENCE VISITEUR DANS LES MUSEES ET SITES TOURISTIQUES P7

QUELLE SEMANTIQUE POUR UN TOURISME MOINS IMPACTANT ? P9

03 **EN CORSE**..... P14

L'AGENCE DU TOURISME AUPRES DES SOCIOPROFESSIONNELS. P14

TOURMAG DU 7 AVRIL

AÉRIEN : UN RETOUR A LA NORMALE PLUS TOT QUE PREVU ?

https://www.tourmag.com/Aerien-un-retour-a-la-normale-plus-tot-que-prevu_a113346.html

Malgré la succession des crises, l'aérien continue sa remontada. Après deux années compliquées, où le trafic a été très fortement contracté, le ciel européen retrouve ses avions. Eurocontrol prévoit même 9,3 millions de vols en 2022, soit 84 % du niveau pré-pandémique. Si la volatilité du pétrole fait craindre une forte hausse des prix de l'aérien, selon l'Organisation européenne pour la sécurité de la navigation aérienne le trafic atteindra les 92% de 2019 en fin d'année 2022.

L'aérien revient de loin, il est même possible de parler de renaissance.

L'année 2020 a été l'un des pires exercices de l'histoire du secteur, avec la fonte spectaculaire du nombre de passagers (-60% par rapport à 2019 selon IATA), 2021 n'aura pas été bien meilleur.

"Nous sommes encore très très loin des niveaux passés. Imaginez un peu, qu'en 2021 le transport aérien français était à 38% du nominal de 2019," nous confiait alors Alain Battisti, le président de la Fédération nationale de l'aviation marchande (Fnam).

La sinistrose ambiance semble avoir disparu dans l'industrie aéronautique, du moins selon les dernières statistiques d'Eurocontrol.

D'après l'Organisation européenne pour la sécurité de la navigation aérienne (Eurocontrol) 9,3 millions de vols pourraient être enregistrés en 2022. Si le chiffre ne vous parle pas : cette année trafic en Europe atteindra 84 % de son niveau pré-pandémique.

"L'aviation a continué à bien se redresser au cours des dernières semaines, et l'on constate une augmentation régulière de 68 % en janvier à 79 % début avril par rapport aux niveaux de 2019, même en tenant compte de l'impact sur le réseau et sur les prix du carburant de l'agression non provoquée de la Russie contre l'Ukraine," explique Eamonn Brennan, le directeur général, d'Eurocontrol.

Aérien : une reprise, sous de nombreuses conditions

Les derniers scénarios de l'instance réalisés à partir des statistiques de la période s'étalant d'avril à décembre 2022 sont plutôt optimistes.

Ils prévoient une croissance régulière entre avril et le pic de l'été, pour atteindre 89 % du trafic de 2019 en août dans notre scénario de base, ce niveau augmentant doucement pour terminer l'année à 92 %.

Alors que certains avançaient un retour à la normale pas avant 2024, il est possible de voir nos aéroports retrouver autant d'avions qu'en 2019 dès... l'année prochaine.

A la faveur d'un changement de stratégie en Europe, concernant la gestion de l'épidémie, les voyages se font de plus en plus faciles, avec des protocoles allégés, comme en Indonésie par exemple ou encore en Thaïlande.

"Les compagnies aériennes ajoutent beaucoup de capacité, et certaines d'entre elles dépassent déjà leurs niveaux d'avant la pandémie.

Il est tout à fait possible d'atteindre 90 % ou plus du trafic de 2019 aux moments de pointe de l'été, et nous prévoyons que les destinations de vacances et certaines autres parties du réseau dépasseront 100 % de leurs niveaux de 2019," poursuit le responsable.

Malgré tout cette embellie pourrait être freinée, par la hausse du prix du baril qui poussera des compagnies à supprimer des lignes en raison d'une moindre rentabilité ou en fonction du remplissage. Ce n'est pas tout.

Il existe aussi des tensions sociales, avec des pénuries de personnel dans certaines parties du secteur, en particulier dans les aéroports.

De plus, la guerre en Ukraine aura un impact dans le temps, sur les envies de départ des Européens et aussi les trajets des avions.

Cette reprise est plus fragile qu'il n'y paraît.

ECHO TOURISTIQUE DU 8 AVRIL

EN PENURIE DE PERSONNEL, L'AERIEN BRITANNIQUE N'ARRIVE PAS A REDECOLLER

<https://www.lechotouristique.com/article/en-penurie-de-personnel-laerien-britannique-narrive-pas-a-redecoller>

La pénurie de personnel dans l'aérien au Royaume-Uni a contraint plusieurs compagnies à supprimer des vols ces derniers jours.

Vols annulés ou files d'attentes à rallonge dans les aéroports : les pénuries de personnel, liées au Covid-19, grèves ou difficultés à recruter ont grippé ces derniers jours le redécollage du secteur aérien au Royaume-Uni.

Le syndicat britannique Unite pointait mercredi sur Twitter « un gros problème de recrutement » touchant en particulier l'aéroport de Manchester, très perturbé ces dernières semaines. « Il est temps de tout mettre en place, sinon l'été s'annonce très difficile », a-t-il averti.

Le secteur aérien a été l'un des plus durement touchés par la pandémie, qui a cloué au sol une grande partie du trafic au fil des confinements et des restrictions au voyage, conduisant compagnies et aéroports à licencier des milliers d'employés.

Le trafic redémarre et les professionnels misent sur la saison estivale, mais le syndicat prévient que les candidats ne se bousculent pas pour travailler dans un secteur « où le salaire est maigre et les conditions (de travail, ndlr) lamentables ». Conséquence : l'aéroport de Manchester a connu « des semaines de chaos », qui ont poussé à la démission mardi soir, selon les médias britanniques, de la directrice de ce hub aérien du nord-ouest de l'Angleterre, Karen Smart.

Des heures d'attente à Manchester

Manchester Airports Group, qui gère aussi l'aéroport de Stansted à Londres, a confirmé mercredi à l'AFP la démission de Karen Smart, indiquant toutefois que celle-ci avait « décidé que le moment était venu de retourner dans le sud de l'Angleterre, où sa famille est basée, pour poursuivre de nouvelles opportunités de carrière ».

Elle est remplacée par Ian Costigan, qui « assumera le rôle de directeur général par intérim et sera responsable de mettre en oeuvre les programmes de recrutement nécessaires pour accroître la capacité opérationnelle au cours de l'été », a précisé le groupe.

Ces dernières semaines, les voyageurs transitant par l'aéroport de Manchester ont été confrontés à des files s'étirant jusqu'à l'extérieur de l'aéroport pour s'enregistrer, à des heures d'attente pour passer la sécurité ou récupérer ses bagages.

Interrogé par l'AFP sur ces perturbations, l'aéroport de Manchester n'avait pas répondu mercredi en début d'après-midi, mais il s'était excusé vendredi sur son compte Twitter.

« Alors que nous continuons à nous remettre de la pandémie et que le nombre de passagers augmente, les files d'attente au passage de la sécurité peuvent parfois être plus longues que d'habitude », justifiait l'entreprise, recommandant à ses passagers de prendre beaucoup d'avance.

Une épidémie pour tout empirer

Ces perturbations s'ajoutent à de récentes annulations de vols dues en grande partie à des employés malades du Covid, notamment chez EasyJet, qui ont bousculé un peu plus le transport aérien britannique.

EasyJet a ainsi annulé quelque 300 vols entre le week-end dernier et le début de cette semaine, mais seule « une petite proportion » des vols prévus mercredi était annulée, a assuré l'entreprise à l'AFP.

La compagnie British Airways était elle aussi concernée par quelques annulations de dernière minute, et d'autres de plus longue date en raison du contexte général de restrictions sanitaires ou encore de la guerre en Ukraine.

Wizz Air menacée par une grève du personnel

Unite a aussi annoncé une grève du personnel bagagiste et d'enregistrement à l'aéroport londonien de Luton entre le 14 et le 19 avril en raison d'un conflit lié aux indemnités de maladie et de « salaires régulièrement payés en retard », qui impactera selon le syndicat particulièrement l'activité de la compagnie Wizz Air.

Le syndicat met les perturbations rencontrées par les aéroports et les compagnies aériennes sur le compte des conditions de travail des employés, disant avoir « averti à plusieurs reprises le secteur aérien de ne pas utiliser l'excuse du Covid pour tailler dans les emplois et les salaires ».

TOM.TRAVEL DU 7 AVRIL

10 CONSEILS POUR AMELIORER L'EXPERIENCE VISITEUR DANS LES MUSEES ET SITES TOURISTIQUES

<https://www.tom.travel/2022/04/06/10-conseils-pour-ameliorer-lexperience-visiteur-dans-les-musees-et-sites-touristiques/>

La société Affluences vient de publier un livre blanc destiné aux établissements recevant du public dans lequel elle donne 10 conseils à mettre en place pour améliorer l'expérience visiteur et augmenter le chiffre d'affaires.

Conseil n°1 : Mesurer l'affluence et compter les visiteurs

Il n'y a rien d'étonnant à ce qu'Affluences, société spécialisée dans la mesure de la fréquentation, conseille en premier lieu de mesurer l'affluence de son établissement culturel ou touristique. Même si cette pratique existe déjà, elle est incomplète, explique le livre blanc. En effet, comptabiliser seulement le nombre de billets vendus ne permet pas de savoir s'il y a un attroupement devant une attraction, ni de suivre les sorties. C'est pourquoi l'usage de capteurs placés dans chaque espace pourront donner, en temps réel, le taux de remplissage. Un dispositif qui peut permettre également de respecter les jauges d'occupation et les règles de sécurité.

Conseil n°2 : Analyser le parcours de visite

Une fois ces données collectées, il est important de comprendre le parcours de ses visiteurs afin d'améliorer l'expérience. Elles viennent compléter d'autres informations dont l'établissement culturel ou touristique dispose (données issues de la billetterie, du CRM, du site web, etc.). Affluences déconseille l'usage de capteurs Wifi car les informations qu'ils génèrent sont trop inexactes.

Conseil n°3 : Ecouter la voix du client et soigner sa réputation

Le livre blanc conseille d'analyser les verbatims des visiteurs issues des réseaux sociaux, des e-mails, des sites web ou encore de Google. Cela permet d'avoir une idée du parcours des visiteurs en aval et de les inclure dans l'amélioration de l'expérience. L'objectif est de découvrir leurs motivations, leurs peines, leurs frustrations et autres irritants qui seront la base de départ de la réflexion créative. Ces informations peuvent donner lieu à la création de nouveaux dispositifs co-construits avec les visiteurs en fonction de leurs retours.

Conseil n°4 : Prévoir le flux des visiteurs

Plus l'on collecte de données sur plusieurs mois ou années, plus est facile de faire du prédictif. Selon Affluences, il s'agit d'une véritable opportunité pour qui souhaite améliorer l'accueil et optimiser la vente de billets. Cela permet par exemple de proposer des services particuliers aux heures creuses afin d'attirer une clientèle à

des horaires différents. Le prédictif permet d'assurer la sécurité des visiteurs mais aussi d'améliorer l'expérience de visite.

Conseil n°5 : Faire parler les données

En faisant le lien avec les conseils précédents, le livre-blanc insiste sur le fait que de croiser et d'analyser les données est une manne pour développer son activité et ajuster sa stratégie. Il est important que cette donnée soit intégrée dans une réflexion préalable afin que cette information se transforme en connaissance afin d'alimenter une décision. « Les organisations culturelles sont, aujourd'hui, confrontées à un challenge de mutation afin de pouvoir maîtriser toutes les facettes de la donnée : sur le partage de la donnée, sur la collaboration qu'elle induit, sur les compétences internes nécessaires, sur son urbanisation ou bien encore sur son impact écologique. », explique Affluences.

Conseil n°6 : Ouvrir la réservation

Cela paraît évident aujourd'hui car la crise sanitaire est passée par là, mais proposer une réservation horodatée permet d'optimiser les ventes et les flux. Le livre-blanc affirme que ce système va devenir la norme en complément de la vente de billets sur place.

Conseil n°7 : Communiquer l'affluence en temps réel

Rien d'étonnant non plus à ce qu'Affluences conseille de communiquer la fréquentation en temps réel puisqu'il s'agit du principe de son application mobile. La société invite les lieux culturels et touristiques à donner cette information également sur leurs sites internet, applications et à l'entrée de leur structure. Cela permet une nouvelle fois de lisser les flux et d'accompagner les visiteurs.

Conseil n°8 : Soigner la qualité de service et de la relation client

Avoir plus d'informations sur les publics permet bien évidemment de mieux communiquer avec eux et de répondre à leurs attentes. Le livre-blanc conseille de mettre en place des outils de gestion des interactions clients crosscanal et de préparer des réponses automatiques aux questions les plus fréquentes (horaires d'ouverture, visites guidées etc.).

Conseil n°9 : Apporter de l'émotion

Affluences invite les lieux culturels et touristiques à explorer la réalité augmentée, la gamification ou encore les expositions numériques immersives afin de modifier le rapport à l'œuvre ou au lieu. Cela permet de conquérir de nouveaux publics et de fidéliser ceux existants.

Conseil n°10 : Personnaliser l'expérience de visite

Fort de toutes les données récoltées, l'entité culturelle ou touristique a tout intérêt à davantage personnaliser l'expérience de visite en fonction des profils. Il peut s'agir de parcours mettant en avant des œuvres ou des lieux méconnus s'il s'agit d'un visiteur habitué par exemple.

<https://www.eturisme.info/semantique-tourisme-durable/>

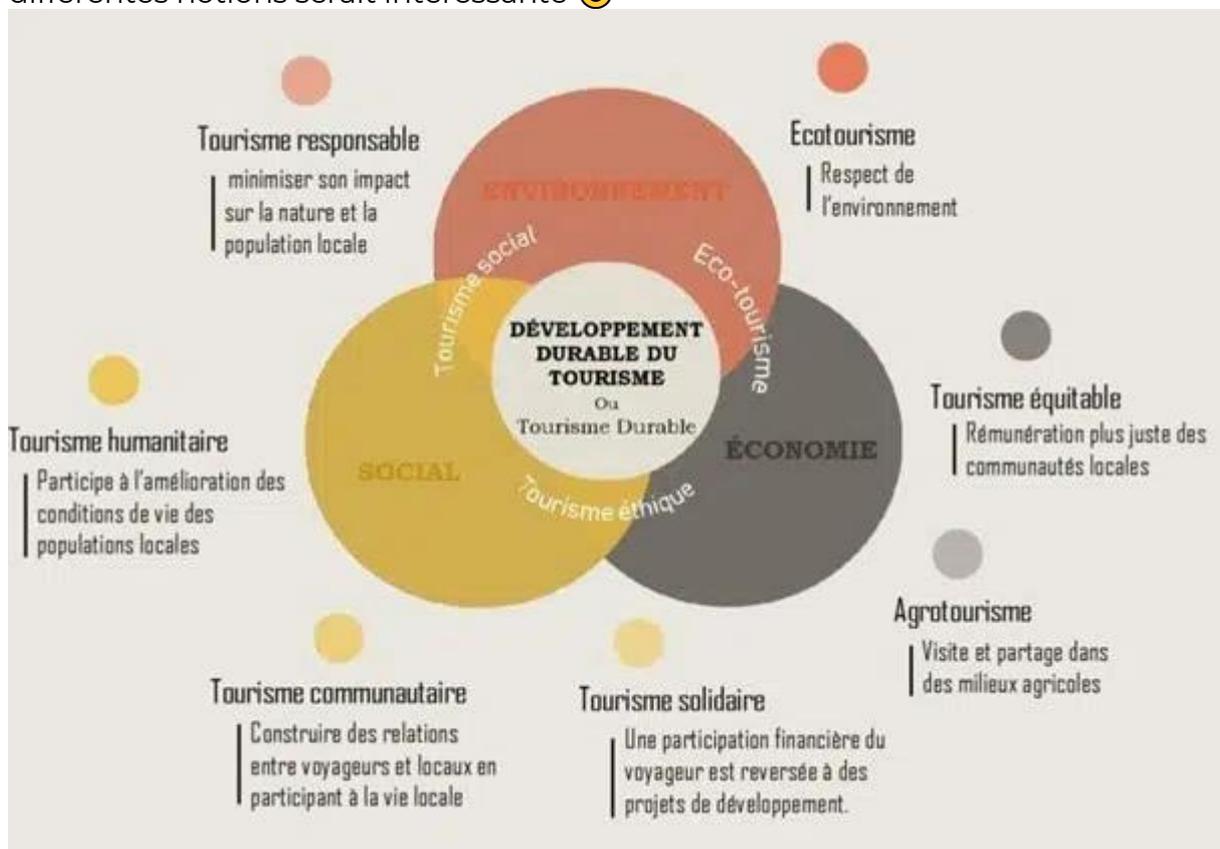
Alors que le 3e rapport du GIEC vient juste de sortir (et presque personne n'en parle) et qu'en face les candidats aux élections négligent beaucoup trop les questions liées au climat et à la biodiversité, un mini « green dico » serait utile afin d'éviter le greenwashing ou de galvauder certains concepts.

Tourisme Durable

Selon l'OMT il s'agit « d'un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ». Nous sommes sur donc sur une adaptation de la définition de développement durable proposée au sommet de la Terre de 1992. Cette définition pointe les questions d'impacts donc (encore faut-il les connaître et être en capacité de les mesurer) et de besoins des différentes parties prenantes (sans s'enfermer dans les aspirations ou satisfaction des visiteurs).

Pour aller plus loin, lire et relire le guide « 10 ans du tourisme durable » par Voyageons Autrement.

On parle aussi de tourisme responsable ou éco-responsable qui reprennent les principes proposés par l'OMT. Une petite étude sur les représentations de ces différentes notions serait intéressante 😊



Ecotourisme

La société internationale d'écotourisme le définit comme « une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales ». La question demeure sur ledit espace naturel, est-ce qu'un parc urbain peut être considéré comme un espace naturel ? Sûrement. Mais peut-être pas quand la définition a été faite. On voit apparaître des expériences d'écotourisme urbain, pourquoi pas tant que la nature est préservée et valorisée. Les exemples donnés en écotourisme restent principalement situés dans des espaces protégés (type parcs naturels). On peut aussi parler de tourisme vert ou tourisme de nature.

Transition écologique ou énergétique

Une transition est un passage d'un état à un autre selon le Larousse.

La transition écologique selon Oxfam « est une évolution vers un nouveau modèle économique et social qui apporte une solution globale et pérenne aux grands enjeux environnementaux de notre siècle et aux menaces qui pèsent sur notre planète. Opérant à tous les niveaux, la transition écologique vise à mettre en place un modèle de développement résilient et durable qui repense nos façons de consommer, de produire, de travailler et de vivre ensemble ». On peut aussi voir transition environnementale.

La transition énergétique c'est-à-dire sectorielle représente le passage des énergies fossiles à renouvelables. Cette transition nous invite donc à réduire nos consommations et augmenter la part des énergies renouvelables.

On peut même aller plus loin en parlant de transformation, synonyme de renouvellement, modification ou reconversion. Le réseau Acteurs du tourisme durable avait d'ailleurs publié en 2020 son manifeste pour un plan de transformation du tourisme. Et plus récemment, le Shift Project a publié début 2022 son plan de transformation de l'économie française très lisible qui vise les décideurs pour les accompagner à planifier la transition grâce à des propositions concrètes.

Décarbonation, neutralité et compensation carbone

La décarbonation rassemble les mesures permettant à un secteur ou une organisation de réduire son empreinte carbone, c'est-à-dire les émissions de gaz à effet de serre (dioxyde de carbone et méthane en particulier). Quelles peuvent être les solutions pour décarboner la société ? On dira consommer moins mais mieux, notamment en visant l'efficacité énergétique.

Je vous invite fortement à lire la feuille de route du gouvernement de Stratégie Nationale Bas Carbone qui vise un cap fort pour lutter contre le changement climatique et définit une trajectoire ambitieuse de réductions des émissions de gaz à effet de serre à l'horizon 2050.

La neutralité carbone traduit un équilibre entre émissions de carbone et absorption du carbone par des puits de carbone selon le Parlement Européen, sorte d'aspirateur à GES naturel. Mais neutralité ne veut pas forcément dire réduire tant que l'équilibre est présent. Pour tout comprendre sur les défis de la neutralité, je vous invite à aller sur le blog Freeze by Carbo et notamment les articles de Mathieu Brand.

La compensation carbone consiste à financer un projet environnemental qui permet la réduction des émissions de gaz à effet de serre dans l'atmosphère et souvent utilisée comme moyen pour atteindre la neutralité (l'exemple le plus connu étant la reforestation). La compensation n'est pas la solution mais la dernière étape. Ça me fait penser à la philosophie des 4R (ou 5R) prônée par le mouvement zéro déchet : refuser, réduire, réutiliser / recycler, redonner (compenser).



Résilience

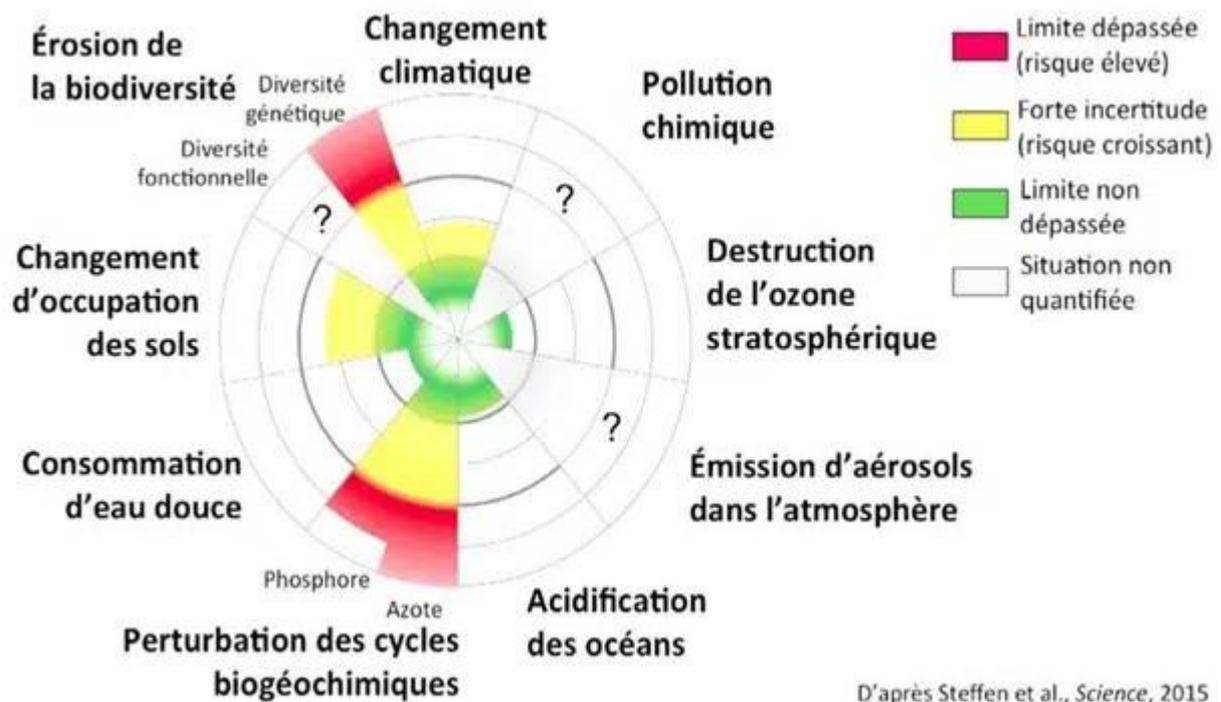
Le chercheur Holling la définit comme « la capacité d'un système à résister à une perturbation tout en conservant ses fonctions de base [...], la capacité à s'autoorganiser, à s'adapter ». La résilience entend donc d'anticiper et de planifier pour s'adapter aux conséquences notamment climatiques sur nos territoires.

L'ADEME a travaillé sur la résilience des territoires en créant un wiki dédié pour catégoriser les différents défis / risques et vulnérabilités ainsi qu'un appel à proposer des communs, c'est-à-dire une ressource partagée et alimentée par une communauté avec une gouvernance clairement définie.

Le Shift Project a aussi bossé le sujet en concevant des stratégies de résilience des territoires à travers un mémento d'exemples et de recommandations pour « tenir le cap de la transition écologique » décliné en 3 tomes : comprendre, agir et organiser. Malheureusement le tourisme est très peu cité ou uniquement comme exemple malgré les enjeux de ce secteur (on y bosse, ne vous inquiétez pas).

Changement, réchauffement ou dérèglement climatique ?

Le changement climatique désigne l'ensemble des variations des caractéristiques climatiques en un endroit donné au cours du temps. Ces modifications sont dues à l'augmentation de la concentration des gaz à effet de serre présents dans l'atmosphère. On parle d'ailleurs des changements climatiques. Il s'agit de plus d'une des 9 limites planétaires qui permettent la vie sur Terre. Le changement climatique n'est donc qu'une (grosse) partie du problème.



Le réchauffement climatique est assez réducteur, « allé, 2 degrés de plus c'est pas si horrible ». Le problème n'est pas la température mais les conséquences sur les dynamiques climatiques. Exemples du scénario +2°C : 9 fois plus de canicules, +14% de précipitations extrêmes, hausse du niveau de la mer de 40 à 80 cm (qui pourrait faire perdre 80% de la surface de la dune du Pyla par exemple), ... Alors si 2 degrés c'est beaucoup !!

Personnellement, je préfère l'usage de dérèglement climatique, car « dérèglé » sous-entend « désordonné » ou « qui fonctionne mal ». Moins réducteur donc que changement ou réchauffement. Dérèglement pointe de plus le rôle de l'Homme dans l'évolution du climat et des conséquences anthropiques, c'est-à-dire de l'activité humaine dans l'effondrement qui s'annonce.

Sobriété et après ?

Petit mot de la fin car il faudrait cogiter à ABCDaire des mots nuisibles utilisés afin d'embarquer nos décideurs. Rechercher l'équilibre du tourisme entre le respect des limites planétaires et des besoins fondamentaux et d'orienter (ou réorienter) l'économie touristique plus sobre et régénératrice. Auto-promo, c'est mon sujet de thèse sur la « Gouvernance adaptative et résilience des territoires touristiques : opérationnalisation du concept de climax ».

Pour aller plus loin, écoutez les supers podcasts « Ozé » de Jean-Philippe Decka avec des invités de grande qualité qui apportent de la hauteur pour un monde durable. Bien-sûr lisez les articles de Thomas Wagner alias « Bon Pote », média radical (au sens retour aux racines et non pas khmer vert) et sinon notre expert du tourisme durable en France, Guillaume Cromer aka Barnabé Colo qui met les pieds dans le plat et ça fait du bien !

Et le social dans tout ça ?

Ça parle climat, écologie, environnement en utilisant durable et responsable... Il est où le 3e volet du développement durable ? Véritable parent pauvre du tourisme

durable, que faisons-nous des 35% de français qui ne partent pas vacances ? Que faire des habitants des territoires de destination qui ne trouvent pas de quoi se loger au détriment du tourisme ? Comment rendre accessible nos équipements et surtout nos services à des personnes en situation de handicap ?

CORSE-MATIN DU 8 AVRIL

L'AGENCE DU TOURISME AUPRES DES SOCIOPROFESSIONNELS.

VALINCO-SARTENAIS-TARAVO

L'agence de tourisme auprès des socioprofessionnels



Elus municipaux et territoriaux ont rejoint l'ATC à la pause déjeuner.

La présidente de l'agence de tourisme de Corse Angèle Bastiani, accompagnée de ses services, s'est déplacée dans le Sartenaïs-Valinco-Taravo. Il s'agissait d'un déplacement opérationnel de l'ATC vers les socioprofessionnels pour le développement et la promotion du tourisme dans le territoire. Au programme, un workshop dans les locaux de l'office intercommunal à Propriano, un moment convivial avec les élus et la visite de quelques sites emblématiques du terroir.

Des rencontres fructueuses

Accueillie par Jean-Baptiste Ollandini et Alexandra Santinelli, respectivement président et

directrice de l'office de tourisme intercommunal du Sartenaïs-Valinco-Taravo, la présidente Angèle Bastiani précisait les bases de sa visite en s'adressant aux professionnels du tourisme : « *Je suis présente aujourd'hui pour engager un dialogue avec vous et faire en sorte de coordonner nos actions avec en objectif commun, une montée en gamme de l'offre locale, adaptée aux nouvelles tendances de la demande, avec toujours le souci de promouvoir un tourisme déconcentré : sur le plan temporel et géographique* ».

Dans les locaux de l'OTI, le workshop professionnel regroupait des restaurateurs, des hôteliers, des professionnels du tourisme vert et des responsables de sites touristiques... une occasion pour l'ATC de se rendre compte



Angèle Bastiani présidente de l'agence de tourisme de la Corse a rencontré les socioprofessionnels du Valinco, du Sartenaïs et du Taravo. C. T.

de la richesse du territoire. Des échanges se sont instaurés durant lesquels, chacun a pu évoquer ses projets et ses besoins en termes de structuration de l'offre et de marketing.

Echanges et visites

À l'heure de la pause déjeuner au Lido, les élus des deux intercommunalités, Sartenaïs-Valinco-Taravo et Taravo-Ornano, sont venus à la rencontre d'Angèle Bastiani et son équipe. Prouvant par leur présence, tout l'intérêt qu'ils portent au tourisme en tant que levier de développement économique pour le territoire. Plusieurs visites

d'Angèle Bastiani sur le secteur étaient programmées : la visite d'A Teghja, nouveau commerce Sartenaïs dédié aux vins, celle des écuries du Golfe à Olmeto-Plage, une traversée du site de Capu Lauroso à Propriano, la découverte de l'établissement écolabellisé U Livanti avec son système innovant d'hydromaréthermie.

En point d'orgue, une halte aux thermes de Baracci, chantier de réhabilitation et d'embellissement présenté par le maire d'Olmeto José-Pierre Mozzicnacci, qui précise que ce projet bénéficie du soutien de l'agence de tourisme de la Corse.

CATHY TERRAZZONI



Atc.corsica

Site professionnel du tourisme Corse

CULLETTIVITÀ DI CORSICA
COLLECTIVITÈ DE CORSE

Agenza di u Turismu
di a Corsica
Agence du Tourisme
de la Corse

