



ITALIE FICHE MARCHÉ

DONNÉES ECONOMIQUES

- Croissance année 2015 : - 0,6 % (source Haver Hanaltics – The Economist 6/10/2015)
- Croissance prévisionnelles 2016 : 1,27 % (source Haver Hanaltics – The Economist 6/10/2015)
- PIB / Hbt : 31 631 \$(source FMI)

DONNÉES TOURISTIQUES

- Nombre de départs en vacances à l'étranger : 45 millions
- Périodes de réservation : Last minute (vacances d'été) 48% à - de 15 j du départ.
- Périodes de voyages : juin - septembre
- Taux d'intermédiation : 7% agents de voyages
- Principales destinations européennes : 75 % des italiens ont voyagé en Italie en 2014.
- Principales destinations françaises : Paris – Ile de France, PACA, Corse, outre mer
- Principaux bassins émetteurs pour la Corse : Toscane, Emilie Romagne, Lombardie, Piémont, Ligurie.
- Motifs de déplacements : vacances balnéaires, estivales, familiales ou entre amis.

ACTIONS

La stratégie développée sur les réseaux sociaux en Italie a été renforcée en 2016. Ainsi, le blog de voyages créé par la Corse « Corsica : vivila adesso ! » a été amélioré et est animé depuis 3 semaines par 10 blogueurs reconnus en Italie, qui se succéderont jusqu'en automne et sillonneront la Corse en recherche d'expériences. Ainsi, expériences et témoignages se succèdent dans les domaines de l'art de vivre, la gastronomie, la culture, la nature et les activités de pleine nature, les vacances à motos, les activités de bord de mer et de l'intérieur à pratiquer en couple, entre amis ou en famille.

Les témoignages recueillis sont relayés sur les propres blogs des blogueurs accueillis ainsi que sur les réseaux sociaux (Facebook, youtube, Twitter...) en synergie avec le site du tourisme Corse, visit-corsica.com.

Une page Facebook en Italien « corsicavivilaadesso.it » vient renforcer l'image de la destination et sa réputation, apporter de la visibilité et du contenu, fidéliser et créer des interactions avec le public, présenter des produits et des contenus de séjours aux internautes. Des liens permanents ont été mis en place vers les réseaux sociaux complémentaires (Youtube, Twitter) et surtout le site du tourisme Corse, visit-corsica.com, ainsi qu'une campagne de référencement.

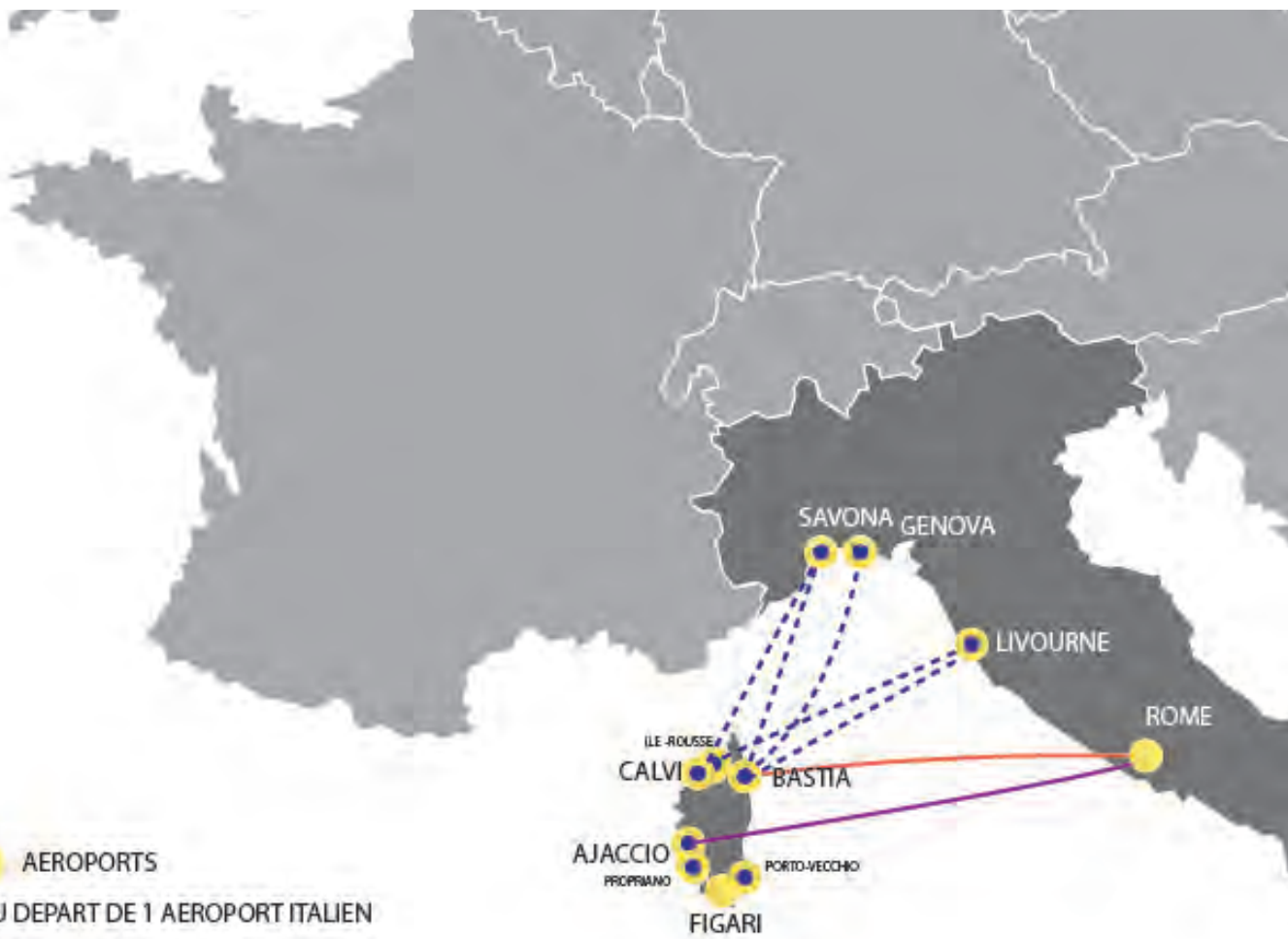
Une campagne de communication d'envergure vient soutenir et compléter ce dispositif internet avec :

- Des trams et bus habillés aux couleurs de la Corse à Milan, Turin, Bologne de mai à août
- Une campagne radio sur Radio Monte Carlo en mai soit 96 spots
- Un mailing grand public à 250 000 contacts
- Une campagne d'achats de mots clés sur les principaux moteurs de recherche.
- Une campagne sur les reseaux sociaux Google Adwords, Facebook, You tube, Insta gram

D'autre part, un dispositif associé a été développé vers les professionnels. Il s'agit d'une formation en ligne « spécialiste de la Corse » et un jeux concours décliné du blog « corsicavilaadesso.it ». Cette formation est complétée par 2 mailings vers les réseaux afin de les sensibiliser au dispositif et une formation des agents de voyages in situ en coopération avec les TO intéressés. L'ensemble de ces actions a été présenté lors d'une conférence de presse et TO le 25 mai à Milan. Celle-ci a remporté un grand succès avec 35 journalistes présents.



 **ITALIE**
DESSERTES



-  AEROPORTS
-  LIAISONS MARITIMES
-  VOLS VERS BASTIA - 1 VOL
-  VOLS VERS AJACCIO - 1 VOL
-  PORTS