



# PLAN DE RELANCE

## DESTINATION CORSE

ACTIONS DE PROMOTION, COMMUNICATION,  
INGENIERIE &  
SUIVI CONJONCTUREL DE LA CRISE

CULLETTIVITÀ DI **CORSICA**  
COLLECTIVITÉ DE **CORSE**

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



## AVANT-PROPOS

Dès le début de cette crise sanitaire sans précédent, **le Président du Conseil Exécutif et la Présidente de l'ATC ont réagi avec l'installation d'une cellule de crise** visant à faire remonter les besoins de l'industrie touristique auprès des principaux représentants de l'Etat et de ses services.

Ces échanges entre la Présidente, les représentants de l'offre, et l'Etat ont abouti à la **prise en compte de la situation particulière de la destination** qui fait l'objet d'un **plan de relance spécifique** à l'instar de Lourdes et des territoires ultras marins.

Le tourisme Corse a déjà vécu bien des crises, mais aucune de cette ampleur. Cette situation inédite a poussé l'ATC à **faire évoluer l'ensemble de ses outils et de ses actions sur les marchés.**

L'ATC est engagée dans différentes actions afin de regagner la confiance des clientèles traumatisées par la crise du COVID. Cette **"réassurance sanitaire"** est d'ailleurs devenue le principal objectif de l'ensemble de nos concurrents. La bataille sera féroce, toutes les destinations sont en effet à pieds d'œuvre pour rassurer les potentiels visiteurs.

- Création d'une **marque sanitaire « Safe Corsica »** et articulation de l'ensemble des actions autour de ladite marque sanitaire territoriale « signe de reconnaissance »
- **Co-construction d'un plan de relance** innovant avec les professionnels du tourisme

### Temporalité de ce plan

- Court terme (été 2020) Cibles : Marché local et National
- Moyen terme (automne 2020) Cibles : Marché national et Européens (selon accessibilité)
- Long terme (saison 2021) Cibles : Marché national et Européens de proximité

# SOMMAIRE

## 01 Gestion de la crise Covid

- Mise en place de la Cellule de crise
- Observation Touristique
- Préparation du Plan de relance

## 02 Adaptation et création d'outils

- Création de la marque sanitaire territoriale "Safe Corsica"
- Evolution du site Visit.corsica
- Cartographie nationale des lieux touristiques en activité

## 03 Actions à Court terme : Juillet Août

- Actions de tourisme solidaire
- Campagne de communication Marché National
- Campagne de communication Marchés proximité immédiate selon accessibilité

## 04 Actions à Moyen terme : Automne

- Projets Actions de promotion et Campagne de communication Marché National & international

## 05 Rappel des actions lancées avant la crise du Covid

# Gestion de la crise COVID : Observation touristique

## **Pendant la crise – Observation touristique**

- Baromètres hebdomadaires permettant un suivi conjoncturel de la crise (taux d'occupation hébergement, suivi du stock de réservations, impact sur l'emploi, etc.)
- Participation aux cellules de suivi économique avec la Préfecture de Corse
- Veille desserte aérienne et maritime
- Veille touristique
- Analyse des flux d'entrées annuels et des pics de saisonnalité
- Analyse d'impact sanitaire relative aux volumes d'entrées sur le territoire
- Contribution à la réflexion du Green Pass, modélisation des flux pour évaluation de l'impact sanitaire
- Suivi de l'évolution de la fréquentation AirBnB en période de crise

## **Pendant la crise – Suivi de crise avec les socioprofessionnels**

- Organisation et suivi de la cellule de sortie de crise avec les socio-professionnels
- Méthodologie prospective d'élaboration de scénarii pour sortie de crise
- Communication des mesures d'accompagnement disponible auprès des socio-professionnels
- Mise en relation des socio-professionnels avec les institutions instructrices des dossiers

# Préparation du Plan de relance

## **Pendant la crise – Préparation de l'après confinement**

- Réalisation d'une monographie du secteur touristique
- Suggestions de mesures économique, fiscales, législatives, etc. spécifiques à la région et permettant d'atténuer les impacts de la crise
- Consultation à grande échelle pour écriture du plan de relance de manière collective avec les socio-professionnels, acteurs publics et fédérations
- Organisation de groupes de travail (7) pour écriture du plan de relance (*Sanitaire, Accessibilité de l'île, Aides d'urgences aux entreprises non éligibles aux dispositifs communs et Paracommercialisme, Saisonniers, Ingénierie financière et fonds d'intervention, Ingénierie de projets touristiques, Marchés & Benchmarking*)



## Plan de relance touristique pour la région Corse – première version qui servira de base de discussion avec l'État.

### **Caractéristiques de ce plan**

- Co-construit avec les acteurs
- Transverse aux différentes catégories de socioprofessionnels
- Inclut les acteurs publics ayant une compétence tourisme en Corse (concertation)
- Multifacette : adresse différents volets (emploi, financement, législation, sanitaire, etc.)

# Création de la marque sanitaire Safe Corsica



L'ATC est engagée dans différentes actions dans le but de regagner la confiance des clientèles traumatisées par la crise du COVID.

Un important travail sur la mise en œuvre des protocoles sanitaires par les professionnels du tourisme a été réalisé en collaboration avec les services de l'Etat (DIRECCTE). Des chantiers tests ont permis de valider les procédures et d'en faciliter la bonne exécution.

Afin de valoriser cet effort de réassurance sanitaire dans lequel se sont investis les professionnels du tourisme, notamment les HCR, l'hôtellerie de plein air, les autocaristes, les activités de plein air, l'ATC a créé **une marque territoriale à vocation sanitaire** destinée à l'ensemble des acteurs de la chaîne de production touristique, autour des valeurs de sécurité, de confiance, d'île refuge.

Les entreprises souhaitant porter ladite marque devront adhérer en s'engageant à respecter un règlement d'usage qui sera bientôt disponible sur le site de l'ATC [visit.corsica](http://visit.corsica). Cette marque repose notamment sur deux fondamentaux dans le domaine sanitaire :

- Respect du « *Protocole national de déconfinement pour les entreprises pour assurer la santé et la sécurité des salariés* », ministère du travail (mesures barrières, gestion des flux de personnes, équipements de protection, désinfection, ...)
- Mise en place d'un référent hygiène au sein de l'établissement

# Cartographie nationale des lieux touristiques en activité

Dans le cadre du plan de relance en faveur de l'activité touristique en France, l'État a retenu la proposition d'ADN Tourisme consistant à recenser et diffuser de l'information sur les prestations touristiques ouvertes ou fermées et sur leur respect des règles sanitaires, à partir des données collectées par le dispositif national DATA tourisme.

*Ce projet national, piloté par ADN Tourisme et mené en partenariat avec Atout France, la Direction Générale des Entreprises, et l'IGN, a pour objectif de réaliser dès juin 2020 une carte de France présentant les différents points d'intérêt touristique engagés sur le respect des protocoles sanitaires et ayant repris une activité.*

## **Modalités de collecte et publication**

1. Collecte des info terrain via OT/CRT
2. Saisie dans les bases de données locales (SIT)
3. Publication centralisée sur DATA Tourisme

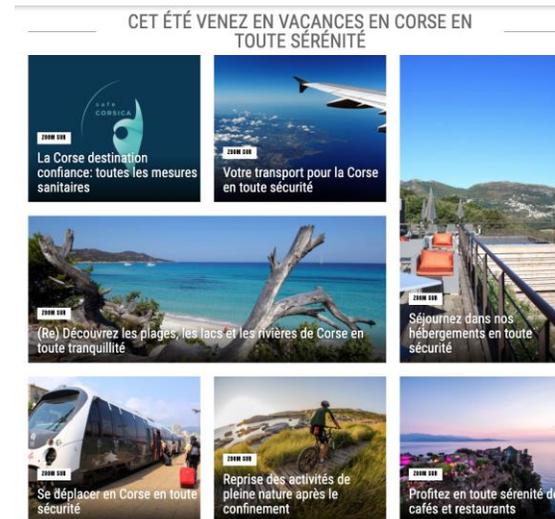
DATA Tourisme est un outil unique à l'échelle nationale opérationnel avec la plupart des SIT. Le format des données est normalisé/homogénéisé.

*Opération réalisable grâce à la possibilité de connexion de la base de données ATC à DATA Tourisme*

# Adaptation des outils

## Evolution du site visit.corsica : Juin 2020

### OBJECTIF 1 : INFORMER / RASSURER



☐ Réorganisation de la page d'accueil avec lien vers document de **réassurance sanitaire** : informations de transport et mesures sanitaires classées par thématiques.

☐ Création de la rubrique " **Voyagez en toute sérénité**" : conseils, informations et mesures sanitaires par thèmes : transport, hébergement, activités, loisirs ....

# Evolution du site visit.corsica

## OBJECTIF 2 : VALORISER UN TOURISME DIFFERENT PLUS AUTHENTIQUE / RESPONSABLE / SOLIDAIRE



☐ Création de 4 nouvelles rubriques :

"Voyagez autrement"

"9 régions à (re) découvrir"

Co-construite avec les OT (éditos, offres ..)

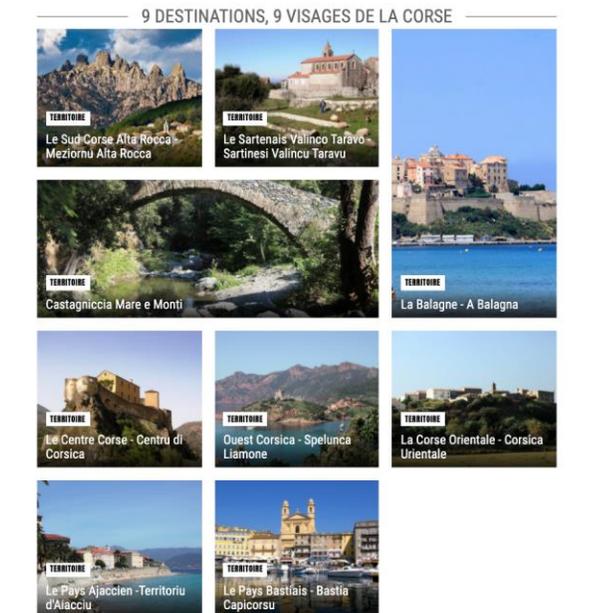
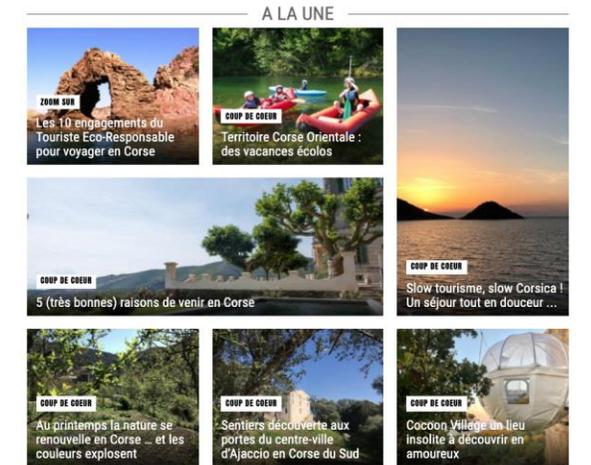
"Voyage virtuel"

vidéos #tomorrowinCorsica

"Offres spéciales"

Valorisation des offres des professionnels  
(TO, hébergements, activités...)  
et des territoires

Plus de 120 offres déjà en ligne



# Définition d'un concept de communication spécifique

- Planning éditorial quotidien sur les réseaux sociaux
- Création du concept du #tomorrowincorsica adaptable sur l'ensemble des marchés étrangers.
- campagne vidéo déclinée sous la forme de 4 spots thématiques et contextuels



Bol d'air Activités



# Stratégie de communication Plan de relance

## Co-construction d'une stratégie éditoriale

- Stratégie de contenus pour renforcer notre positionnement "destination confiance"
- Co-construction document de communication générique autour de la réassurance sanitaire à destination du GP (clients-prospects) type "infographie".
- Co-construction de la charte environnementale "les 10 engagements du touriste éco-responsable pour voyager en Corse"

## Identité graphique marque sanitaire

- Logo Safe Corsica
  - Elaboration du brief graphique pour la réalisation
  - Création du logo



# Stratégie de communication

## Plan de relance

### CAMPAGNE TV NATIONALE EN PRIME TIME

- Brief #1 spot tv de 15s  
Réassurance sanitaire - La destination confiance  
Dispositif France TV France 2 - France 3  
9 au 23 juin.
- Brief #2 spot TV de 30s – inspirationnel  
Diffusion en juillet

### PLAN MEDIA - cible B2B et B2C

- Elaboration plan de communication - réassurance sanitaire
- Réflexion campagne multicanale avec contenu inspirationnel et des offres commerciales (accueils influenceurs/presse, newsletters pro/GP, print, campagne online, tv, référencement)



La Corse, destination confiance



# Actions à court terme – Été 2020

## TOURISME SOLIDAIRE

L'ATC coordonne un dispositif de Tourisme solidaire sur tout le territoire afin de promouvoir et d'accompagner un tourisme intra régional et de récompenser les publics qui ont œuvré à lutter contre l'épidémie de CoVID-19, décliné sous 3 dispositifs différents :

- **Un dispositif de récompense aux personnels des services des différents hôpitaux de Corse,**
- **Un dispositif « chèques- vacances Tourisme »** permettant de cibler les « héros de l'épisode de confinement" ainsi que les publics les plus fragilisés par la crise,
- **Un dispositif destiné à promouvoir le tourisme local** : Mise en valeur des territoires **afin d'inciter à « Voyager chez nous »** en partenariat avec les OT et l'ensemble des professionnels (transporteurs, hôtels, campings, gîtes de Corse, résidences de tourisme, Villages de vacances, activités etc ...)

Offres consultables sur **visit.corsica**

# Actions à court terme – Été 2020

## Marché FRANCE

- Spot TV prévu pour le mois de juillet sur France Télévisions

## Marché ITALIE

- Campagne de communication sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook)

## Marché BELGIQUE

- Montage d'une **campagne vidéo sur les réseaux sociaux** ciblant la zone Bruxelles et Wallonie (réutilisation du spot TV)

## Marché GRANDE BRETAGNE

- **Réflexion sur une communication de reprise** selon l'actualité des connexions aériennes et des tours opérateurs
- **Projet d'une campagne vidéo sur les réseaux sociaux** (reprise du Spot TV modifié avec voix off en anglais) de réassurance sanitaire dès la levée des procédures de quarantaine, qui conditionnent la reprise des vols Air Corsica (NB: vols Easyjet et British Airways suspendus jusqu'au 29 août)

## Marché SUISSE

- Campagne de marketing online ciblant exclusivement les millenials, les couples sans enfants - thématique: nature
- Campagne digitale "10 raisons de venir en Corse" (action pressentie en juillet)
- Campagne TV sur RTS mi-août soutenue par un dispositif de marketing digital en adéquation avec nos cibles identifiées
- Campagne digitale online dédiée exclusivement aux séniors (action pressentie en août) - thématique nature, art de vivre & gastronomie

# Actions à court terme – Été 2020

## Marché ALLEMAGNE

- Campagne marketing visant essentiellement nos bassins émetteurs (Bavière, Bade Wurtemberg, Hesse, Rhénanie du Nord Westphalie) pour une durée de 6 semaines
- Campagne radio correspondant à nos segments. Cibles géographiques identiques à savoir nos bassins émetteurs du Sud de l'Allemagne: Bade Wurtemberg et Bavière.
- Option d'une campagne TV sur chaînes câblées (Vox,Sat1)

## Marché AUTRICHE

- Campagne marketing digital, thématique nature en 3 phases :
  - cibles millenials dans un 1er temps,
  - couples sans enfants et familles dans un second temps
  - seniors dans un dernier temps (pressentie en juillet)
- Workshop French Rendez-Vous :
  - plateforme en ligne avec tours opérateurs des marchés d'Autriche et d'Europe centrale à savoir République Tchèque, Hongrie, Bulgarie, Roumanie.... 92 rendez-vous potentiels susceptibles pour de nouvelles programmations potentielles à très court terme

# Actions à moyen terme – Automne 2020

## Marché BELGIQUE

- Campagne d'e-mailing B2B mesures sanitaires et réassurance
- Eventuelle participation au workshop presse "Explore France" le 16 septembre
- Participation au workshop Travel in France le 17 septembre

## Marché PAYS BAS

- Accueil média (en standby)

## Marché GRANDE BRETAGNE

- Campagne e-mailing de réassurance sanitaire B2B & B2C
- Participation au Salon World Travel Market (soumise à l'actualité de la pandémie)

## Filière TOURISME D'AFFAIRES

*Renfort de la présence sur les canaux de communication*

- Campagne d'emailing B2B réassurance et "Hâte de vous revoir en Corse"
- Pages Affaires : [www.visit-corsica.com/Magazine/Tourisme-d-affaires](http://www.visit-corsica.com/Magazine/Tourisme-d-affaires) : vitrine de l'offre et de l'actualité des partenaires
- Reportage Presse spécialisée et supplément digital
- participation workshop le 3 septembre, cible Agences parisiennes/Mice.

# Actions à moyen terme – Automne 2020

## Marché FRANCE

### Salons :

- participation au salon **IFTM** initialement prévu 2ème quinzaine de **novembre** à Paris (date à confirmer)
- participation au salon **Nautic** qui se déroulera du **5 au 13 décembre** à Paris

### Accueils presse

- Invitation aux Voyages Arte
- Echappées Belles France Télévision
- Question Maison France Télévision
- The Explorers
- Master Chef
- Le Figaro Madame

## Marché SCANDINAVIE

- **Prévision d'anticiper la communication promotionnelle** en lancement de la **saison 2021** dès octobre/novembre 2020. (suspension de la campagne d'affichage "notoriété générale" et thématique "nature et activité" centrée sur les bassins de **Goteborg et Copenhague**).
- **montage campagne avec Air Corsica / Langley Travel / Atout France et ATC**
- accueil média en standby
- accueil en Corse shooting catalogue Spijdersports (chaîne de magasin outdoor au Danemark) + évènement sur place en magasin (diffusion films, accueils et info touristique du public & animation produits régionaux "wellness")

# Actions à moyen terme – Automne 2020

## Marché REPUBLIQUE TCHEQUE

- Programme Hannah Ambassador; thématique : nature
- Accueil d'une équipe de tournage, action de co-branding avec une marque d'activité de pleine nature
- Valorisation du partenariat par le biais d'une campagne digitale

## Marché RUSSIE

- Newsletter à tout le réseau de tours opérateurs russes afin de dynamiser la programmation de notre destination

## Marché ALLEMAGNE

- Workshop sur le Rhin, rendez-vous avec les tours opérateurs allemands / 40 entretiens potentiels

# Rappel des actions avant COVID

## Marché BELGIQUE LUXEMBOURG

- Campagne d'affichage dans les gares de **Bruxelles midi, Gand et Anvers** au dernier trimestre 2019
- Campagne "**fêtes & manifestations**" sur la place Stéphanie à **Bruxelles** au dernier trimestre 2019
- Participation au **Salon des Vacances de Bruxelles** (février 2020 - 16 exposants + ATC)
- Campagne d'affichage (partenariat **Corsica Ferries, Aircorsica & Gites de France**) Bus et Trams à **Bruxelles, Anvers & Gand** du 14 au 17 février
- **Campagne vidéo** digital screens *Kinepolis* (cinéma multiplex) au **Luxembourg** du 10 au 16 février et 2 au 8 mars



VISIT.CORSICA  
L'ILE VERTE DE MEDITERRANEE



# Rappel des actions avant COVID

## Marché PAYS-BAS

- Campagne avec le Partenaire **Bever** au dernier trimestre 2019
- Participation au **salon mixte Vakantiebeurs** du 14 au 19 janvier à **Utrecht**
- Participation au **salon thématique Fiets en Wandelbeurs** du 28 février au 1er mars à **Utrecht**
- Campagne d'**affichage outdoor**: grands formats lumineux sur axes routiers reliant les **grandes villes du "Randstad"** entre le 13 et le 26 janvier
- Campagne "**carousel facebook**" en partenariat avec **Corsica Ferries** et **Air Corsica** du 27 janvier au 9 février



# Rappel des actions avant COVID

## Marché GRANDE-BRETAGNE

- Campagne vidéo - digital screens salon Eurostar **avortée** en raison des évènements liés à la pandémie COVID-19
- Campagne B2C traditionnellement initiée en janvier a été **retardée** en raison des incertitudes liées au Brexit
- Adaptation des contenus sur les médias sociaux

## Marché FRANCE

- Salon Mahana à Lyon du 7 au 9 Février
- Accueil presse du 13 au 17 janvier

## Marché SUISSE

- Campagne image digitale sur 2 bassins émetteurs: 8 écrans à Zurich et 10 écrans à Genève hyper centre - début mars



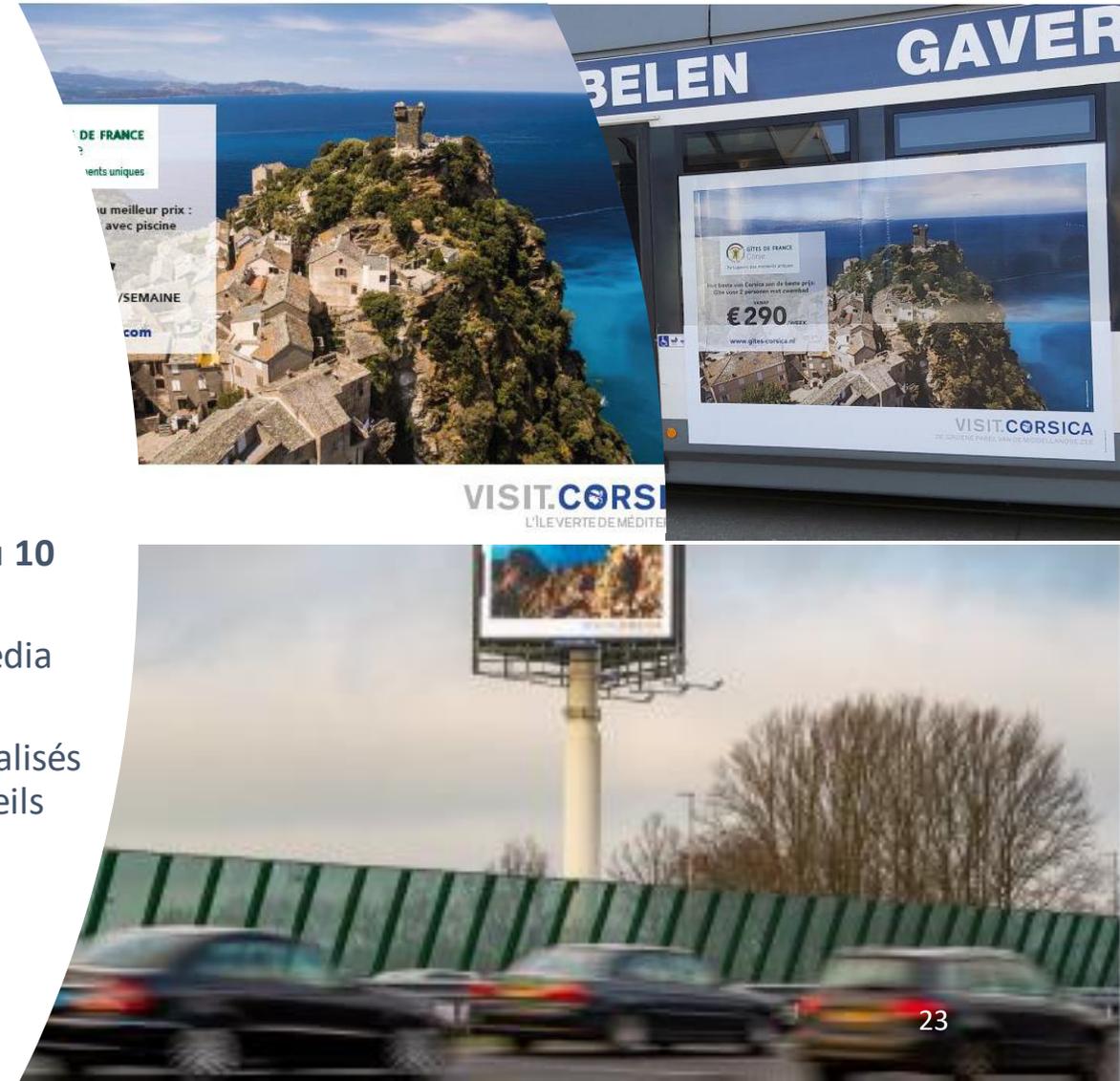
# Rappel des actions avant COVID

## Marché ALLEMAGNE

- Campagne affichage classique et online : 450 citylight posters sur Francfort, Munich et Stuttgart du 10 au 16 mars 2020
- Campagne marketing et digitale outdooractive
- Salon Fahrrad du 11 au 12 janvier à Stuttgart dédié à la thématique cyclotourisme et valorisation de la GT20.

## Marché AUTRICHE – EUROPE CENTRALE

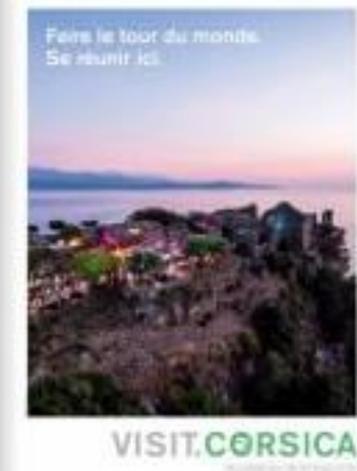
- Affichage digital à Salzbourg du 20 janvier au 2 février et à Vienne du 10 au 23 février
- Campagne de marketing digital soutenu par un dispositif de social média et d'un dispositif de promotion en ligne ciblé nature active.
- Médiatour: rencontres le 25 février de journalistes et blogueurs spécialisés sur nos thématiques identifiés sur les marchés en perspectives d'accueils et de collaborations futures.



# Rappel des actions avant COVID

## Filière TOURISME D'AFFAIRES

- Participation à la rencontre **PURE FRANCE** by Globe Network à Paris le 30/01/20, présence de 500 acheteurs français porteurs de projets Mice (cible : agences événementielles, incentives, entreprises et associations)
- Promotion de la Destination Corse sur le Segment Affaires
  - Référencement de la destination Corse Affaires via la plateforme Bedouk Online, leader de référencement pour l'organisation d'événements professionnels.
- Action d'Emailing
- Cible : organisateurs de rencontres professionnelles
- Reportage dans Presse Spécialisée Affaires : Meet & Travel Mag Evénements & Conventions





VISIT.CORSICA



