

BILAN ANNUEL*

2023



OFFICE DE TOURISME
INTERCOMMUNAL DE BASTIA

*Document provisoire en date du 4.12.23

Rappel:

Le bilan annuel d'activités est la synthèse de l'ensemble des actions menées par l'Office de Tourisme au cours de l'année écoulée.

Il est présenté aux membres du Comité Directeur de l'Office de Tourisme au même moment que le compte administratif pour justifier notamment des dépenses réalisées.

Le bilan annuel d'activités est également transmis par l'Office de Tourisme à son organisme de tutelle, la **Communauté d'Agglomération de Bastia**, puis aux différentes instances et collectivités locales et régionales.

Enfin, le bilan d'activités est communiqué aux socio-professionnels partenaires de l'Office de Tourisme.

Le document est également disponible en ligne sur le site www.bastia-tourisme.corsica.

SOMMAIRE



Préambule	4
Introduction	7
Fréquentation physique	11
Fréquentation numérique	23
Stratégie digitale	31
Promotion	38
Commercialisation	55
Evènementiel	60
Moyens humains	75

PREAMBULE

LE TOURISME EN FRANCE : BILAN DE L'ETE 2023

ARTICLE ATOUT FRANCE / ACTUALITES / BILAN DE L'ETE

Publié le 01 Septembre 2023

BILAN DE L'ÉTÉ 2023

Le 29 août, Atout France était aux côtés d'Olivia Gregoire, Ministre déléguée en charge du tourisme, et d'ADN Tourisme pour présenter à la presse les premiers résultats de la saison.

L'été 2023 devrait tenir ses promesses. Après des mois de mai et de juin aux performances exceptionnelles puis un léger ralentissement début juillet, la fréquentation a rebondi au mois d'août. Le retour des clientèles asiatiques et une excellente arrière-saison laissent augurer d'un bilan estival qui devrait renouveler voire légèrement dépasser les performances globales de l'été 2022.

Une fréquentation domestique satisfaisante

Entre juillet et août 67% des Français sont partis en vacances (week-ends et séjours longs), un chiffre en augmentation de 3 points par rapport à l'an dernier selon le dernier Baromètre des intentions de départ des Français (réalisé par Opinion Way pour Atout France, ADN Tourisme et 11 CRTs du 16 au 22 août). 88% d'entre eux ont privilégié la France, un pourcentage équivalent à celui de 2022. Pour 40% des Français n'ayant pu partir en vacances, le motif financier reste le premier facteur explicatif.

Entre le 1er juillet et le 20 août 2023, 306 millions nuitées domestiques ont été réalisées, un chiffre similaire par rapport à 2022 (hébergement marchand et non marchand - dispositif ADN Tourisme / Flux Vision Tourisme).

Un été marqué par le retour des clientèles internationales

Si l'an dernier, la croissance de l'économie touristique était portée par le tourisme domestique (+5,3% de nuitées à l'été 2022 par rapport à 2019, selon l'INSEE) et les clientèles européennes, en 2023, ce sont les clientèles internationales (hors Union européenne) qui ont aussi dynamisé la période estivale.

A fin juillet, les arrivées aériennes en France des clientèles moyens et longs courriers ont augmenté de 29% par rapport à 2022. Ces progressions ont été +13% en juillet et +15% en août par rapport à 2022 portées par le retour important des voyageurs nord et sud-américains (+5% en juillet +8% en août par rapport à 2022) et un redémarrage notable des arrivées en provenance d'Asie - Pacifique : +81% en juillet comme en août par rapport à l'an dernier, soit « seulement » des retraits de 41% en juillet et 44% en août par rapport à la période pré-pandémie (source Forwardkeys pour Atout France).

Les clientèles européennes de proximité ont répondu présentes, en particulier en août, notamment les Néerlandais (+26% de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air sur la semaine du 15 août par rapport à la même semaine en 2022), les Britanniques (+9% sur cette même semaine), ou encore les Allemands (+15%).

Sur les 3 premières semaines d'août, la fréquentation des clientèles internationales dans leur ensemble a progressé de 20% dans l'hébergement de plein air par rapport à 2022 (France Tourisme Observation).

Les réservations aériennes d'août à octobre sont également positives :

- Les Chinois amorcent leur retour depuis le début de l'été mais le niveau reste en retrait par rapport à 2019 (+5314 % par rapport à 2022, année encore soumise aux restrictions de déplacements, et -69% du niveau de 2019 en termes de réservations aériennes d'août à octobre),
- Le retour de la clientèle japonaise se confirme (+140% par rapport à l'an dernier en arrivées en juillet et en réservations à trois mois, toutefois toujours en retrait de -45% par rapport à 2019),
- Les Etats-Unis devraient retrouver leurs niveaux de 2019 (+22% de réservations par rapport à l'an dernier, -1,6% par rapport à 2019), et le Canada les dépasser (+ 27 % par rapport à 2022 +8,6% de réservations par rapport à 2019). (source Forwardkeys pour Atout France)

Une répartition de la fréquentation par espace plus homogène

Selon les professionnels du tourisme (enquête ADN Tourisme), les destinations choisies par les vacanciers diffèrent légèrement des étés précédents.

Si le littoral reste, comme à l'habitude, la destination la plus fréquentée tant par les clientèles domestiques qu'internationales, le bord de mer a connu un léger retrait sur le mois de juillet, comparé à 2022 qui avait été exceptionnel, au profit des destinations montagne et campagne qui ont connu une hausse de fréquentation.

Pour les destinations urbaines, la fréquentation est également dynamique grâce notamment aux belles performances de l'hébergement locatif qui compensent un léger tassement des taux d'occupation dans l'hôtellerie.

Une belle saison estivale 2023 pour l'hôtellerie de plein air et l'hébergement locatif

Selon France Tourisme Observation, l'hôtellerie de plein air a enregistré 79 millions de nuitées (du début juillet au 20 août), en très légère hausse (+0,8%) par rapport à 2022, alors que l'été 2022 était déjà record. La performance du mois de juillet 2023, qui a démarré plus tardivement, a été compensé par les très belles performances de la deuxième quinzaine d'août (+6,3% de nuitées pour la semaine du 15 août par exemple par rapport à 2022). Le mois de septembre s'annonce également dynamique.

L'hébergement locatif poursuit sa croissance avec un volume de nuitées en augmentation de près de 12% par rapport à juillet 2022. (AirDNA pour Atout France)

Dans l'hôtellerie, les taux d'occupation en juillet et en août sont en léger retrait par rapport à l'an dernier (- 2,2 points), conséquence potentielle de la forte augmentation des prix moyens par rapport à 2019 (+ 28,2%). (source MKG Destination pour Atout France)

Ces résultats traduisent la volonté d'une partie des clientèles de mieux maîtriser leur budget dans le contexte inflationniste actuel.

Une belle saison estivale 2023 pour l'hôtellerie de plein air et l'hébergement locatif

Selon France Tourisme Observation, l'hôtellerie de plein air a enregistré 79 millions de nuitées (du début juillet au 20 août), en très légère hausse (+0,8%) par rapport à 2022, alors que l'été 2022 était déjà record. La performance du mois de juillet 2023, qui a démarré plus tardivement, a été compensé par les très belles performances de la deuxième quinzaine d'août (+6,3% de nuitées pour la semaine du 15 août par exemple par rapport à 2022). Le mois de septembre s'annonce également dynamique.

L'hébergement locatif poursuit sa croissance avec un volume de nuitées en augmentation de près de 12% par rapport à juillet 2022. (AirDNA pour Atout France)

Dans l'hôtellerie, les taux d'occupation en juillet et en août sont en léger retrait par rapport à l'an dernier (- 2,2 points), conséquence potentielle de la forte augmentation des prix moyens par rapport à 2019 (+ 28,2%). (source MKG Destination pour Atout France)

Ces résultats traduisent la volonté d'une partie des clientèles de mieux maîtriser leur budget dans le contexte inflationniste actuel.

Une très bonne arrière-saison en perspective

Près de 50% des Français interrogés ont prévu de partir en week-end ou séjour plus long sur le mois de septembre (+ 6 points) et 35% sur le mois d'octobre (+ 5 points), des prévisions en forte augmentation par rapport à l'an dernier. (Opinion Way)

Les carnets de réservation sont plus remplis par rapport à l'an dernier pour l'hôtellerie (+ 7 points selon MKG Destination pour Atout France), et surtout pour l'hôtellerie de plein air (+26% selon France Tourisme Observation) pour septembre.

Différents facteurs et événements devraient permettre à la saison de s'étirer jusqu'aux vacances de la Toussaint : la reprise du tourisme d'affaires pour les espaces urbains, une météo clémente incitant les personnes non contraintes par la rentrée scolaire à voyager, et naturellement la Coupe du monde de Rugby pour laquelle 600 000 voyageurs internationaux sont attendus.

Ainsi, pour l'année 2023 dans sa globalité, la fréquentation internationale pourrait atteindre entre 78 et 82 millions d'arrivées internationales selon les estimations d'Atout France (compte tenu du niveau de rebond de la clientèle asiatique), contre 90 millions en 2019 (Insee), pour des recettes estimées par Atout France entre 64 et 67 milliards d'euros (contre 58 milliards d'euros en 2022 – Banque de France).

► Pour en savoir plus :

- [Données Observation Atout France - Eté 2023 - 29 août 2023](#)
- [Données ADN Tourisme - Eté 2023 - 29 août 2023](#)
- [Baromètre des vacances des Français - OpinionWay - 29 août 2023](#)

INTRODUCTION

EN CORSE : UNE FREQUENTATION TOURISTIQUE STABLE

DES EFFETS D'ANNONCES PESSIMISTES...

En Corse, la saison touristique aura été ponctuée par une succession d'effets d'annonces au cours desquelles certains acteurs l'ont qualifiée de "décevante", voire même pour les plus pessimistes de "catastrophique", alors même parfois, que cette dernière venait tout juste de débiter.

Ces prévisions aussi alarmistes que prématurées, prédisant une fréquentation en baisse pour notre destination, ont été très largement relayées par les médias régionaux et nationaux.

Une "baisse de fréquentation" en Corse annoncée notamment par Madame Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des PME, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, au cours d'une conférence de presse, tenue en présence des présidents d'**ADN Tourisme** et d'**Atout France**, pour dresser le **bilan de la saison touristique en France** et ce, dès la fin du mois d'août...

Le martèlement de ces prévisions pessimistes, ont incontestablement alimenté une forme de défiance à l'égard de notre région présentée comme une destination devenue inaccessible, en raison de la cherté des transports et de la vie sur l'île, mais pas que ...

En effet, les médias ont usé - voire abusé - de tous les sujets : transport hors de prix, vie chère, canicule, quotas visant à lutter contre la sur-fréquentation, remise en cause de la stratégie de promotion régionale qui ont pu dissuader d'une part certains visiteurs à séjourner en Corse, et ont contribué, d'autre part à créer un climat de méfiance - pour ne pas dire un climat anxiogène - auprès des acteurs du secteur.



...ET POURTANT !

A la lecture des statistiques communiquées début novembre par la **Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse**, concernant le trafic passagers dans les ports et aéroports insulaires, **les chiffres au 31 octobre apparaissent stables par rapport à 2022 et en légère baisse par rapport à 2019.**

		PORTS ET AEROPORTS DE CORSE						
		Année	Passagers	1er trim.	2ème trim.	3ème trim.	Octobre	Total
TOTAL PORTS ET AEROPORTS DE CORSE	2023	Passagers	706 987	2 207 559	4 117 140	594 204	7 625 890	6 915 713
	2022	Passagers	628 665	2 211 690	4 121 697	601 538	7 658 880	7 030 215
		Var. 23/22 %	12%	0%	-2%	-1%	0%	-2%
	2019	Passagers	678 542	2 276 542	4 178 293	546 027	7 678 864	7 020 999
		Var. 23/19 %	4%	-3%	-1%	9%	-1%	-1%

Sans tomber dans le travers inverse qui consisterait à se réjouir de manière excessive, il convient simplement et avec objectivité de constater que notre région a su résister, et qu'à l'heure du bilan, "la catastrophe" annoncée ne s'est heureusement pas produite.

UN CHANGEMENT DE COMPORTEMENT DES VOYAGEURS

Malgré le retour des clientèles européennes, la clientèle française reste toujours majoritaire. Bien qu'impactés par l'inflation et un pouvoir d'achat en baisse, les Français restent très attachés aux vacances - autour desquelles on observe une certaine sacralisation - et cela est d'autant plus vrai, depuis la pandémie.

Les Français sont bien venus en vacances sur l'île, mais ici comme ailleurs, leur manière de consommer à changer, amenant grand nombre d'entre eux à faire des arbitrages dans leurs dépenses.

Certaines professions comme les restaurateurs, par exemple, ont ainsi été plus impactés par ce changement de comportement que d'autres. De plus, l'essor des locations saisonnières partout en Corse, fortement appréciées notamment par la clientèle familiale, sans nul doute, a contribué à réduire les sorties aux restaurants.

Focus sur notre territoire

Les services de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia sont en lien constant avec les professionnels de son territoire notamment lors de réunions de son comité directeur, composé d'un collège d'élus représentant la Communauté d'Agglomération de Bastia mais également d'un collège de socioprofessionnels représentant les transporteurs, les hôteliers, les guides interprètes, les activités de loisirs et la filière MICE/ Tourisme d'affaires.

Brève synthèse des retours des professionnels concernant la saison touristique lors d'un comité directeur en date du 9 octobre dernier:

Les hôteliers

"Un printemps très moyen, une météo maussade y compris en juillet, de nombreuses annulations, une consommation freinée par l'inflation, des tarifs aériens très élevés, un démarrage tardif vers la mi-juillet, un excellent mois d'Août et une très bonne arrière-saison qui continue sur octobre. Des réservations de séjours plus longs, beaucoup d'étrangers, une augmentation importante de réservations de dernière minute.

Avec un mois d'octobre très favorable, les taux d'occupation des hôtels de janvier à octobre restent, en fin de compte, identiques à 2019, et pour certains équivalents à 2022, mais les marges se resserrent car les charges ont augmenté dans tous les domaines. De plus, les hôtels proposant de la restauration en extérieur ont connu des jours sans activité en raison d'une météo très défavorable au printemps et en juillet"...

Les guides conférenciers

Le rapport des guides conférenciers restitué en amont de la réunion par leur représentant au comité directeur laisse apparaître : "pour la clientèle groupe, un printemps médiocre, puis une excellente saison au-delà de celle de 2022 sur les mois d'Août, Septembre et Octobre. Pour la clientèle individuelle un très bon été, une remarque particulière sur une demande en augmentation pour la région de Bastia."

Le secteur du MICE/Tourisme d'Affaires

"L'activité MICE a été plutôt identique à 2022 et en augmentation cette année pour la région de Bastia"

La taxe de séjour

...collectée par les hôtels

Les recettes de la taxe de séjour collectée par les hôtels (cf. tableau ci-dessous) sont en augmentation par rapport à 2022 : + **22% sur l'avant saison** et + **4 % pour la période de juillet à septembre**.

Il est toutefois important de noter que ces chiffres ne sont pas définitifs, certains hôteliers n'ayant pas effectué l'intégralité de leur déclaration mensuelle.

Un nouveau point sera fait dès réception des déclarations de tous les établissements hôteliers sur l'ensemble de l'année.

	2019	2022	% (2022-2019)	2023	% (2023-2022)	% (2023-2019)
TRIMESTRE 1	22 304	23 440	5%	26 311	12%	18%
JANVIER	5 623	6 311	12%	7 820	24%	39%
FEVRIER	6 615	7 560	14%	8 400	11%	27%
MARS	10 066	9 569	-5%	10 091	5%	0%
TRIMESTRE 2	81 515	78 848	-3%	96 229	22%	18%
AVRIL	17 732	16 614	-6%	19 341	16%	9%
MAI	26 072	24 604	-6%	33 994	38%	30%
JUIN	37 712	37 630	0%	42 894	14%	14%
TRIMESTRE 3	135 276	150 419	11%	156 353	4%	16%
JUILLET	41 167	48 738	18%	49 020	1%	19%
AOUT	53 659	59 401	11%	60 397	2%	13%
SEPTEMBRE	40 449	42 280	5%	46 936	11%	16%
TRIMESTRE 4	33 402	40 034	20%	23 066		
OCTOBRE	19 325	21 634	12%	22 036	2%	14%
NOVEMBRE	7 750	9 511	23%			
DECEMBRE	6 328	8 889	40%			
Total général	272 497	292 741	7%	301 958	3%	11%

...collectée par les plateformes de locations de meublés

En ce qui concerne les meublés, le montant n'est connu que très tard, il n'est en effet restitué par les plateformes que sur l'année N+1, c'est-à-dire courant janvier.

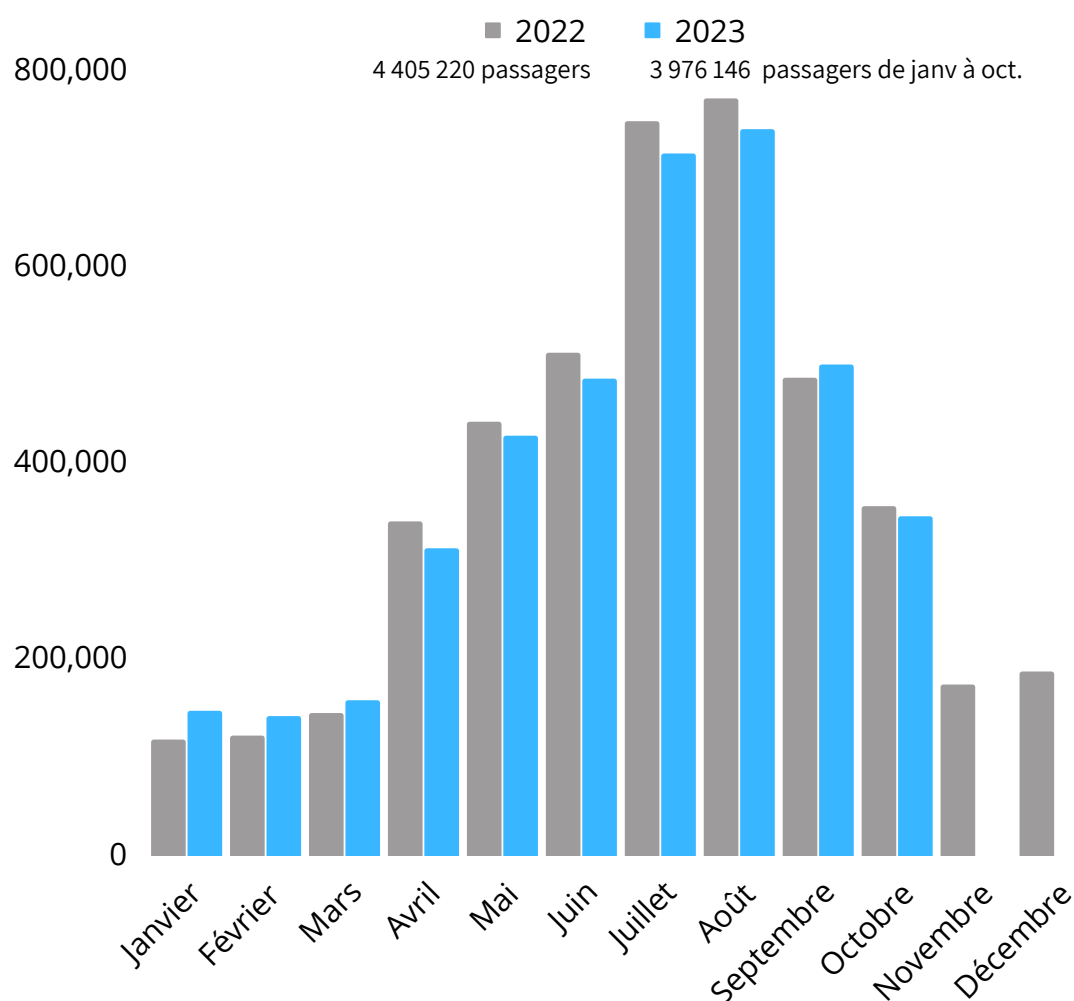
FREQUENTATION PHYSIQUE: INDICATEURS DE VEILLE

TRAFIC AERIEN RÉGIONAL

3 976 146 PASSAGERS DANS LES AEROPORTS DE L'ILE*

*hors mois de novembre décembre

Évolution du trafic "passagers" dans les aéroports de Corse

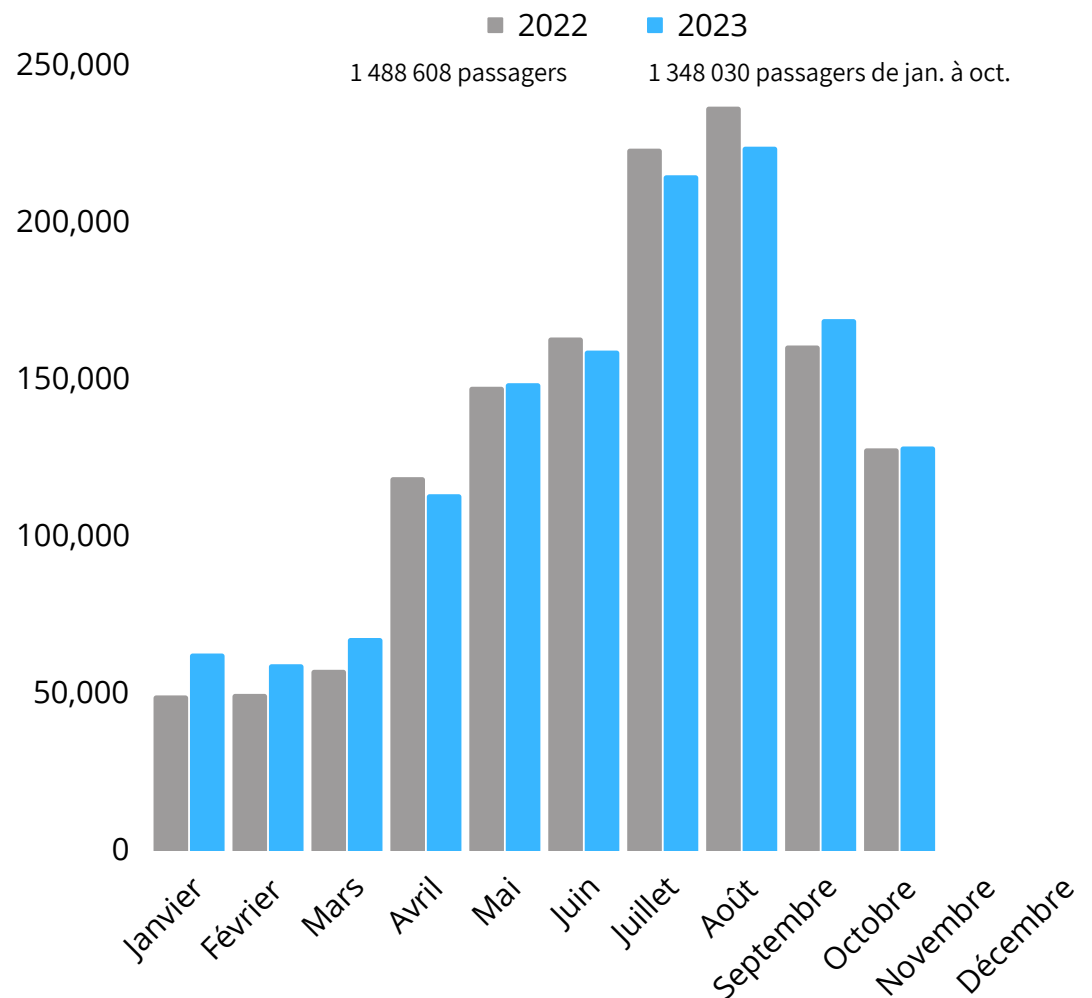


TRAFIC AERIEN

1 348 030 PASSAGERS À L'AÉROPORT BASTIA - PORETTA

*hors mois de novembre décembre

Évolution du trafic " passagers" à l'aéroport international Bastia - Poretta

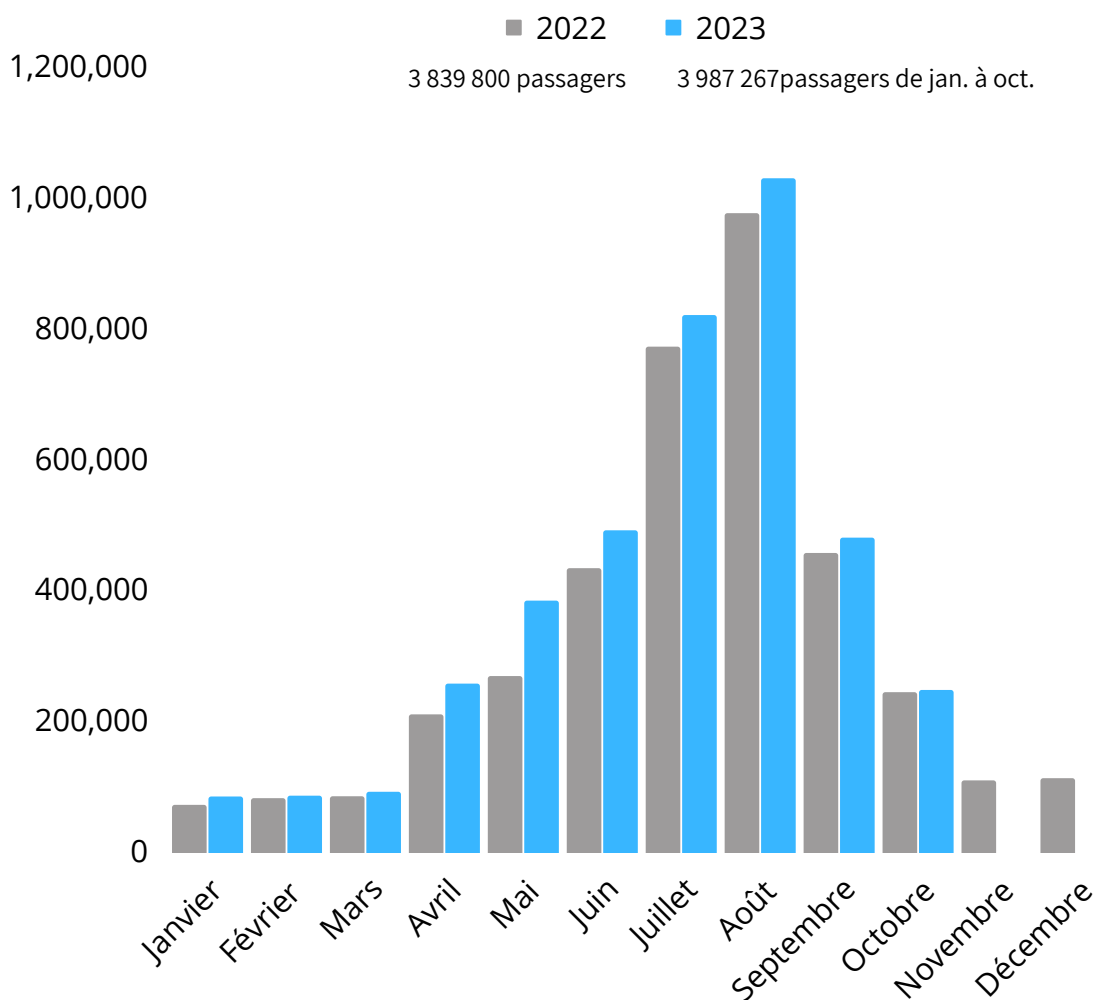


TRAFIC MARITIME REGIONAL

3 987 267 PASSAGERS DANS LES PORTS DE L'ILE

*hors mois de novembre décembre

Évolution du trafic " passagers" dans les ports de l'île

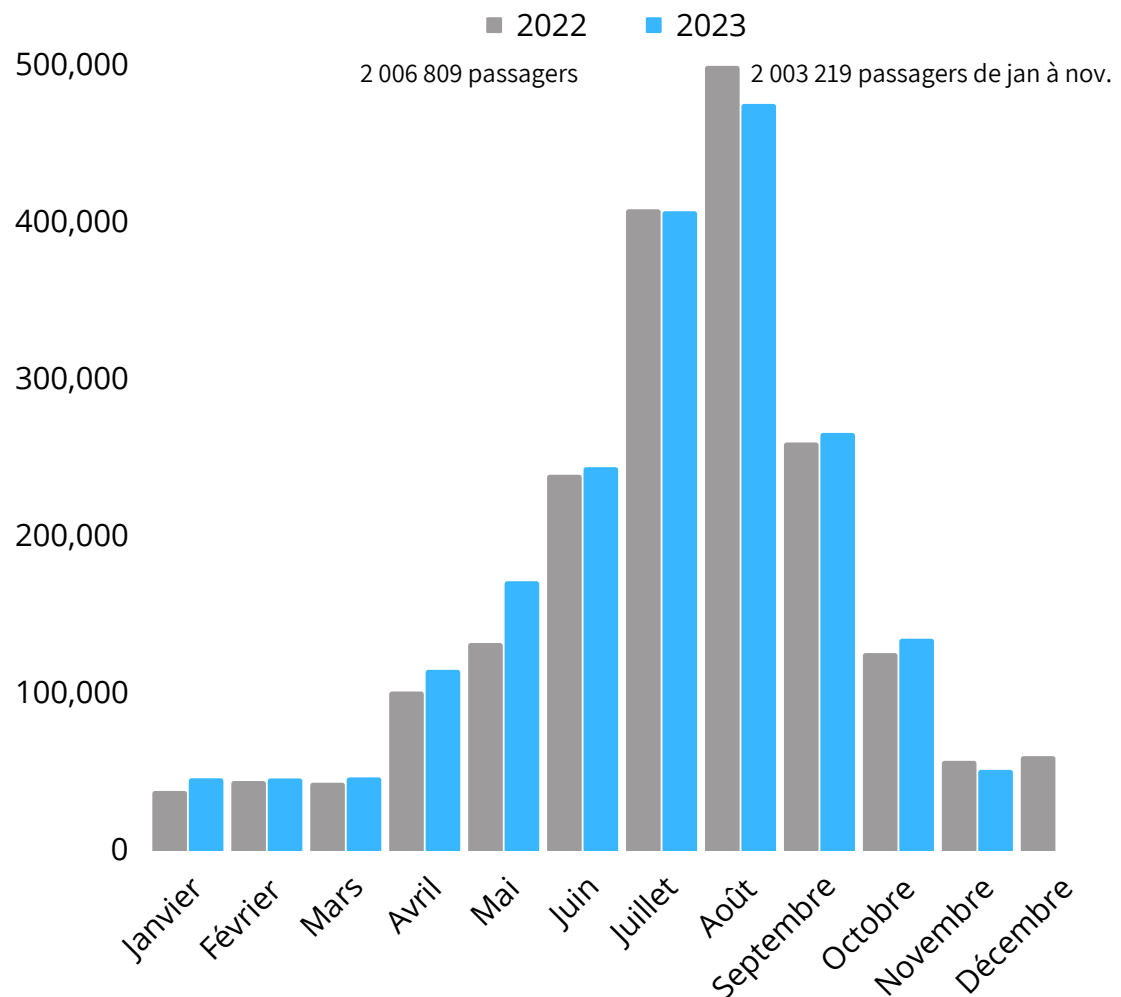


TRAFIC MARITIME

2 003 219 PASSAGERS AU PORT DE BASTIA

*hors mois de décembre

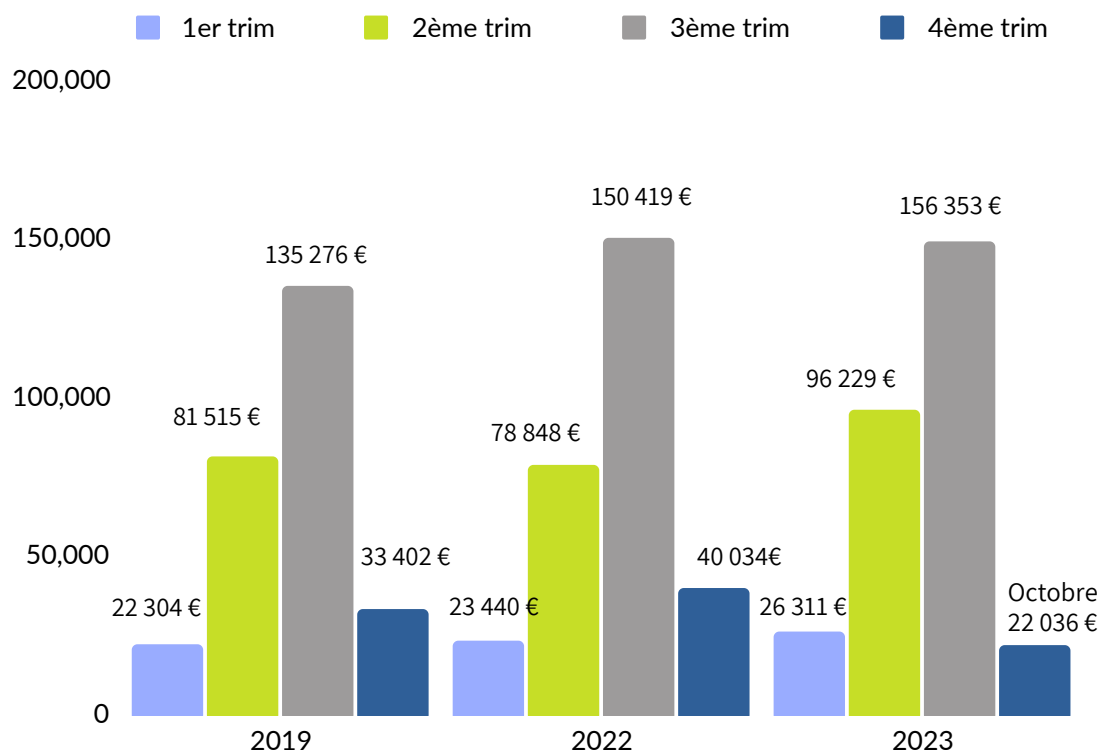
Évolution du trafic " passagers" au port de commerce de Bastia



TAXE DE SEJOUR HOTELS

301 958 € DE TAXE DE SEJOUR COLLECTEE

hors novembre et décembre 2023



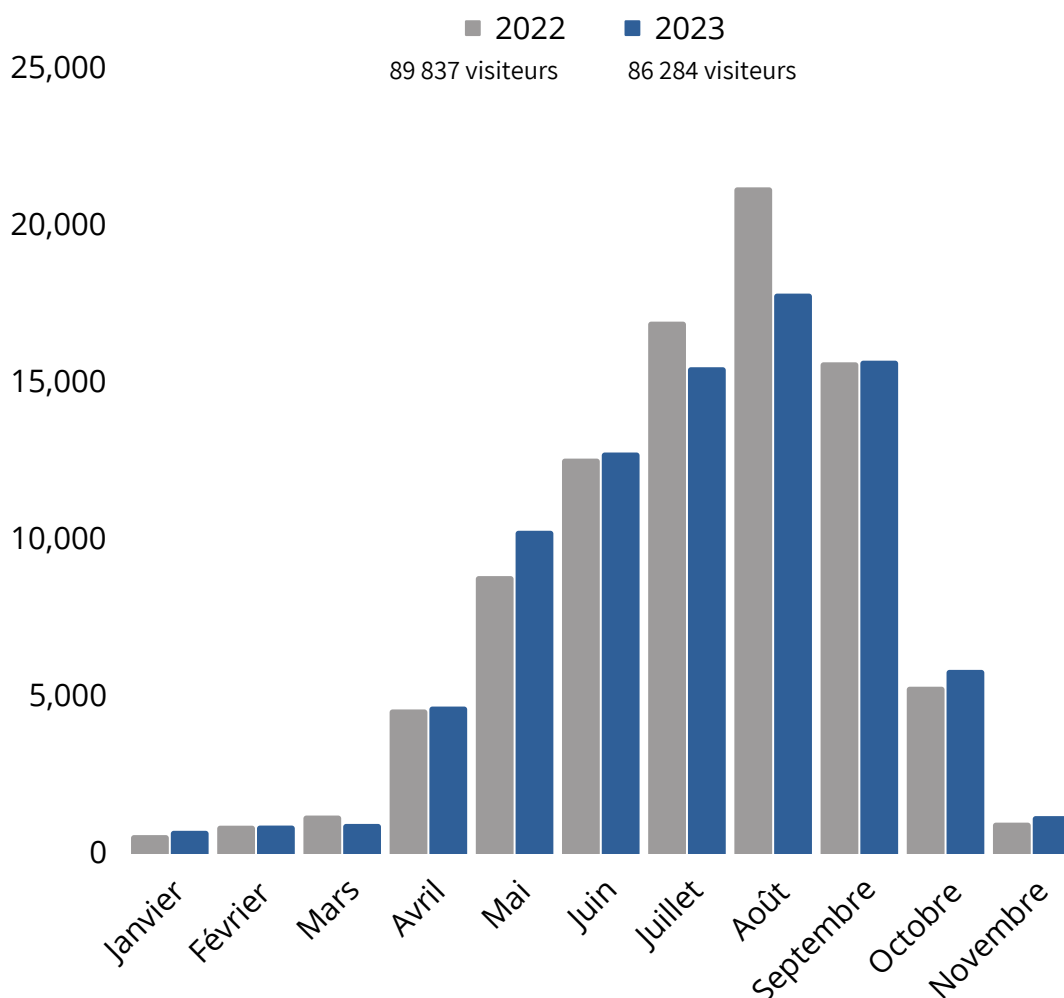
A noter, qu'au moment où le présent document a été rédigé, certains hôteliers n'étaient pas à jour de leur déclaration mensuelle. Aussi, les montants collectés évolueront sur l'ensemble de l'année 2023, dès réception de la totalité des déclarations.

FREQUENTATION PHYSIQUE

VISITEURS ENREGISTRÉS À L'OFFICE DE TOURISME

AU TOTAL 86 284 VISITEURS EN 2023*

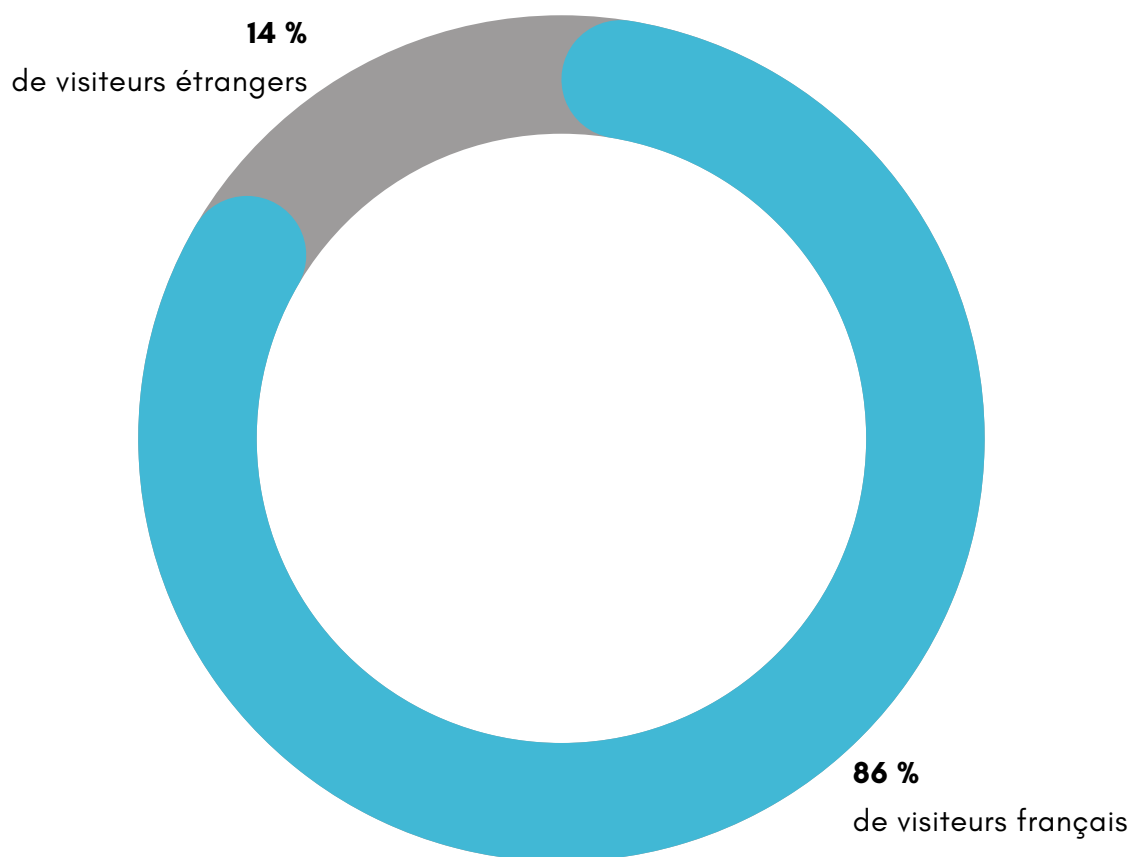
*de janvier à novembre



REPARTITION DE LA CLIENTELE

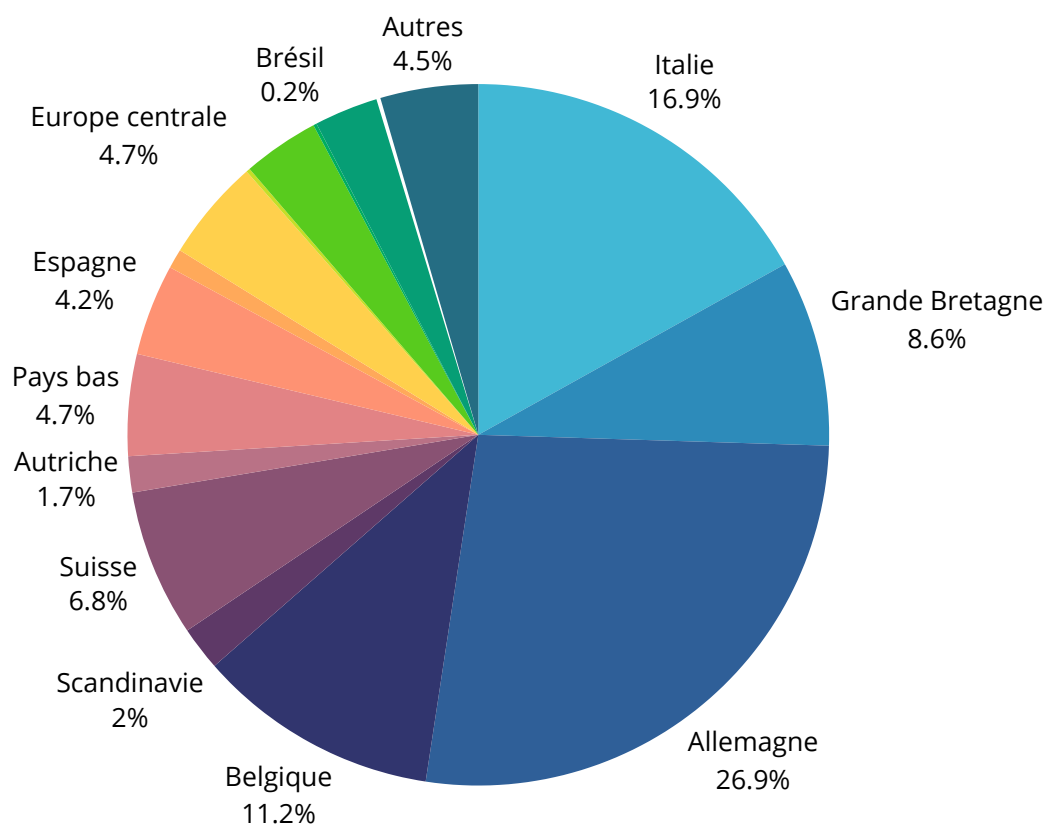
*de janvier à novembre

Sur un total de **86 284 visiteurs** accueillis et renseignés par les conseillers en séjour de l'Office de Tourisme, la clientèle française reste très largement majoritaire (87 % en 2022 vs 86 % en 2023).



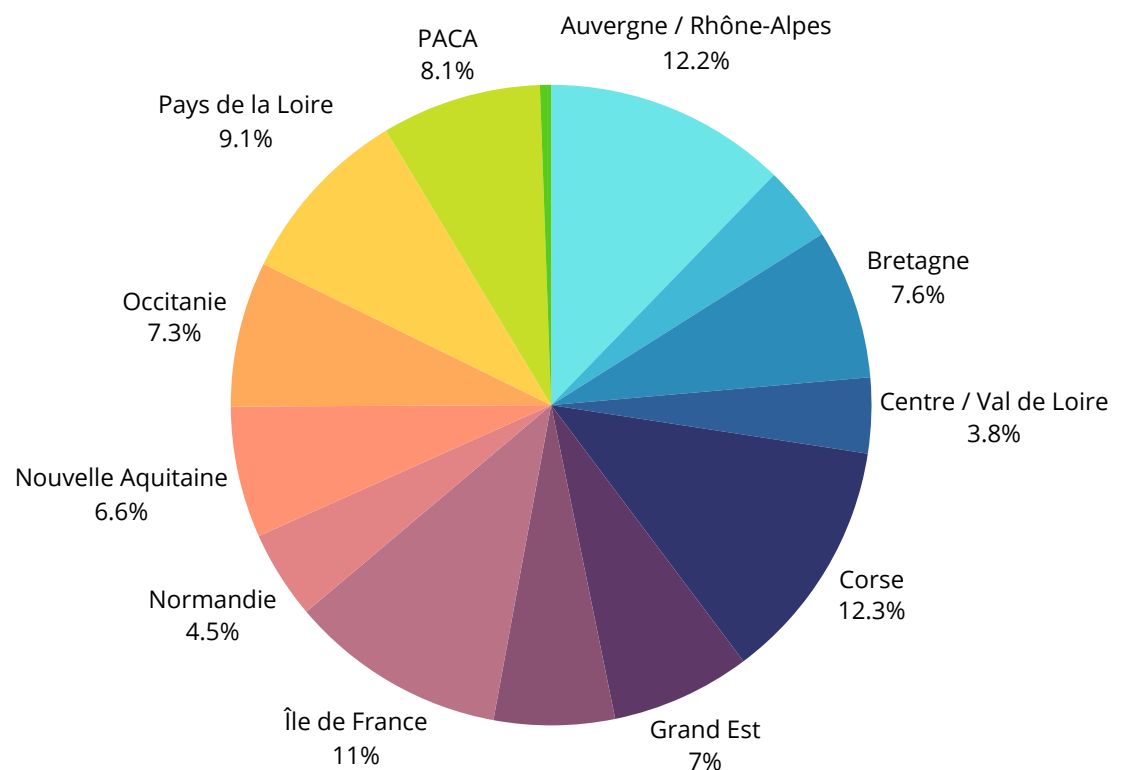
REPARTITION DE LA CLIENTELE ETRANGERE

Au total, ce sont **12 277 visiteurs** étrangers qui ont poussé les portes de l'Office de Tourisme. Au top 5 des clientèles les plus représentées : les **Allemands** (27%), les **Italiens** (17%), **les Belges** (11%), les **Britanniques** (9%) et les **Suisses** (7%).



REPARTITION DE LA CLIENTELE FRANCAISE

En 2023, les visiteurs en provenance de la région **Auvergne/Rhône Alpes** arrivent en 1ère position (12.2 % en 2023 vs 9.78 % en 2022) et ravissent la tête de classement à la région **Ile de France** qui occupe désormais la 3ème position (10.9 % en 2023 contre 13.13% en 2022), derrière les visiteurs locaux et régionaux de plus en plus représentés. (12.3 % en 2023 vs 9.59 % en 2022)

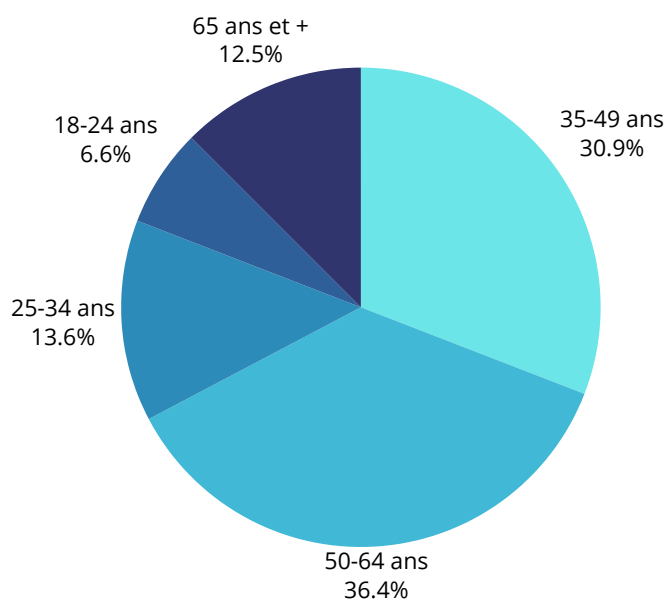


TYPOLOGIE DES VISITEURS

QUI SONT NOS VISITEURS ?

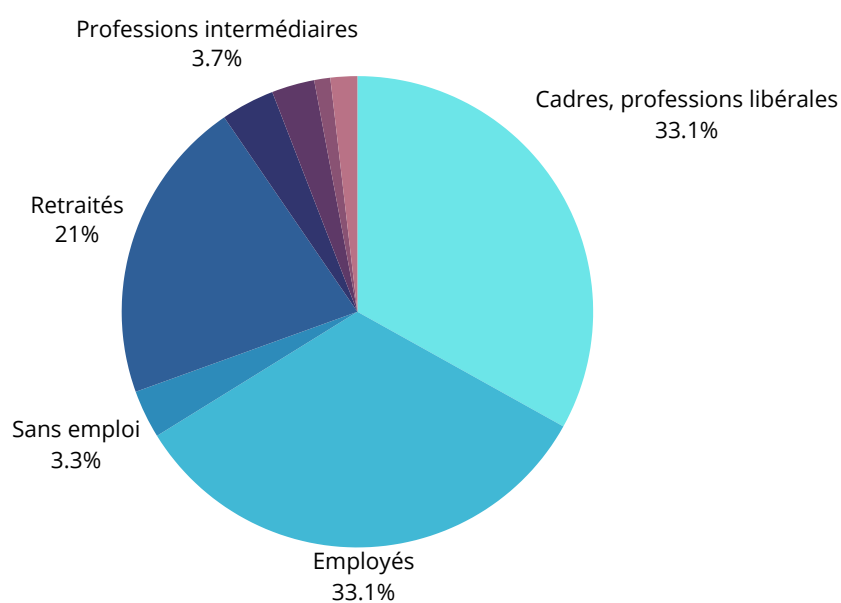
AGE :

- 36% des visiteurs se situent dans la tranche d'âge de 50 à 64 ans



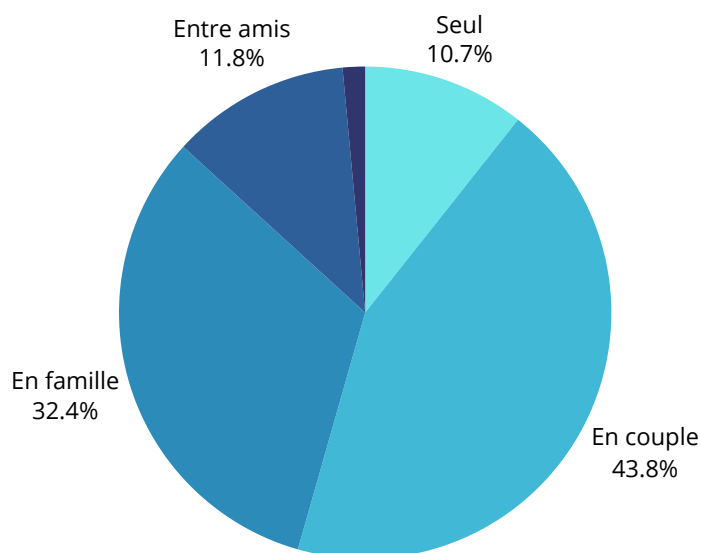
CATEGORIE SOCIO - PROFESSIONNELLE

- 33% des visiteurs occupent des professions de cadres ou exercent en libéral et 33 % sont des employés



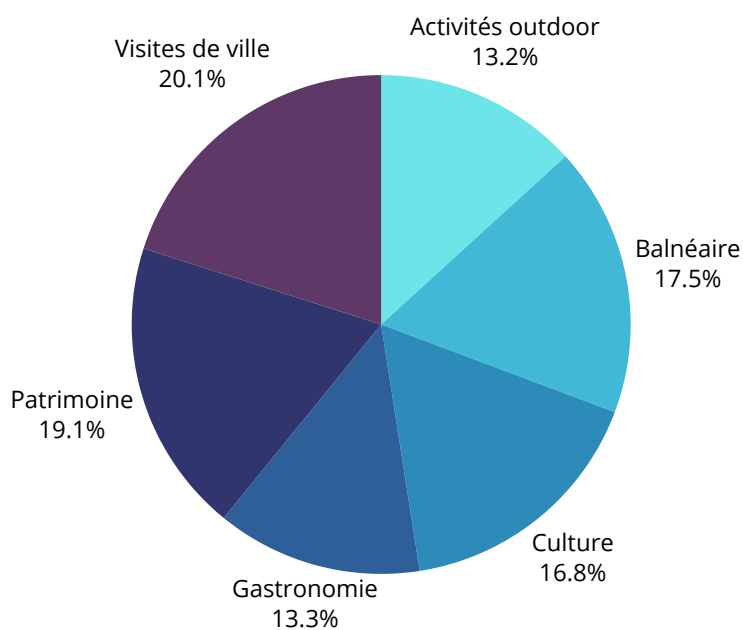
ILS VOYAGENT ...

- 44% des visiteurs séjournent en couple et 35% en famille



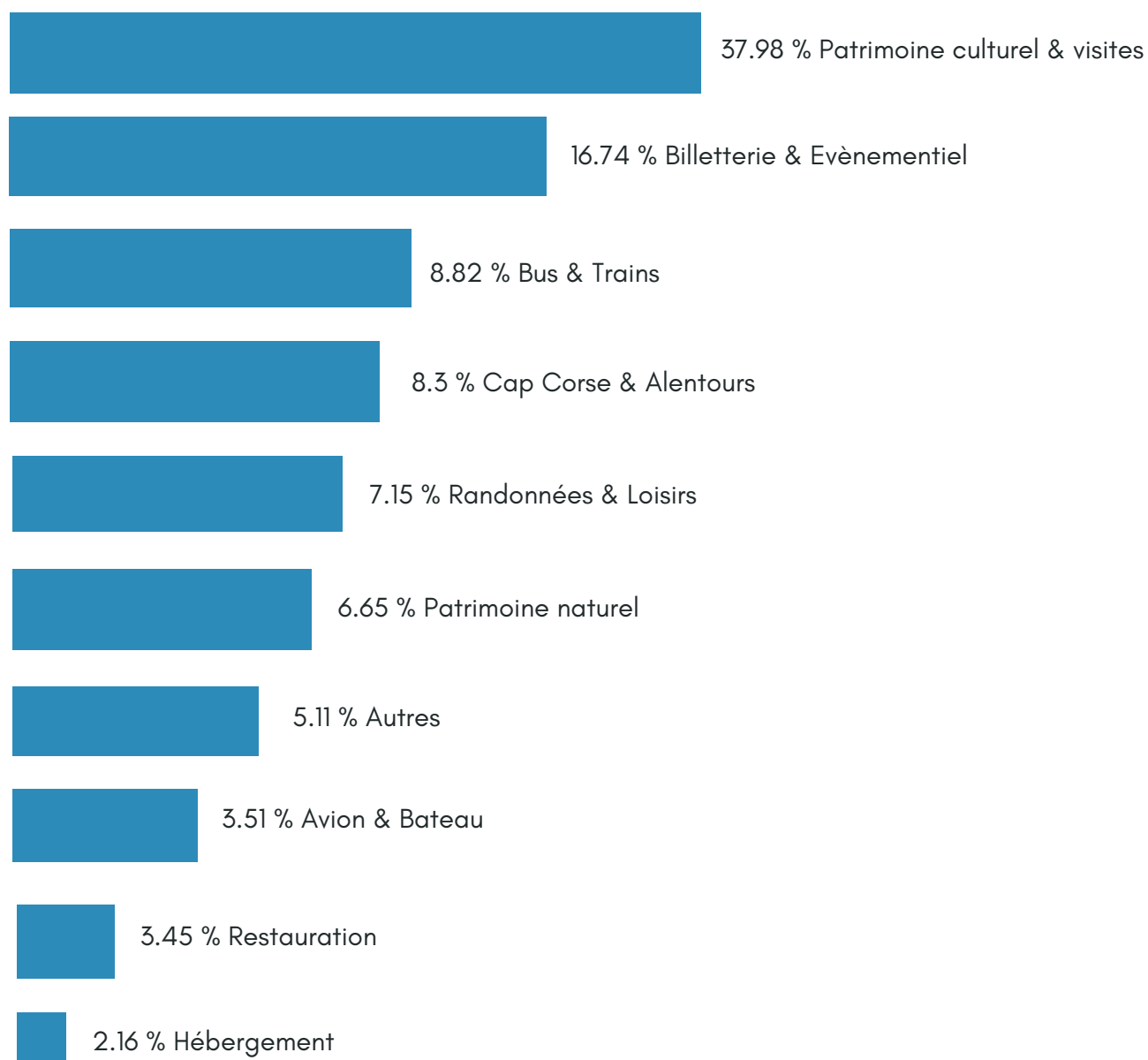
CENTRES D'INTERET

- 39 % des visiteurs sont intéressés par le patrimoine et les visites de ville



TYPLOGIE DES DEMANDES

QUELLES SONT LES DEMANDES DE NOS VISITEURS ?



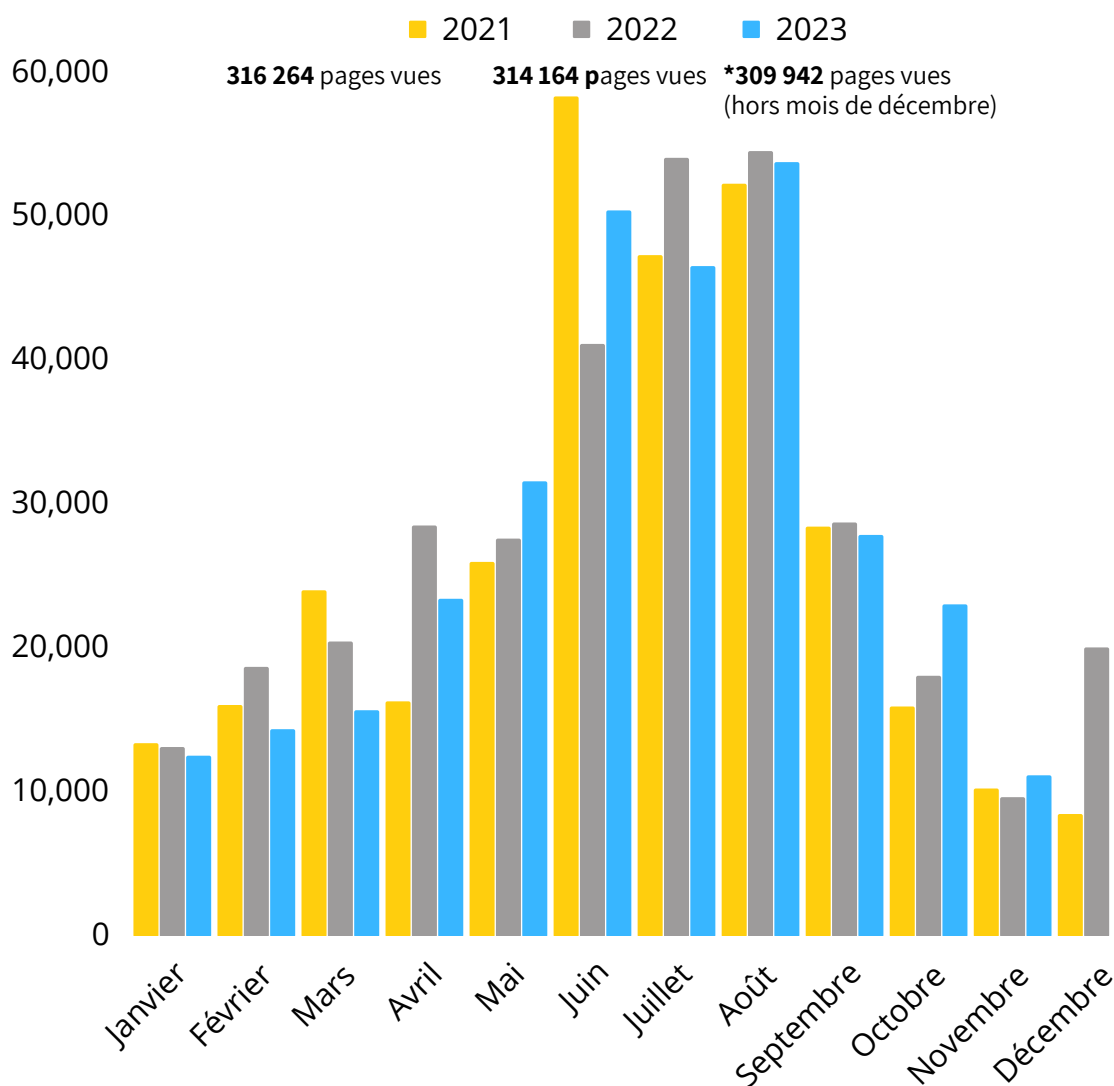
FREQUENTATION NUMERIQUE

LE SITE : WWW.BASTIA-TOURISME.CORSICA

AUDIENCE & PERFORMANCES

hors mois de décembre 2023

Évolution du nombre de pages vues

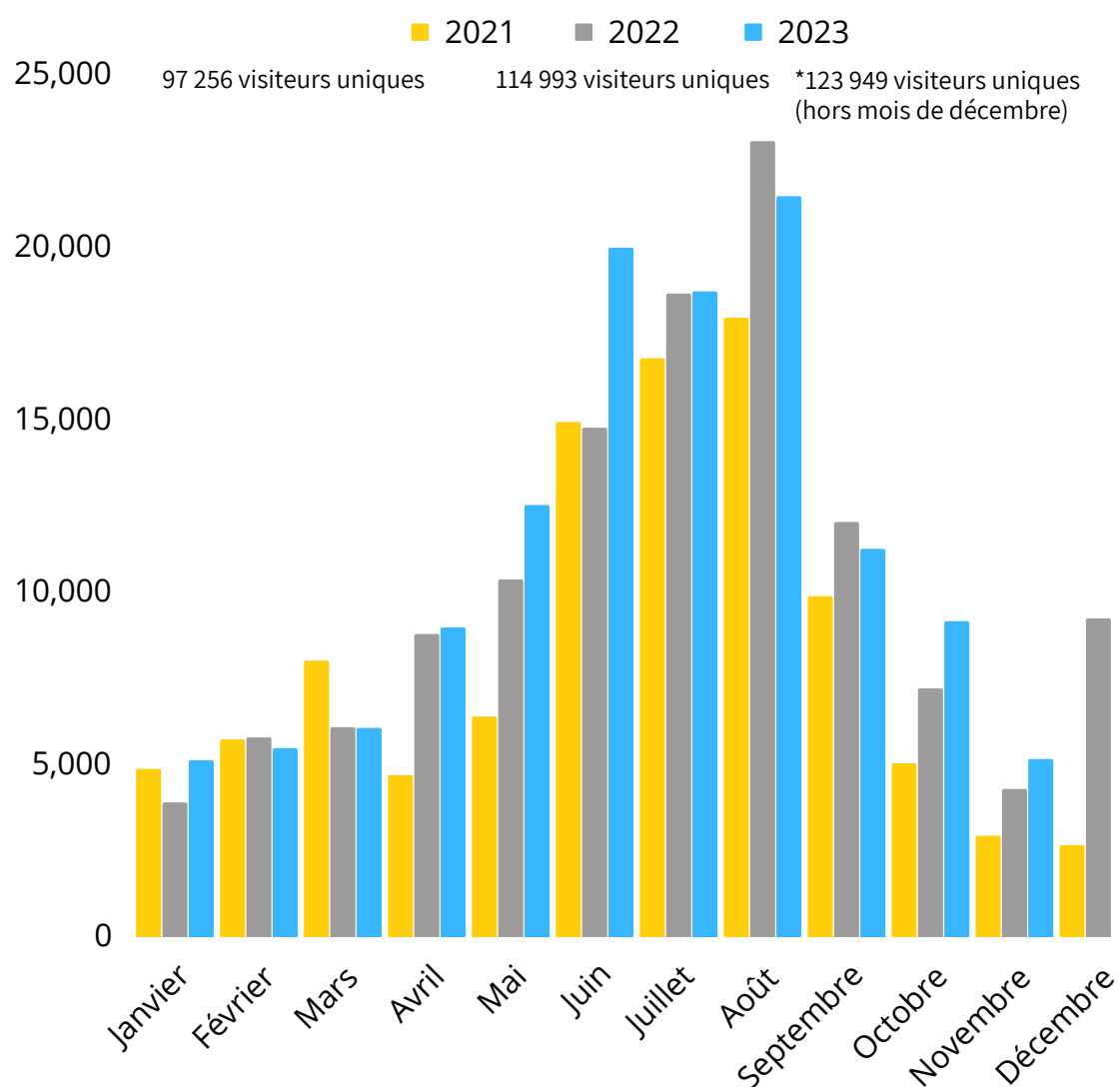


LE SITE : WWW.BASTIA-TOURISME.CORSICA

AUDIENCE & PERFORMANCES

hors mois de décembre 2023

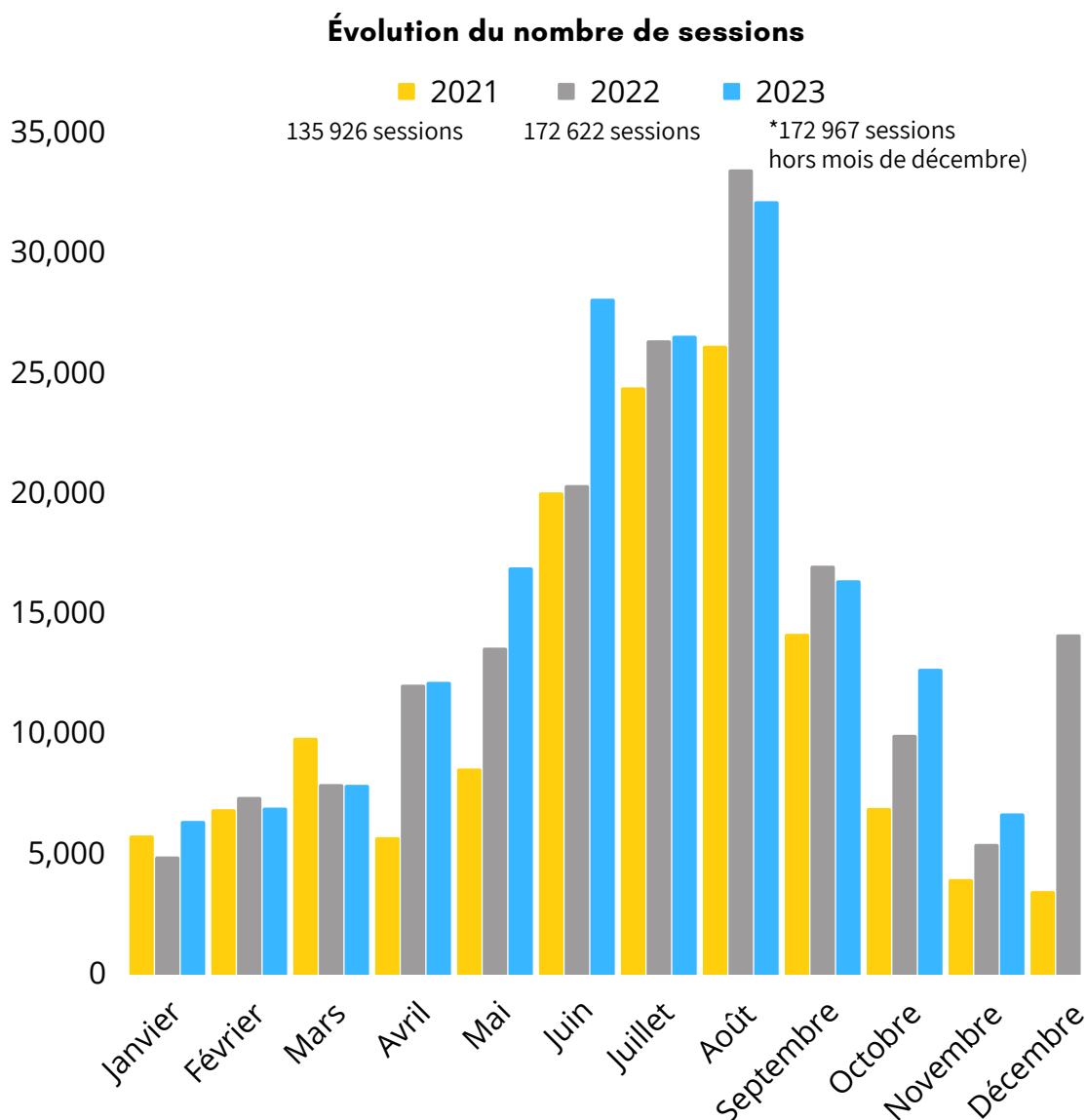
Évolution du nombre de visiteurs uniques



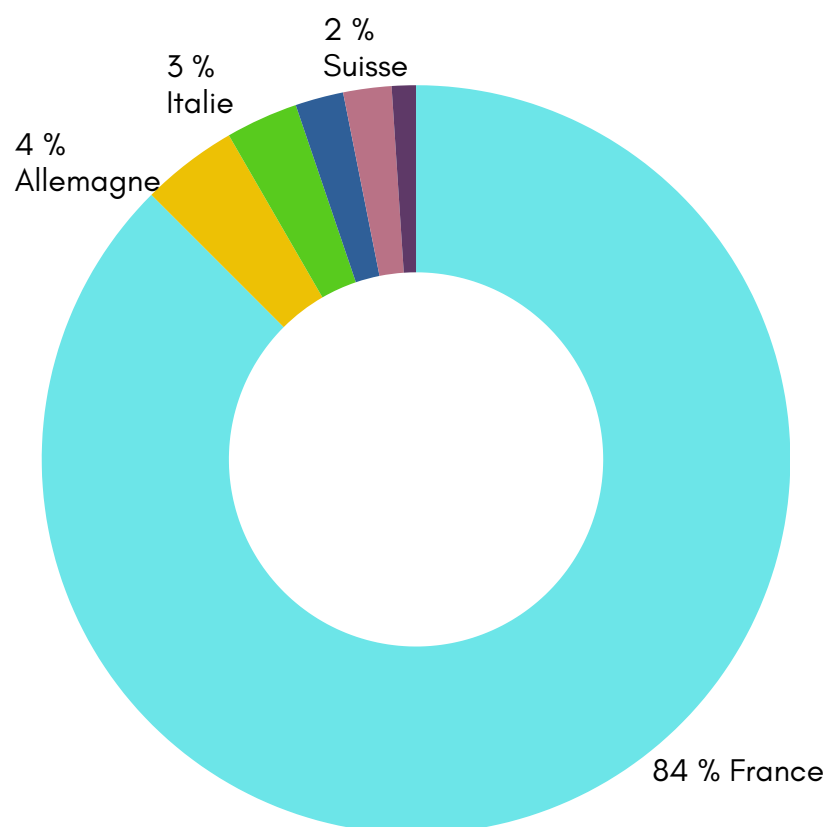
LE SITE : WWW.BASTIA-TOURISME.CORSICA

AUDIENCE & PERFORMANCES

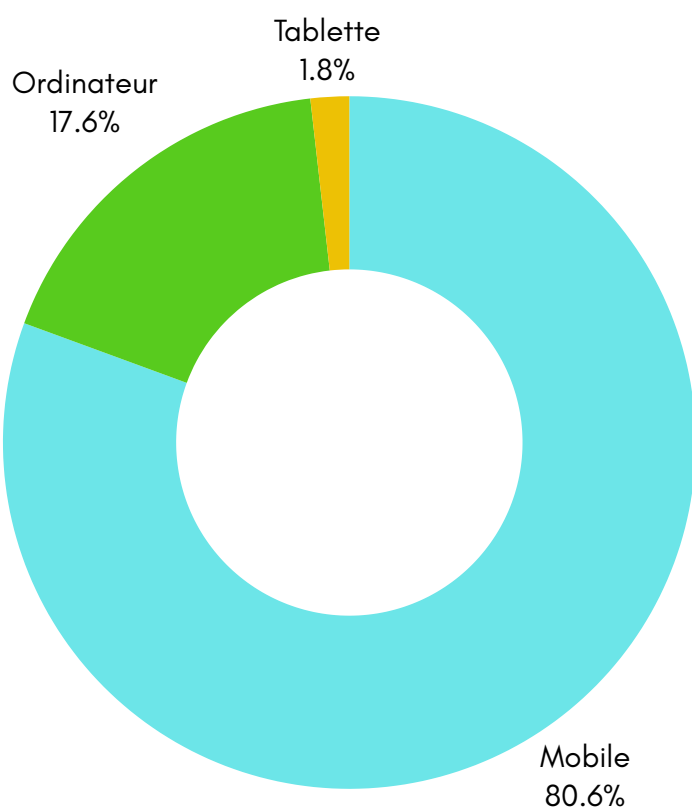
hors mois de décembre 2023



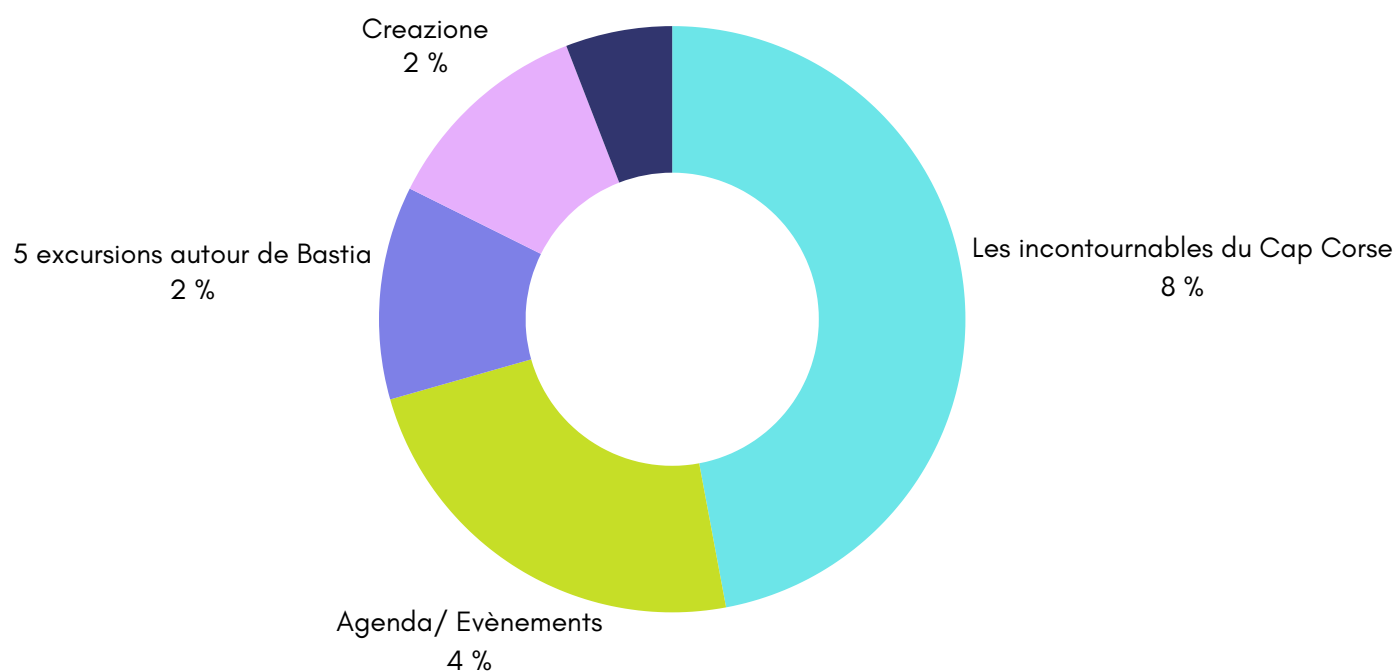
ORIGINE DES UTILISATEURS



UTILISATEURS PAR CATEGORIE D'APPAREIL



PAGES LES PLUS VUES



LES RESEAUX SOCIAUX

UNE COMMUNAUTE DE 44 680 ABONNES

hors mois de décembre 2023



26 537 abonnés au 1.12.23
soit + **378** par rapport à 2022



12 742 abonnés au 1.12.23
soit + **1 115** par rapport à 2022

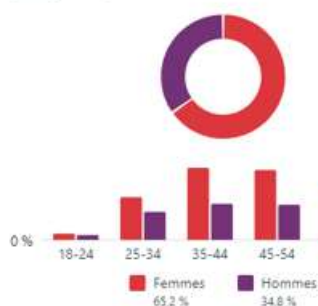
Followers Facebook ⓘ

26 538

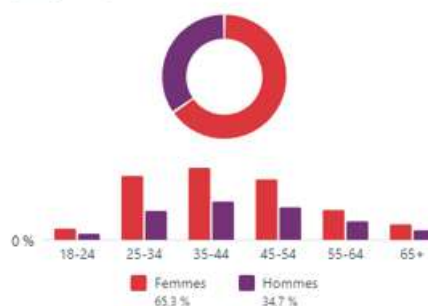
Followers Instagram ⓘ

12 849

Âge et genre ⓘ



Âge et genre ⓘ



Screenshot Audience Facebook & Instagram à la date du 4.12.2023



5 401 abonnés au 1.12.23

LES PUBLICATIONS LES PLUS PERFORMANTES

hors mois de décembre 2023



Publication Facebook la plus vue (sans sponsorship)

Comptes touchés: **235 515**

Réactions : **2 487**

Commentaires: **146**

Partages: **411**



Publication Instagram la plus aimée (sans sponsorship)

Comptes touchés : 6 700

J'aime : + de 700

STRATEGIE DIGITALE

PLANIFICATION DIGITALE	32
<hr/>	
JEUX CONCOURS INSTAGRAM	33
<hr/>	
CAMPAGNES DIGITALES	35
<hr/>	

PLANIFICATION DIGITALE

Gestion et planification digitale

Cette année encore, les services de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia ont travaillé en étroite collaboration avec un prestataire spécialisé en communication digitale pour la mise en œuvre et le déploiement d'une stratégie digitale multicanale.

Pour l'année 2023, la planification digitale de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia s'est organisée de la manière suivante :

- Réunion de cadrage, en début d'année, afin de définir les enjeux, les besoins et de produire les différents supports nécessaires à la mise en œuvre de la planification (tableau de bord, dossier partagé de visuels). Suite à cette réunion, un document de cadrage est rédigé, donnant des informations sur la ligne éditoriale et le ton des réseaux pour l'année à venir.
- Réunion mensuelle de planification entre le prestataire et le responsable marketing & digital. L'occasion de lister les besoins en termes de communication et de mise en avant pour le mois suivant.

En parallèle et toujours mensuellement, un point sur les contenus mis en home page du site est réalisé pour les adapter aux besoins du moment.



Le digital, un outil de valorisation des partenaires

Soucieux de valoriser au mieux l'offre des prestataires de son territoire et de leur apporter une meilleure visibilité sur la sphère digitale, l'Office Intercommunal du Tourisme de Bastia a élaboré un calendrier d'actions sous forme de **jeux concours** destinés aux **prestataires partenaires**.

En 2023, ce sont deux jeux concours qui ont été organisés sur **INSTAGRAM**. L'un en partenariat avec les hôteliers de l'agglomération, l'autre avec les boutiques de produits identitaires et les créateurs.

- Jeu concours "**Un week-end à Bastia et ses environs**"
Période : du 16 au 15 avril
Hôteliers partenaires : **Gouverneurs, Monsieur Miot, Ostella, Port Toga, Voyageurs, Calavita, Le Bastia, La Corniche.**

Concept : faire remporter chaque semaine, un séjour pour 2 personnes (nuitées + petit déjeuner) dans un hôtel partenaire. Lot à faire valoir en avant ou en arrière saison.

Objectif: assurer une visibilité de ces structures en avant-saison via un jeu concours relayé sur nos réseaux et permettant une augmentation de visibilité à la fois pour les partenaires mais également pour l'Office de Tourisme et in fine pour la destination.

Analyse & performance : **1 366 nouveaux followers** cumulés tous hôtels confondus + **668 nouveaux followers** sur la période du jeu concours sur le compte Instagram de l'Office.

Chaque semaine, via le focus sur un partenaire associé à une sponsorship de la publication, une mise en avant qualitative de chaque établissement a pu être réalisée. La destination était elle aussi mise en valeur via les partenaires, leurs histoires et situations géographiques et avec la projection d'un séjour sur les ailes de saison.

Conclusion: des résultats très positifs aussi bien pour les hôteliers que pour l'Office. Les chiffres de followers gagnés démontrent l'intérêt pour le jeu concours mais aussi la portée qu'ont pu avoir les différentes publications.

- Jeu concours “ **U Calendariu Bastiacciu**”

Période : du 1er au 24 décembre

Partenaires : Cap Corse Mattei Concept store, Umami, L'empreinte du vin, L'empreinte Nature, Pietra, Raugi, U Paese, Corsica Colis, So Corsu, A Campagna, Isula parfums, Kallis bijoux, Callysthé

Concept : dans le cadre de sa stratégie digitale, l'Office de Tourisme a souhaité une fois de plus valoriser et promouvoir ses partenaires en reconduisant avec leur collaboration, l'opération du **calendrier de l'avent** sur le réseau social **Instagram**.

Objectifs principaux :

- **Promouvoir et valoriser les partenaires** du site www.bastia-tourisme.corsica à travers **la mise en avant de produits identitaires** ;
- **Accroître la communauté Instagram** des partenaires et de l'Office de Tourisme en jouant la carte de la gastronomie, des savoir-faire et des traditions.

Cette opération étant en cours au moment de la rédaction de ce document, les résultats et l'analyse des performances seront intégrés et détaillés dans le bilan annuel des activités, en début d'année 2024.



Campagnes digitales publicitaires via des prestataires relais

Selon les opportunités, les services de l'Office de Tourisme déploient des campagnes publicitaires avec des acteurs ancrés dans le monde du tourisme, tel que le **Petit Futé** afin de relayer les informations sur la destination et d'augmenter sa visibilité, sa notoriété et de générer de nouvelles visites sur le site : www.bastia-tourisme.corsica.

- **Campagne Petit Futé**

Descriptif : rédaction et mise en avant d'un l'article "**3 bonnes raisons de partir en vacances à Bastia en 2023**" sur le site du Petit Futé.

Présence de l'article :

- en home page du site Petit Futé
- dans la rubrique actualités du site
- dans la newsletter
- dans une publication dédiée sur les comptes Facebook, Instagram et Twitter du Petit Futé

Période du 6 juin au 6 juillet

Analyse performance campagne:

9 260 lecteurs de l'article sur la période : > coût par lecteur : 0,39€

Portées cumulées réseaux sociaux (nbre de personnes ayant vu la publication) : 3 536 > coût par apparition : 1,02€

La statistique à observer est le coût par lecteur qui dans ce cas est satisfaisant (0.39 € / lecteur). La mise en avant est ici qualitative.

A noter également que les visites sur le site www.bastia-tourisme.corsica sur la période de juin 2023 sont en augmentation de + **28% par rapport en juin 2022**, ce qui laisse à supposer que la campagne a permis de générer du trafic supplémentaire.

- **Magazine IN CORSICA avec une couverture annuelle**

Parution mensuelle sur le magazine numérique In Corsica-Méditerranée diffusé gratuitement :

- auprès d'un listing de 40 000 destinataires (chiffre évolutif au gré de partenariats ou/et d'abonnements)
- sur les plateformes Cafeyn, ePresse et Propress
- sur la plateforme Air France Play, rubrique Culture, - très haut de gamme - avec une présence sur l'ensemble des vols Air France soit 77 millions de passagers/an
- et la plateforme Air Corsica, avec une présence sur tous les vols (liaisons Corse - Continent et Europe) soit 2 millions de passagers/an.

La ligne éditoriale : des portraits de personnalités remarquables, des reportages sur les acteurs du développement économique, culturel et artistique, la mise en valeur des initiatives, des réalisations qui font vivre et progresser la Corse et la Méditerranée

Objectifs :

- Promouvoir les événements organisés par l'Office de Tourisme;
- Présenter et valoriser les actions menées auprès de la population régionale;
- Générer des flux sur le site www.bastia-tourisme.corsica
- Positionner l'Office de Tourisme en tant qu'acteur du développement local;

Les thématiques traitées :

- Festival Creazione
- In Giru, itinéraire artistique (2 parutions)
- Dépliants "Livrets Kids"
- Dépliants "Balades & Randonnées"
- Calendrier de l'avent & contenu de séjour spécial Noël

- **Campagne digitale Corsu Mezu Mezu**

Dans le cadre du partenariat établi avec la production du concert événement Corsu Mezu Mezu (cf. détail page 42), une campagne digitale a été déployée du 4 septembre au 28 octobre 2023 pour Instagram et Facebook.

Audience et performance :

Leviers	Impressions*	Clics	CTR*
DISPLAY (Publicités ciblées selon intérêts)	49 919	246	0.49%
META (Facebook et Instagram)	700 838	9 188	1.31%
SEARCH (Recherche via Google, Bing ...)	15 853	4 370	27.57%
TOTAUX	76 610	13 804	1.80 %

*Impressions : nombre de fois où l'annonce a été vue.

*CTR : Le click-through rate est un indicateur d'efficacité d'une campagne de marketing numérique. Il correspond au nombre de clics sur le contenu publicitaire divisé par le nombre d'impressions du contenu. Plus le résultat est élevé, plus la campagne peut être considérée comme efficace.

Pour les annonces de recherche (SEARCH), le CTR moyen est de 3,17 % et pour les publicités DISPLAY, le CTR moyen est de 0,46 %.

PROMOTION

LES EDITIONS	39
LES ACCUEILS PRESSE	40
LES EDUCTOURS	44
LES WORKSHOPS	45
LES SALONS	46
MICE - TOURISME D'AFFAIRES	48

LES EDITIONS

Au total, ce sont plus de dix éditions distinctes sur lesquelles ont travaillé cette année les services de l'Office de Tourisme: brochures, plans et cartes qui sont diffusés tout au long de l'année par les conseillers en séjour mais également sur les opérations de promotion professionnelles et grand public.

Dans un souci de limitation des impressions, l'intégralité des documents est également disponible au téléchargement sur le site www.bastia-tourisme.corsica



HÉBERGEMENTS ET TRANSPORTS



DÉCOUVERTE ACTIVITÉS ET LOISIRS



BASTIA ET SA RÉGION : CARTE ET PLAN



RANDONNÉES ET PROMENADES



GUIDE HISTOIRES ET LÉGENDES



LOCATIONS SAISONNIÈRES ET CHAMBRES CHEZ L'HABITANT

[Visualiser](#)



DESTINATION LES VILLAGES BALCONS ...VOTRE LIVRET KIDS



DESTINATION BASTIA...VOTRE LIVRET KIDS



BASTIA
TOURISME D'AFFAIRES

LES ACCUEILS PRESSE

Tout au long de l'année, les services de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia répondent à des demandes émanant directement d'organes de presse mais travaillent également en étroite collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse pour l'organisation d'accueils de journalistes nationaux et internationaux.

- 10 janvier : accueil d'une équipe de tournage de l'émission **Météo à la Carte**, diffusée quotidiennement à 13:00 sur France 2. Présentation de notre destination en vue d'une émission dédiée à notre territoire.
- 13 mars : accueil de Xavier Bonnet, journaliste du magazine **Destination France**. Parution d'un reportage de 7 pages consacré à notre territoire sur une édition spéciale mettant la Haute - Corse à l'honneur. Sur ce même numéro paru en juin, un publi-rédactionnel d'une page a été entièrement dédié aux visites Légendines.
- 14 avril : collaboration avec Nicolas Ponse, journaliste pour le magazine **Femme Actuelle**, en vue de la réalisation d'un article web intitulé "5 spécialités locales à découvrir", paru en septembre. L'occasion de valoriser les produits des partenaires de l'Office de Tourisme.
- 06 mai : accueil en collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse d'une équipe de télévision belge pour le tournage de l'émission **l'Echappée Belge, le beau vélo de Ravel**, visant à valoriser une partie de la GT 20 de Bastia à Calvi. Les premières séquences de l'émission ont été tournées sur le port de Bastia et sur l'Aldilonda.
- 17 mai : accueil en collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse de Paul Smit et Mick Palerczyk, respectivement journaliste et photographe néerlandais en vue de la rédaction de 2 reportages sur la GT 20 (parutions dans le magazine **KampeerKampioen** et le magazine **Campings, Cars & Caravans**) et d'un article ayant pour sujet : "Le contraste entre l'élégance des villes côtières d'un côté et les paysages sauvages de l'autre" pour le magazine **Leven in Frankrijk** (Lifestyle, voyage, culture, art, gastronomie)

- 23 mai : accueil de Christina Mackenzie, du guide **Lonely Planet**, en vue de la réalisation d'un Guide France avec un reportage de 28 pages dédié à la Corse. Conseils et suggestions de prestataires proposant une offre pouvant répondre à leur cible à savoir une clientèle à la recherche de prestations écoresponsables, appartenant à la CSP +.
- 12 juin : accueil et entretien avec Fabrice Lestang, du guide **Le Routard** en vue de la réactualisation des informations de notre territoire pour l'édition 2024.
- 18 juin : accueil en collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse, de Thierry Beaurepère, journaliste de **Voyages & Stratégie**, mensuel spécialisé dans le MICE/Tourisme d'affaires & Événementiels. Visite d'établissements hôteliers (Pietracap et Continental) et découverte in situ du festival Creazione.
- 18 juin: accueil en collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse de Peter Christiansen, journaliste pour le quotidien danois **Politiken** en vue de la réalisation d'un reportage axé sur les thématiques : vélo, randonnée et visite de notre destination.
- 19 juin : accueil en collaboration avec l'Agence du Tourisme de la Corse de Carolyn Boyd journaliste free lance travaillant notamment pour des médias britanniques tels que **Decanter, Delicious, National Geographic Traveller Food**.
- 19 juillet : accueil d'une équipe de tournage et de Loic Ballet présentateur de l'émission quotidienne **Télé Matin** diffusée sur la 2, pour un duplex en direct de la plage de Miomu. Présentation de spécialités locales en présence de Sebastien Poggi, restaurateur bastiais et Carlu Maria Geronimi de A Dulcezza.
- 31 juillet : entretien avec Christophe Giudicelli, **journaliste de RCFM**, dans le cadre d'une série de reportages sur les offices de tourisme, leur rôle, leurs missions, etc...

LES INSERTIONS PRESSE

Dans le cadre de ses actions de promotion de la destination, l'Office de Tourisme fait le choix chaque année, selon les opportunités, la pertinence et les propositions tarifaires de communiquer également sous forme de publirédactionnels sur certains supports médias spécialisés dans le voyage.

- Achat d'une page entière sous forme de publirédactionnel dans le **Magazine Explore France** (web/print)

Réalisé par Atout France Italie, le magazine **Explore France 2023**, met à l'honneur les **"Territoires, terroirs et traditions"**. Rédigé en italien, le magazine a été également traduit en allemand pour une diffusion en Suisse Alémanique et en langue grec pour le marché grec.

Contenu de l'offre :

- Rédaction de l'article par une journaliste italienne d'après le brief de l'OT
- Présence dans 3 versions du magazine
- Publication online du publi-rédactionnel sous forme l'article sur le site it.france.fr
- Campagne de diffusion digitale du magazine pour un total de plus de **5 millions d'impressions**
- Diffusion en **Italie** de 35 000 exemplaires du magazine papier en kiosque
- Plan média digital **Atout France Italie** et **Atout France Suisse**.

Destinazioni
PROMOTION

Bastia: misteriosa, creativa, autentica

La storica capitale della Corsica genovese, insignita del marchio di « Città d'Arte e di Storia » è ricca di tesori d'arte e suggestioni e offre mille sfaccettature da scoprire.

Fra le piazze e i vicoli, chiese, oratori e palazzi da scoprire nel cuore del centro storico, Bastia, la « porta della Corsica », è misteriosa e creativa. Dal Palazzo dei Governatori alle chiese barocche, il ricco passato della città riaffiora in ogni quartiere. Ogni edificio ha i suoi segreti, ogni luogo le sue storie. Bastia vive di tradizioni, mercati e feste popolari e religiose, e commemora dai riti della Settimana Santa. E offre esperienze uniche da scoprire e da vivere, dalle boutique degli artisti più innovativi dell'isola alle botteghe artigiane, di vintage, i libri e il mercatino delle pulci che anima ogni domenica mattina Place Saint-Nicolas. E poi il teatro, la Cittadella, i santini culturali e il Museu... tante attività e momenti di cultura che scandiscono la vita del territorio tutto l'anno. Senza dimenticare l'eno-gastronomia, dai ristoranti tipici e gastronomici ai prodotti locali ai vigneti della regione attorno. E naturalmente le attività all'aria aperta: sport acquatici, il grande parco marino, santuari marini e selvaggi unici nel Mediterraneo, i sentieri escursionistici nel Cap Corse alla scoperta di calette ancora selvaggio e spiagge di sabbia: tanti paesaggi diversi perfetti per escursioni nella natura. All'incrocio tra Nebbiu, Cap Corse e Corsica d'Oru, Bastia si apre infatti su un territorio che unisce grandi ricchezze paesaggistiche, patrimoniali e storiche. La ricerca dell'autenticità conduce alla scoperta di borghi antichi, di fronte all'arcipelago toscano, quattro pittoreschi villaggi tradizionali: i Furiani, l'Intrabugno, San Martino di Lusa, Santa Maria di Lusa - immersi in una natura incontaminata sono custodi della vita rurale del passato. Tanta di leggende e tradizioni, il territorio di Bastia offre così una vera immersione nel cuore dell'anima corsa.

Pagina 2

42

- Achat d'une page entière sous forme de publiédactionnel dans le **Magazine Destination France** (Web/print)

Entièrement dédié à la découverte des régions françaises, le Magazine a consacré un numéro entier à la Haute Corse, à son patrimoine, sa culture, ses traditions, son art de vivre, sa gastronomie, etc... Dans le cadre de ce numéro un reportage de sept pages a été réalisé sur notre territoire complété par un publiédactionnel visant à promouvoir les visites Légendines.

Contenu de l'offre :

Version Française

- Magazine édité en **65 000 exemplaires**, diffusé en **France, Belgique, Suisse et Canada**
- Version numérique en ligne sur **Cafeyn** - kiosque de presse numérique - et **l'Appli Vasco**

Version Anglaise

- Magazine édité en **40 000 exemplaires**, diffusé aux Pays-Bas, en Allemagne, en Italie, en Espagne, au Portugal et dans tous les pays scandinaves
- Version numérique disponible en ligne sur Cafeyn version anglaise, sur Apple News, Zinio; Amazon et tous les principaux kiosques numériques en langue anglaise.



Bastia
Première de Cordu

Au XIX^e siècle, les Génois ont rapidement saisi tout l'intérêt de cette position stratégique. Principale ville du nord de la Corse, Bastia n'a dès lors eu de cesse d'entretenir son rôle privilégié dans l'histoire, l'économie et la culture de l'île. Ancrage touristique et point de départ vers les excursions du Cap Corse, elle sait en faire profiter, avant de se laisser - partiellement - approcher...



Son nom, Bastia le doit à la première rencontre de justice des Genséens, d'après certains chroniqueurs établis en 1580 par le gouverneur général chargé d'administrer les lieux, soit huit ans à peine après la fondation de la ville proprement dite, même si des toiles attestent d'une présence humaine depuis l'ère romaine. Une construction byzantine, choisie pour sa position, se présente comme dominant un petit port protégé par une crique. Une bastia, ou bastiglia, d'ailleurs... À l'époque la ville se composait du quartier de Terra Nova (la nouvelle terre) qui s'étendait au Vieux-Port. À partir de ce quartier la Terra Vecchia (l'ancienne terre) s'étendait. Au XIX^e siècle, la ville entra dans une nouvelle ère : la forteresse fut renforcée, les remparts restaurés et agrandis sur des bastions. Au début des années 1870, le quartier de la Porta di la giacchetta entre Terra Nova et Terra Vecchia Bastia concentra d'abord tous les pouvoirs, après avoir été partagé, religieux ou économiques. Plus le XX^e siècle allait porter un ultime coup d'arrêt à cet espace. Bastia fut le lieu témoin et victime d'illusions et de conflits internationaux ou le lieu de passage successivement aux mains des Français, puis des Anglais durant deux ans, avant d'être reprise sous Napoléon, ce qui se traduisit notamment, en 1818, par la perte de son statut de capitale de l'île au profit d'Ajaccio, ville natale de l'empereur. Dès 1830, des plans d'urbanisme élaborés tentèrent de permettre de résoudre son tissu urbain, tandis qu'en 1872, un nouveau port était mis en service. Ce 1872. En moins d'un siècle, le visage de la ville allait changer, une extension qui fut rapidement poursuivie



Testé pour vous
Bastia et ses Légendines
Une odyssée corse insolite et intimiste
N'allez pas chercher sur la toile ou même dans les pages des plus beaux magazines, ce que vous ne pourrez trouver que dans ces « Légendines » pensées par l'Office de Tourisme de Bastia pour découvrir autrement une ville corse de mystères, d'art et d'histoire(s).
Bastia et la Corse ne se livrent pas si facilement. Pour en toucher l'âme, ineffable, il faut donner la parole à la ville elle-même, à ce qui s'y cache, lever le voile et se laisser saisir, saisir, transporter par l'extraordinaire, l'incroyable...
Une expérience à part entière, troublante et émuevante !
À Bastia, tout commence donc du côté de la grande place au monument napoléonien, avec à deux pas un petit étrangement habité... Ombras, spectres et fantômes entourent à les portes d'un autre monde où se mêlent religion et magie blanche.
Dans l'embrasement des vieilles voûtes, des quartiers historiques jusqu'à la citadelle de Bastia, le voyage au cœur de l'étrange se poursuit. Entre prières, mauvais œil et malédictions, il révèle une histoire méconnue, faite de saints crânes et de pains guérisseurs, de rituels millénaires et de figures singulières, tantôt méconnues, tantôt célèbres et d'autres plus insistantes.
Dépositaires de ces secrets, les guides bastiais des Légendines vous offrent les drôles, gènes, la légende d'une humble servante au tard canonisée et dont la charité fit littéralement merveille, ou encore celle du Christ noir. Bien au-delà des années, hors de toute trace écrite, la tradition orale en a fait de grands témoins de l'histoire, les mémoires vivantes d'une île et d'une ville qui se dévoilent là dans toute leur profondeur et leur richesse.
Un rendez-vous avec l'un d'eux ne se refuse pas.
L'Office de Tourisme de Bastia et ses Légendines vous offrent une expérience unique dans sa culture et son identité, celles d'une Corse mythique et légendaire !

Bénéficiez-vous : tous les mercredis jusqu'au novembre - 16 h - 18 h.
Durée de la visite : 1h30

Points d'origine de produits : le concert privé de chants polyphoniques corse dans un restaurant de la ville (100 euros) et la dégustation de produits corse.

Tarif : 20 €/personne - gratuit pour les moins de 12 ans.
Réservation : www.bastia-tourisme.corsica/ 04 95 54 20 49



Office de Tourisme Intercommunal de Bastia
Place Saint-Hippolyte - 20 200 Bastia
04 95 54 20 49

LES EDUCTOURS

Eductour TO italien GIOCCO VIAGGI

Bastia, 2 et 3 juin

Eductour organisé par la CCI de Corse en collaboration avec la Corsica Ferries et l'Agence du Tourisme de la Corse et la participation des Offices de Tourisme de Bastia, Marana Golo et Cap Corse, Nebbiu-Saint Florent à destination de la directrice commerciale du tour opérateur **Giocco Viaggi et 6 agents de voyages italiens.**

Au programme de cet éductour, découverte de Bastia le 2 juin et diner et hébergement à l'hôtel des Gouverneurs le samedi 3 juin.

BLOGTOUR MOBY / CCI

à Bastia, le 11 juin

Week-end découverte organisé du 9 au 11 juin par la CCI, en collaboration avec la Moby, l'Agence du Tourisme de la Corse et les Offices de Tourisme de Calvi, d'Île - Rousse et de Bastia, pour un groupe constitué de 15 agents de voyages et 2 blogueurs italiens.

Au programme notamment une visite guidée de Bastia et déjeuner dans un restaurant du Vieux-Port de Bastia. L'objectif étant de valoriser la destination pour des séjours sur l'avant-saison auprès de la clientèle italienne.



EDUCTOUR CORSICA FERRIES / CCI

Bastia, les 11 et 12 octobre

Eductour organisé par la CCI en collaboration avec la Corsica Ferries et l'Agence du Tourisme de la Corse à destination de 11 agences spécialisées dans la clientèle groupe.

Venus des 4 coins de France, les prescripteurs ont pu découvrir, à travers un périple du Nord au Sud de l'Île, les différentes potentialités de la région Corse pour la programmation de séjours destinés aux groupes sur l'arrière-saison. Parmi les activités proposées, une visite de la ville de Bastia en petit train .



LES WORKSHOPS

WORKSHOP " CI VEDIAMO IN CORSICA"

Corte, 25 février

Ce workshop organisé de concert par la CCI de Corse, l'ATC et Atout France Italie a permis aux professionnels du tourisme insulaires de rencontrer les prescripteurs du tourisme italiens parmi lesquels : **9 tours opérateurs, 2 agences de voyages** ainsi que des **représentants de la presse spécialisée**.

L'occasion de promouvoir la Corse et nos territoires sur des périodes de fréquentation non estivales et d'inciter les prescripteurs à programmer des séjours tout au long de l'année.

Au total, ce sont quinze contacts qui ont pu être établis entre l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia et les prescripteurs italiens.

WORKSHOP ROADSHOW FRANZIA 2023

Rome, 18 avril / Milan 19 avril

L'Office de Tourisme Intercommunal a participé à deux des quatre workshops proposés dans le cadre du **Roadshow Francia Leisure & Mice** organisés par Atout France Italie. L'occasion de renforcer les actions menées sur le marché italien et de promouvoir notre destination et son offre touristique.

Au total sur deux jours, une quarantaine de rencontres ont pu être programmées avec des agents de voyages et tour opérateurs (env. 80 %) et des agences MICE (env. 20 %).



WORKSHOP FRANCE MEDITERRANEE

Toulon, 17 et 18 novembre

Ce workshop présentiel qui se tient uniquement tous les deux ans, regroupe 7 marchés émetteurs du Bassin Méditerranéen: Espagne, Italie, Portugal, Grèce, Israël, Moyen Orient et Turquie. Deux jours durant, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia a pu rencontrer, au cours de rendez-vous préprogrammés de 20 minutes, des Tours Opérateurs des marchés méditerranéens.

Un bel intérêt pour notre destination avec, au total, 30 rendez-vous programmés sur les 40 créneaux possibles.

LES SALONS GRAND PUBLIC

SALON INTERNATIONAL DU TOURISME

Nantes, du 20 au 22 janvier

Un bel engouement pour la Corse sur ce salon grand public avec une grande majorité de visiteurs intéressés par des séjours sur l'arrière -saison mais aussi au printemps.

Forte présence d'une clientèle "senior" connaissant déjà le plus souvent notre région, mais aussi des visiteurs plus jeunes séduits par les vols low-cost depuis Nantes qui rendent notre destination très attractive.

L'essentiel des demandes portaient sur des city break, des escapades de quelques jours sans voiture, pour des séjours alliant découverte culturelle et activités outdoor.

Etaient également présents : Corsicatours, et les Offices de Tourisme de Ouest Corse et du Sartenais Valinco.



SIT - Lea Valdrighi
Chargée de Promotion

SALON DES VACANCES

Bruxelles, du 2 au 5 février

Avec la **Corse, invitée d'honneur du salon**, le stand de l'**Agence du Tourisme de la Corse** a attiré de très nombreux visiteurs.

Plus de 400 visiteurs en quatre jours ont été renseignés par le représentant de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia. Parmi les visiteurs, une majorité de couples âgés de 40 à 60 ans avec pour centres d'intérêt la nature, les randonnées, la culture et la gastronomie, pour des séjours sur les ailes de saison et plus particulièrement le printemps. Les mois de septembre et octobre semblent séduire également de plus en plus de voyageurs.

Avec une clientèle belge déjà bien présente sur notre destination (11% de la clientèle étrangère), et des liaisons aériennes directes entre l'aéroport de Bastia - Poretta et celui de Charleroi une bonne partie de l'année, ce salon reste un incontournable en termes de promotion touristique grand public.

SALON DESTINATION NATURE

Paris, du 16 au 19 mars

Idéalement situé, le stand de la Corse a bénéficié d'une belle visibilité entre le **Salon Destination Nature** et le **Salon Mondial du Tourisme** qui se déroulaient simultanément.

Bien qu'axé sur la thématique des loisirs actifs, le salon accueille un grand nombre de visiteurs à la recherche d'idées séjours. Parmi les quelques 300 personnes renseignées, de nombreux amoureux de la Corse, des retraités actifs souhaitant découvrir ou redécouvrir la Corse en hors-saison.

Durant le week-end, le profil des visiteurs était différent, essentiellement des familles, couples ou individuels à la recherche de conseils et suggestions pour découvrir la Corse avec un réel intérêt pour Bastia et le Cap Corse.



Destination Nature – Amandine Rousier
Conseillère en séjour



Salon des Vacances – Lucas Boulanger
Chargé de Promotion

MICE - TOURISME D’AFFAIRES

Les services de l'Office de Tourisme collaborent depuis plusieurs années avec **Corse Incentive**, agence DMC, implantée sur le territoire mais également avec la **cellule Tourisme d’Affaires de l’Agence du Tourisme de la Corse** sur des actions spécifiques au secteur du MICE : accueils presse spécialisée, organisation d'éductours destinés à des prescripteurs et décideurs, réalisation d'une brochure dédiée : **Bastia, destination affaires** mais également soutien et/ou organisation de séminaires.

Conscients de la manne financière que représente le secteur , l'Office de Tourisme a poursuivi et développé, cette année encore, les initiatives en faveur du développement du tourisme d'affaires.

L'objectif étant de positionner à moyen terme l'Office de Tourisme comme véritable porteur d'affaires pour les professionnels du territoire en déployant des outils adaptés pour une meilleure promotion de la destination et de son offre sur ce secteur d'activités.

- **Salon MICE PLACE**

à **Lyon**, du 11 au 12 mai

Format du salon très efficace, avec des rendez-vous "15 minutes chrono" fixés à l'avance. Au total, plus de **30 rendez-vous** avec des agences et des sociétés dont de nombreuses découvraient Bastia, en tant que destination affaires et d'autres en avaient une connaissance partielle et étaient à la recherche d'informations relatives aux infrastructures et à l'offre d'hébergement.

Tous les interlocuteurs ont montré un grand intérêt pour notre destination et beaucoup ont assuré vouloir organiser à court ou moyen terme au moins un événement dans la ville. La beauté de la ville est un atout majeur.

Parmi les axes mis en avant lors des différentes présentations de la destination affaires :

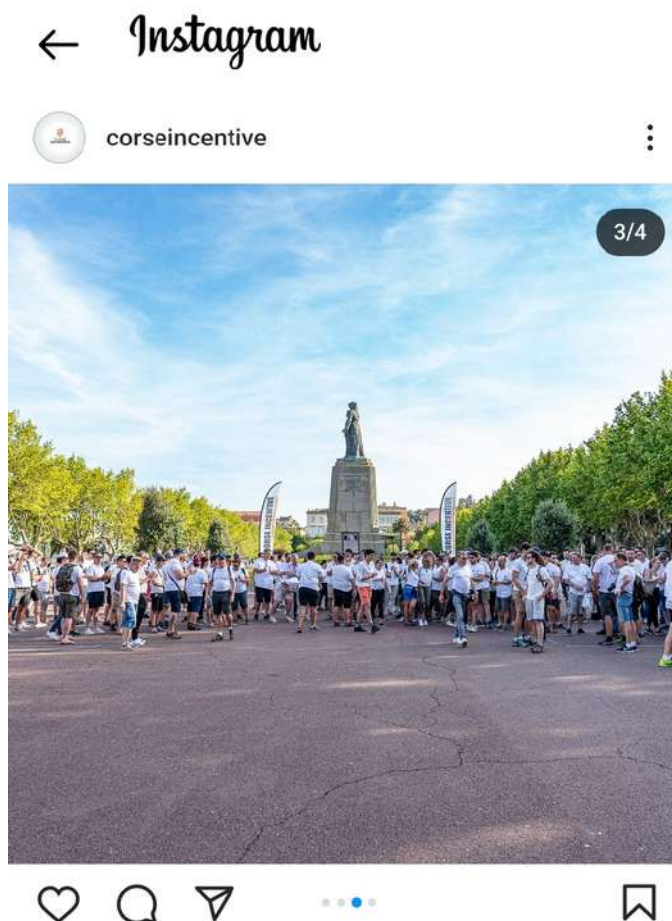
- Destination particulièrement pertinente du fait des nouvelles infrastructures qui fluidifient et potentialisent la ville pour le secteur événementiel (Aldilonda, Mantinum...);
- Nouveaux hébergements de qualité avec un très bon rapport qualité prix en 3* et 4* du fait d'une ouverture à l'année;

- Solutions intéressantes concernant les lieux de réunion et salles de travail accessibles (pas le cas il y a 10 ans - Alb'oru apprécié);
- Rotations aériennes de plus en plus pertinentes et fréquentes;
- Large panel d'activités outdoor avec la particularité de pouvoir programmer des événements terre/mer avec des temps de transferts très courts et directement depuis la ville;

Il est à noter également que l'Office de Tourisme est régulièrement sollicité lors de la tenue d'évènements **organisés par son partenaire Corse Incentive** et met à disposition systématiquement de la documentation touristique.

Parmi ces évènements, les rallyes découverte de la ville organisés les

- 5 mai - 200 participants;
- 12 mai - 15 participants;
- 02 juin - 40 participants
- 10 juin - 20 participants
- 08 septembre - 34 participants
- 9 octobre - 40 participants
- 12 octobre - 15 participants



Parmi les actions réalisées :

- **Formation : Corse, destination affaires**

19, 20 janvier et 3 février

Participation de deux membres de l'équipe de l'Office de Tourisme à une formation **Corse, destination affaires** programmée par la Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative.

Au programme : redéfinition des contours du Mice et ses dérivés, les tendances du marché affaires, atelier collectif "évaluer le potentiel de sa destination", ancrer son territoire comme véritable destination affaires (concurrence, tendances, cibles), réfléchir à son positionnement affaires en lien avec ses partenaires, etc...

- **Brochure, Bastia Tourisme d'Affaires,**

Réactualisation et réimpression de la brochure dédiée au MICE. Mise en ligne sur le site www.bastia-tourisme.corsica et envoi systématique du document au format numérique pour compléter toutes demandes d'informations relatives à l'organisation d'un évènement professionnel ou évènementiel sur notre territoire.

- **Eductour Corporate**, réalisé en partenariat avec Corse Incentive à Bastia, du 29 au 31 mars

Au total, **12 invités, décideurs au sein de leur structure**, parmi lesquelles des entreprises telles que **VOKA** (réseau d'entreprises flamand qui représente près de 17 000 entreprises), **ADP** (Aéroport de Paris), **MAC DONALD** (France), **EURASYP**, **I COLD CIGB** (Commission Internationale des Grands Barrages), **PRIMONIAL** (leader indépendant en gestion de patrimoine), **KISS KISS BANK BANK** (entreprise de financement collaboratif).

- **Congrès de l'Association des Musées et Centres pour le développement de la Culture Scientifique, Technique et Industrielle**

à Bastia du 21 au 23 juin

Soutien logistique dans le cadre du congrès **AMCSTI** organisé par **A Casa di A Science** de la Ville de Bastia auquel ont participé 200 congressistes.

Présentation de l'offre du territoire tant en termes d'activités que d'hébergement. Recherche de disponibilités et tarifs préférentiels proposés par les hôteliers. Mise en relation avec agence spécialisée.

Intervention lors d'une table ronde sur la thématique "**Tourisme et Culture Scientifique et Technique**". Organisation de visites Légendines exceptionnelles le 23 juin pour 50 personnes.

- **Réalisation d'un site dédié au tourisme d'affaires**

Enfin, au cours du second semestre les services de l'Office de Tourisme ont réfléchi et travaillé à la création d'un espace numérique entièrement dédié au tourisme d'affaires.

C'est ainsi qu'un site **Bastia, destination affaires** a été mis en ligne au cours du dernier trimestre.

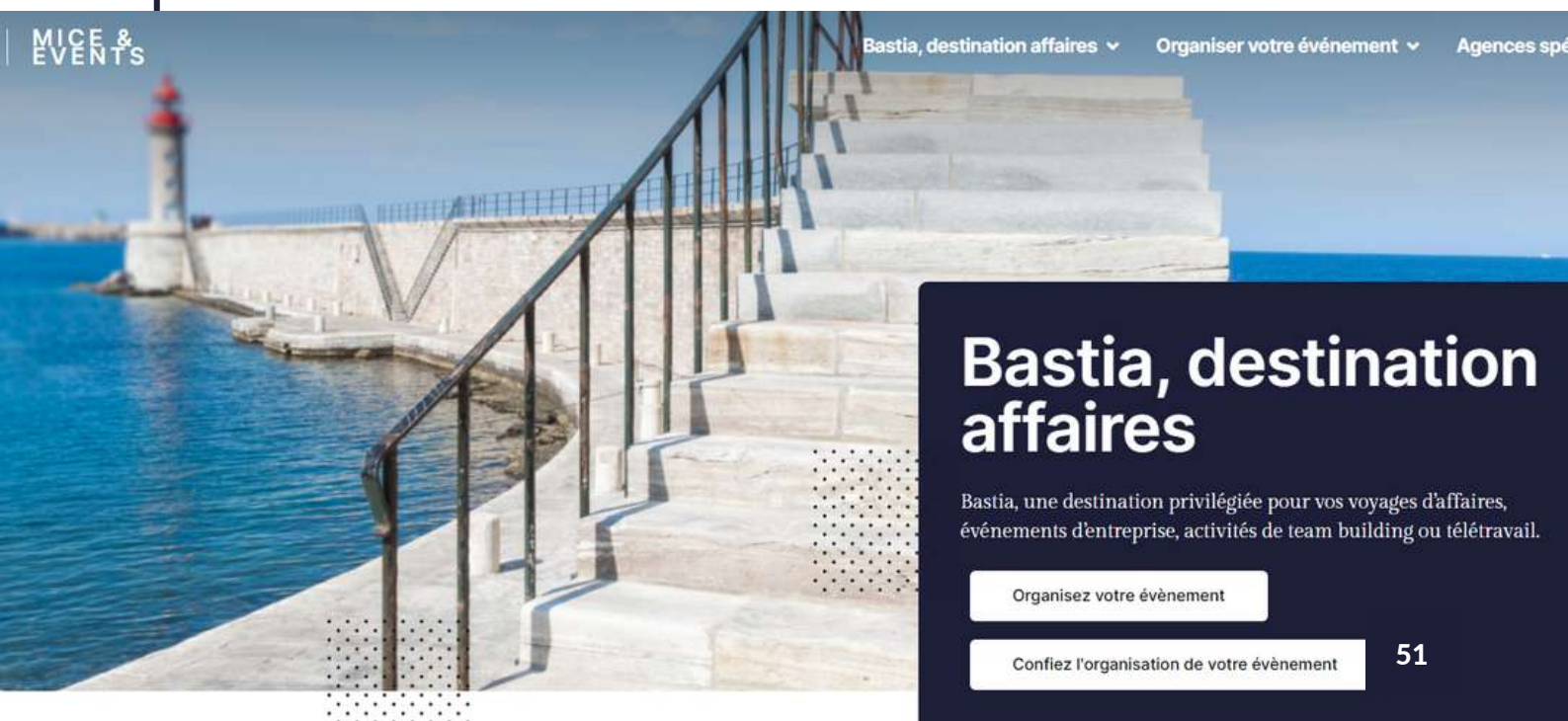
Accessible à partir du site www.bastia-tourisme.corsica, ce portail permet de :

- valoriser le potentiel de notre territoire sur le secteur du MICE;
- structurer l'offre existante ;
- faciliter l'accès aux informations pour les agences et sociétés à la recherche d'informations pour l'organisation de rencontres professionnelles ou événementielles.

L'arborescence a été entièrement pensée par les équipes en prenant en compte notamment les différentes demandes enregistrées tout au long de l'année.

On retrouve donc sur ce site : les lieux d'exception, les salles de séminaires, les espaces et salles de réunion, les activités outdoor, les prestataires et agences spécialisées (DMC et agence événementielle), les produits et visites, etc...

Actuellement disponible en français, le site a vocation à être traduit en 2024.



DEMANDE DE RENOUVELLEMENT DE CLASSEMENT DE L'OT EN CATEGORIE 1

L'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia ayant obtenu son classement en Catégorie 1, en avril 2019, pour une durée de 5 ans, ses services se sont attelés à constituer le dossier de renouvellement pour "une obtention" en 2024.

Déjà titulaire de la marque Qualité et du classement en catégorie 1, l'Office de Tourisme a eu à répondre à une quinzaine de critères obligatoires portant notamment sur :

- **Un bureau d'accueil et d'informations accessible et accueillant**
 - accessibilité, signalétique;
 - agencement, mobilier,
 - accès à l'information;
- **Des périodes et horaires d'ouverture adaptés à la fréquentation**
- **Information accessible à la clientèle étrangère;**
- **Information touristique exhaustive, qualifiée et mise à jour**
 - Collecte et diffusion de l'offre touristique locale
 - Adhésion à un Système d'Information Touristique territorial
- **Supports d'information adaptés**
 - plan, brochures et dépliants multilingues;
 - site, réseaux sociaux multi supports et multilingues ;
- **Ecoute & relations et satisfaction client**
 - Traitement des réclamations;
 - Certification ou labélisation de l'OT;
- **Moyens humains**
- **Observatoire**
- **Mise en œuvre d'une stratégie touristique locale**

Transmis à l'Agence du Tourisme de la Corse en novembre dernier, le dossier est actuellement en cours d'instruction.

MARQUE DE DESTINATION

Lancement février 2024

Tout au long de l'année, les services de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia, accompagnés par un prestataire spécialisé dans le branding et la communication, ont poursuivi les travaux inhérents à la création d'une marque de destination mais aussi à la conception de l'identité visuelle, la création de contenu, et la réalisation de supports indispensables notamment au lancement officiel de la marque programmé au cours du premier trimestre 2024.

A l'heure où est rédigé ce bilan, la marque n'ayant pas été dévoilée (hormis lors de présentations régulières au Comité Directeur et au bureau de la CAB), il sera uniquement fait état ici d'une brève synthèse des différentes étapes et des axes de travail.

L'APPROCHE STRATEGIQUE :

Analyse des paradoxes du tourisme

- Tourisme vs Authenticité
- Touristes vs Locaux
- Vitesse vs Voyage

LES OBJECTIFS

- Définir la destination
- Impacter la vie locale
- Arrêter le touriste

LE CHALLENGE

OSER REPENSER LE MESSAGE !

Bousculer l'ordre l'établi et les principes obsolètes de la communication touristique traditionnelle.

LES PARCOURS DE VERITE

- Le marché
- La cible
- La destination

LES AXES STRATEGIQUES

- LA VILLE. Bastia, LA destination Corse urbaine.
- LE TEMPS. S'offrir le temps de découvrir la ville.
- LES PERSPECTIVES. Bastia ville ouverte.

LES AXES CREATIFS

- Le minimalisme
- La vidéo
- L'interprétation

L'ECRITURE VISUELLE

- La recherche typographique
- Le réalisme photographique
- Une image moderne
- L'interprétation

Afin de constituer une nouvelle photothèque des shootings photographiques ont été réalisés à différentes périodes de l'année et confiés à 3 photographes professionnels:

- Alexis Hobbs, photographe canadien, collaborant depuis plusieurs années avec de grandes marques de renommée mondiale.
- Raphael Poletti, jeune photographe Bastiais amoureux de sa ville, collaborant notamment avec la presse régionale.
- Sylvain Alessandri, photographe ajaccien qui sillonne la Corse à la recherche des meilleurs clichés. Il exerce également son art au sein de l'Agence du Tourisme de la Corse

Trois photographes, trois regards, trois visions différentes de notre destination, des centaines de clichés en adéquation avec le nouvel univers de marque, les messages véhiculés et les valeurs à transmettre.

COMMERCIALISATION

CAMPAGNES DE PARTENARIAT	71
<hr/>	
LES PRODUITS OT	73
<hr/>	

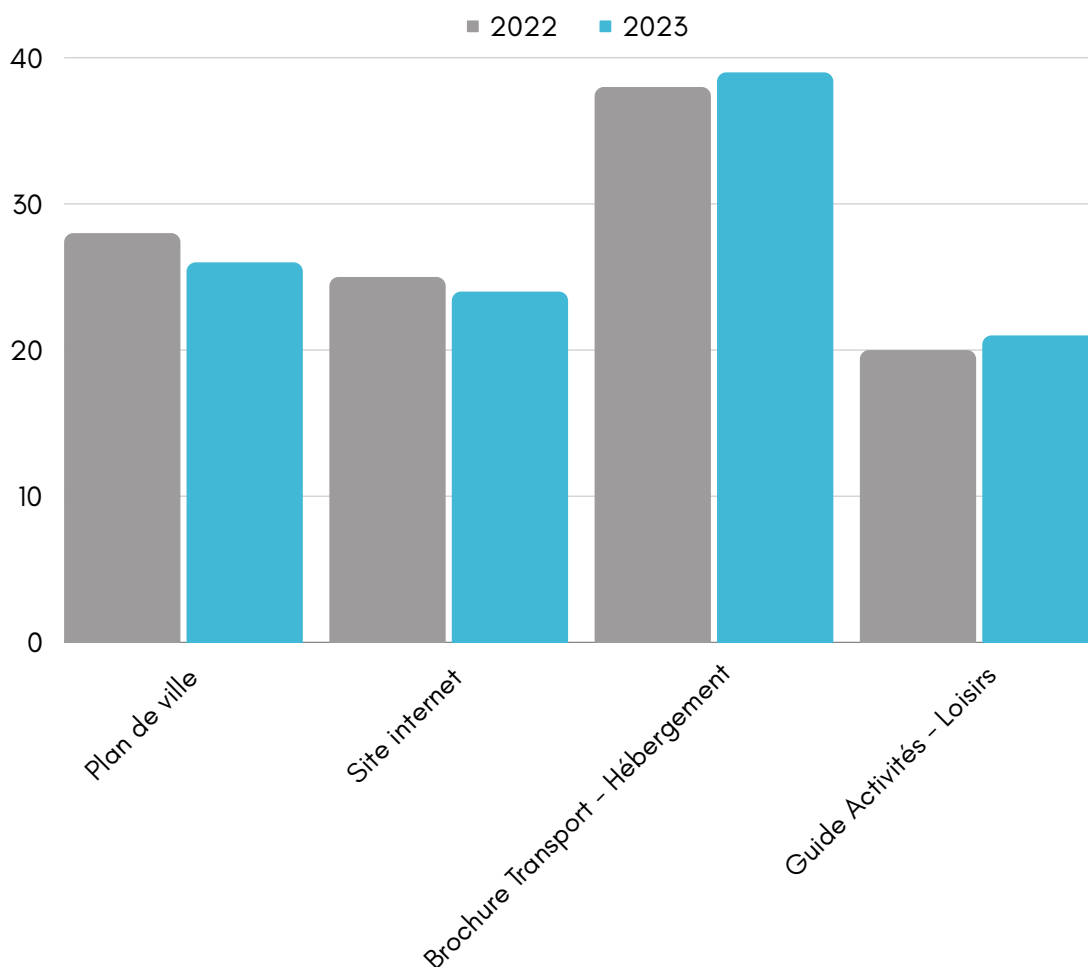
CAMPAGNES DE PARTENARIAT

Dans le cadre de la réalisation de ces différents supports de promotion, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia propose aux prestataires de son territoire de devenir partenaire.

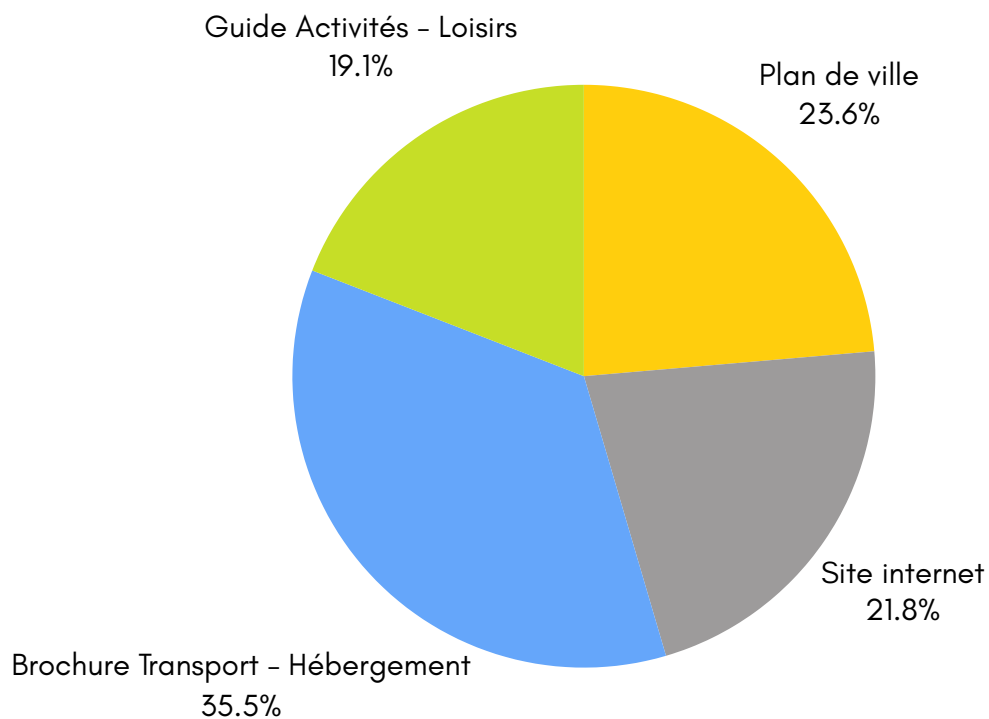
Concrètement les partenariats proposés prennent la forme d'achat d'espaces publicitaires sur le **plan de ville**, le **site internet**, la **brochure Transport & Hébergement** et le **guide Découverte-Activités-Loisirs**.

Plusieurs packs et tarifs sont proposés selon les supports et le format choisi par le prestataire. Ce système de partenariat offre la possibilité aux professionnels de bénéficier d'une visibilité optimale à travers les supports et actions de promotion réalisés par l'Office de Tourisme.

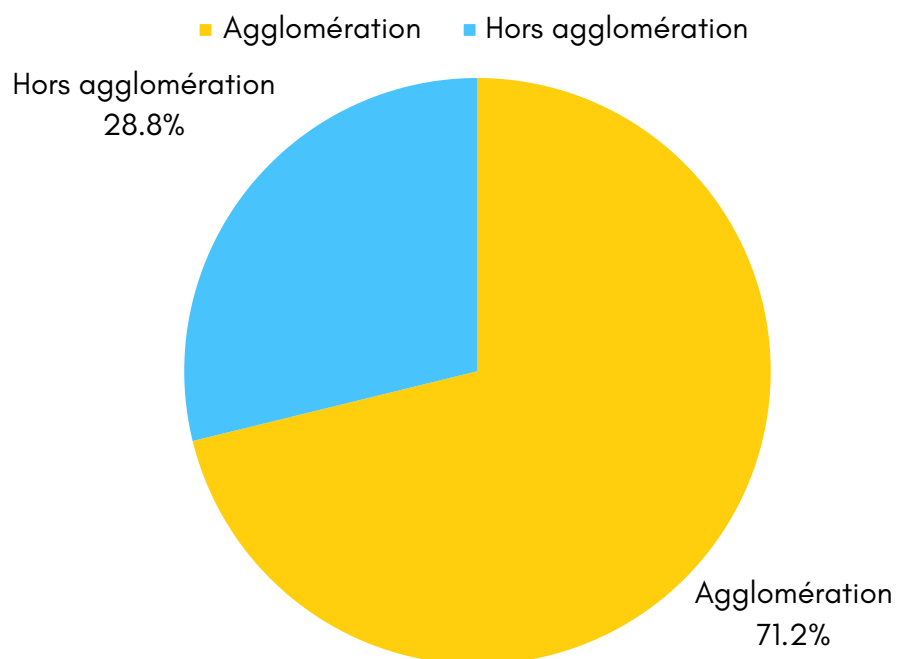
Au total en 2023, ce sont **111 prestataires** qui ont choisi d'être partenaires sur les supports de communication de l'Office de Tourisme.



Répartition des partenaires par support en 2023



Répartition des partenaires par localisation en 2023

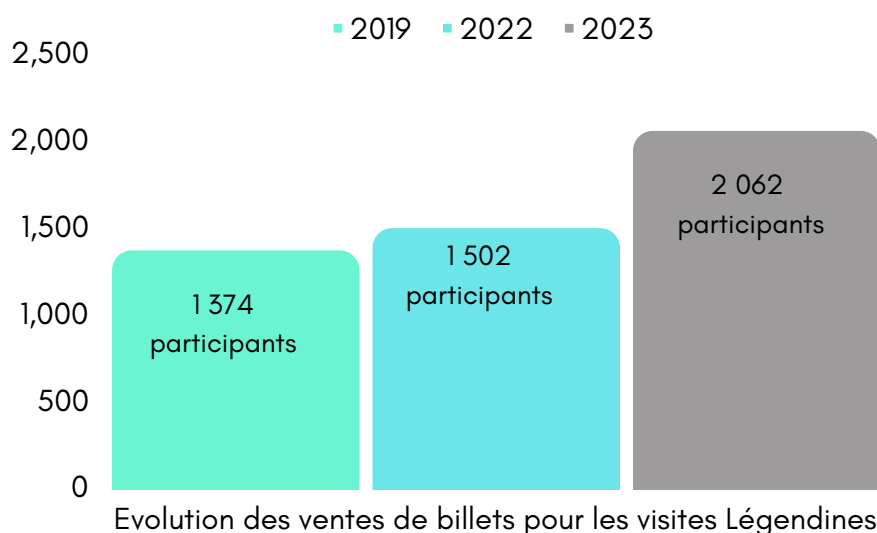


PRODUITS DE L'OFFICE

Il est intéressant de noter une augmentation des ventes de produits commercialisés par l'Office et ce malgré un contexte d'inflation ayant incontestablement engendré pour nos visiteurs des choix en termes de consommation d'activités et de loisirs.

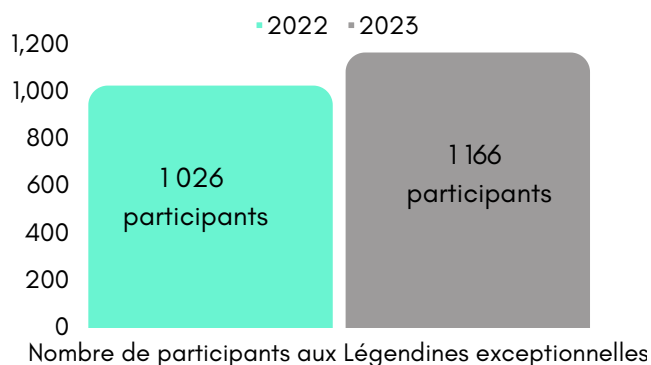
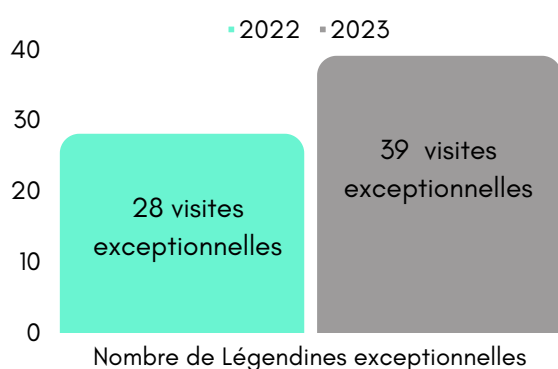
Les visites Légendines (BtoC)

Le nombre de participants pour les **visites Légendines a augmenté de 37 % par rapport à 2022** et de **50 % par rapport à 2019**.



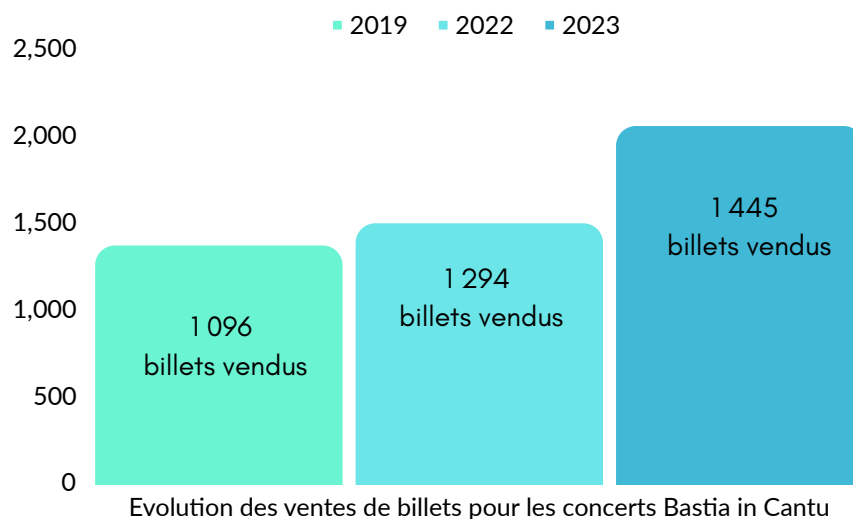
Les visites Légendines exceptionnelles (BtoB)

Tout au long de l'année, les services de l'Office de Tourisme répondent à des demandes d'agences de voyages, tour opérateurs, comités d'entreprises et associations qui souhaitent programmer des visites Légendines, hors programmation classique. Le **nombre de Légendines exceptionnelles a progressé de 39 %** par rapport à l'an passé et le **nombre de participants de 14%**.

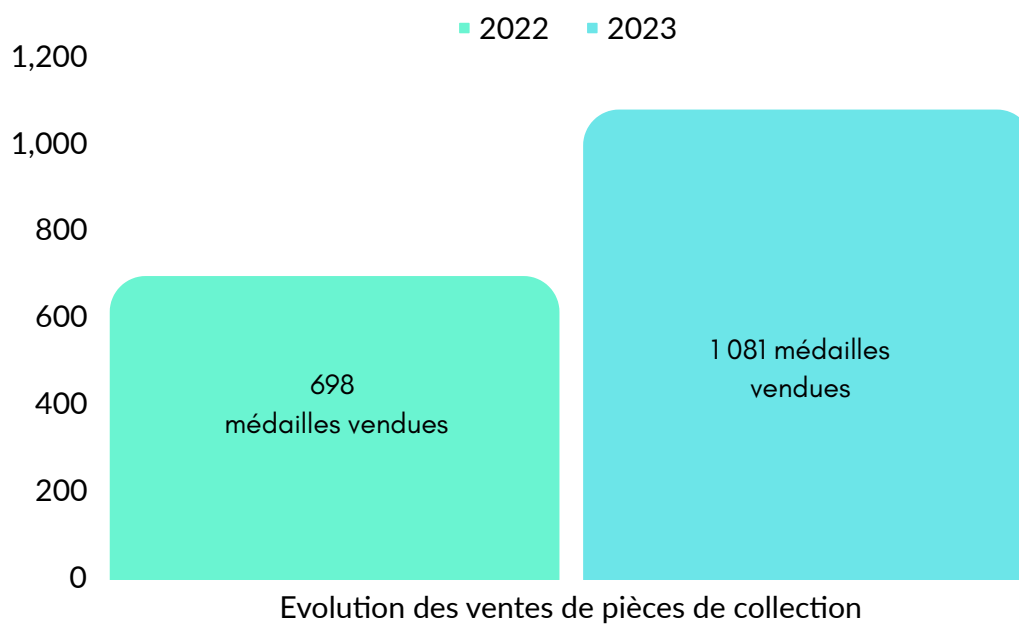


Les concerts Bastia in Cantu

Le nombre de billets vendus pour les concerts **Bastia in Cantu** a **augmenté de 12 %** par rapport à 2022 et de **32% par rapport à 2019**.



Les médailles de collection



EVENTEMENTIEL

CREAZIONE	61
IN GIRU, itinéraire artistique	64
SI STA BE IN PAESE	67
GREEN ORIZONTE x CREAZIONE	69
Concert CORSU MEZU MEZU	71
SOUTIEN AUX EVENEMENTS	73

CREAZIONE

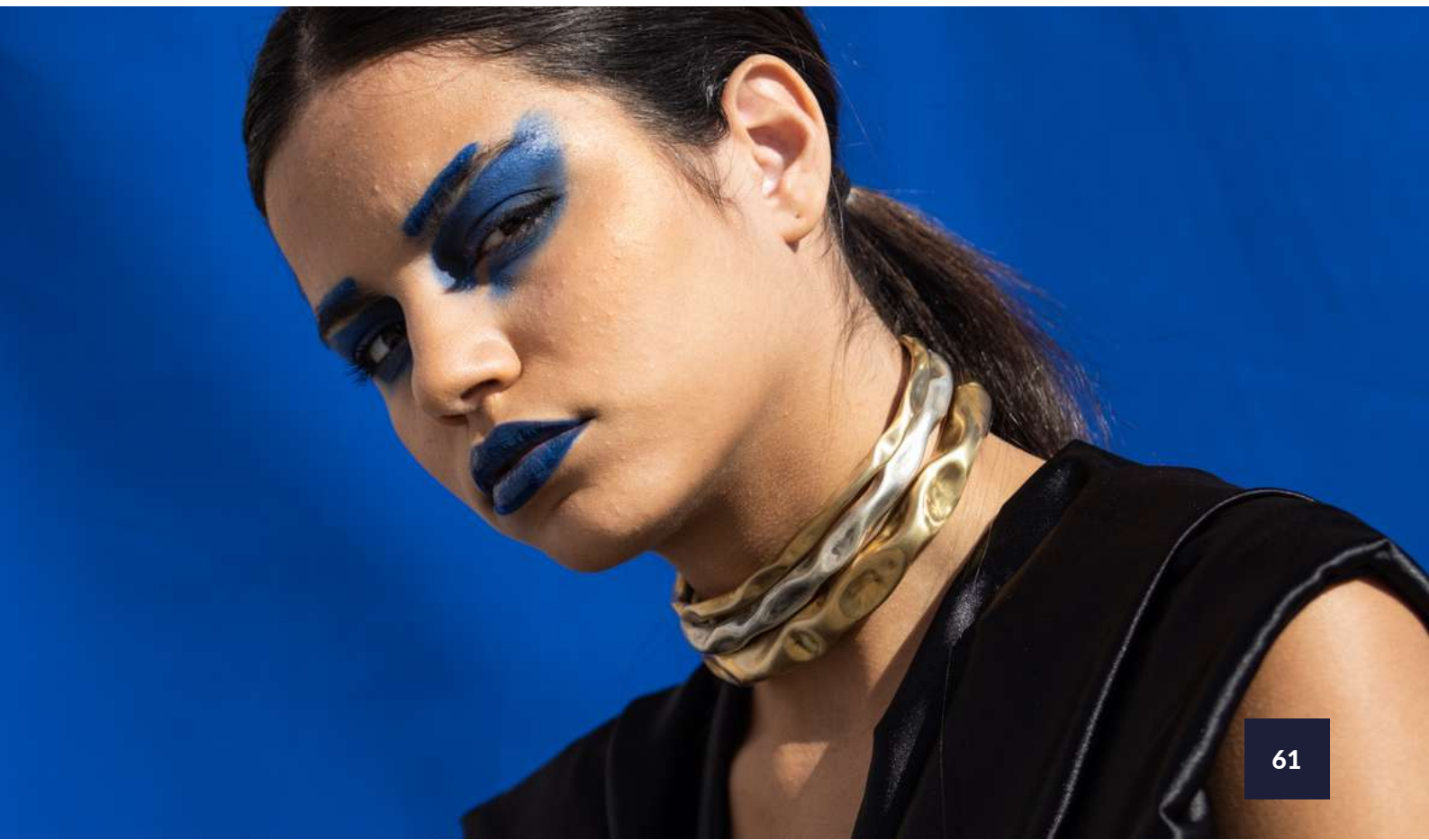
Festival Méditerranéen Mode & Design
du 15 au 18 juin

C'est dans le cadre somptueux du **Palais des Gouverneurs** que s'est tenue du **15 au 18 juin**, la **7ème édition du festival Creazione**, organisée par l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia, avec en invitée d'honneur, **la région de Fès-Meknès**.

Rendez-vous devenu incontournable pour les créateurs insulaires, le festival a accueilli trois jours durant, **une quarantaine d'entre eux**, venus de toute l'île pour faire découvrir le fruit de leur travail à un public en quête de belles pièces, de collections originales ou d'œuvres uniques.

Véritable vitrine de la création insulaire, le festival a permis au fil du temps, à de jeunes marques de se lancer, à d'autres de gagner en notoriété tout en bénéficiant d'une visibilité optimale dans un espace d'exposition unique en Corse.

Si les créateurs sont naturellement sur le devant de la scène, **les artistes insulaires occupent également une place importante au sein du festival**. Chanteurs, musiciens, dj se succèdent à un rythme effréné, offrant des soirées festives et ambiancées aux festivaliers.



Creazione a gagné ses lettres de noblesse dans les domaines de la **mode, du design et des savoir-faire**. Le festival a grandi, gagné en maturité. Une maturité et une expérience qui lui ont permis, pour cette nouvelle édition, de s'ouvrir sur la Méditerranée en accueillant **la région de Fès-Meknès**.

L'Office de Tourisme Intercommunal avait déjà, depuis quelques années, la volonté d'étendre les frontières du festival en s'ouvrant sur la Méditerranée.

Ainsi, cette nouvelle édition a donné la possibilité aux festivaliers, de découvrir le "Parcours des Créateurs Corses" mais également de s'immerger au cœur d'un **univers oriental** offrant des décors somptueux mêlant poteries, fontaines, lampes, arts de la table issus de l'artisanat local mais également des pièces de stylistes et créateurs haute-couture : caftans et autres vêtements traditionnels de cérémonie.

Au total, cette année encore Creazione aura accueilli près de **5 000 festivaliers**.

Le festival en quelques chiffres :

500 m²
dédiés à la
création insulaire

45 créateurs

30 artistes

15 partenaires
(9 privés + 7
institutionnels)

Près de 5000
festivaliers

Budget d'environ
200 000 € dont
95% reversés à
des entreprises
corses

12
influenceuses
Audience totale
400 k abonnés
Plus de 330
stories + une
trentaine de
publications

9 565 followers
sur Instagram et
Facebook
pour une
couverture totale
de **51 258**
personnes
touchées.

Le festival en images:



IN GIRU

Itinéraire artistique avec Philippe ECHAROUX
De mai à octobre

En 2022, dans le cadre de son plan d'animation territoriale visant à **valoriser les atouts environnementaux et patrimoniaux des communes**, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia lançait la première édition de **IN GIRU, itinéraire artistique**.

Forts du succès de cette première édition et de **la viralité du projet** induite notamment par la **monumentalité des œuvres** et la notoriété de l'artiste, les services de l'Office de Tourisme ont proposé une nouvelle édition tout aussi ambitieuse, tant par le choix de l'artiste que par le concept novateur.

C'est ainsi que **Philippe ECHAROUX**, photographe reconnu comme artiste pluridisciplinaire, humaniste engagé dans la défense des peuples opprimés, des populations autochtones et de l'environnement vital pour la survie de ces peuples a retenu toute l'attention de l'Office de Tourisme.

Ses œuvres, projections lumineuses de portrait en très grand format ont illuminé, cinq mois durant, à la nuit tombée, les arbres et les monuments de notre territoire, pour un spectacle visuel extraordinaire.



IN GIRU CHALLENGE,

Un **jeu concours a été lancé sur Instagram**, en collaboration avec l'artiste et Art Five Gallery afin de **booster la viralité du projet**, de **renforcer la visibilité du territoire** et d'**inciter les visiteurs et la population locale à se rendre dans les différentes communes.**

Le principe était simple : tout détenteur d'un compte Instagram était invité à photographier une ou plusieurs œuvres, et à poster ses plus beaux clichés en identifiant l'Office de Tourisme, en invitant un ou des amis en commentaires, en partageant sur son feed et/ou story...avec le hastag #INGIRU.

Après une première présélection, dix photos et vidéos ont été retenues; puis un tirage au sort a été effectué pour désigner le gagnant du lot, à savoir une œuvre originale de l'artiste d'une valeur de 6 000 €.

IN GIRU, itinéraire artistique en quelques chiffres :

- Publications: **20 sur Instagram & Facebook**
- Couverture: **100 000 comptes touchés**
- Interactions: **2 834 mentions j'aime et réactions**
- Partages : **240**

Les performances en termes de viralité sont moins élevées que lors de la première édition mais cela s'explique par la nature du projet avec des œuvres visibles uniquement à la nuit tombée.



IN GIRU, en images:



Bastia : Rond Point du Novelty



Bastia : Palais des Gouverneurs



E Ville di Petrabugno : E Minelli



E Ville di Petrabugno : Guaitella



San Martino di Lota : Pietranera



San Martino di Lota : Acqualto



Santa Maria di Lota : Miomu



Furiani: Parc de Luccianella



Furiani: Tour Paoline

SI STÀ BÈ IN PAESE

Rendez-vous musicaux de l'été

Pour la troisième année consécutive, les services de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia, en collaboration avec les **communes de l'agglomération bastiaise** ont proposé les rendez-vous musicaux **Si Stà Bè In Paese**.

Véritables moments de partage et de convivialité, ces rendez-vous permettent de créer du lien entre les générations, entre la population locale et touristique mais également de redynamiser et d'animer les communes du territoire.

Au programme :

- 29 juin à **Furiani**, Parc de Luccianella - Arnaud & Julie / Supplement Cheese
- 13 juillet à **Santa Maria di Lota**, Tour de Miomu - DJ Kevin Faye / Jean Charles Avazeri
- 29 juillet à **E Ville di Petrabugnu**, Piazza di l'Alba - DJ Kevin Faye / El Diablo
- 11 novembre à **San Martinu di Lota**
Animation musicale à l'occasion de la Saint Martin.

Ouverts à tous et en accès libre, ces concerts ont drainé un large public.

Nul doute que le large plan de communication déployé et la qualité de la programmation auront largement contribué au succès de ces événements, qui au regard du succès rencontré ont vocation à être pérenniser.

En effet, la satisfaction des représentants des communes ainsi que des associations impliquées dans la vie culturelle et des commerçants viennent conforter les retours positifs du public.

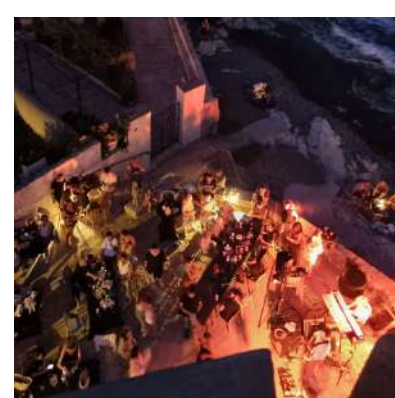
Ainsi, une nouvelle programmation pour l'été 2024 a déjà été proposée aux communes.



Si Stà Bè In Paese, en images:



29 juin à Furiani au parc de Luccianella



13 juillet à Santa Maria di Lota au pied de la Tour de Miomu



29 juillet à E Ville di Petrabugnu sur A Piazza di l'Alba

GREEN ORIZONTE

Showroom éphémère Creazione
du 20 au 22 octobre 2023

Invité par l'**Office de Tourisme Calvi-Balagne**, organisateur du festival Green Orizonte consacré au développement et tourisme durables, le festival Creazione s'est exposé 3 jours durant au Musée des Arts, au cœur de la citadelle de Calvi.

Cette initiative positionne une fois de plus le festival Creazione et notre territoire, comme précurseurs en termes de valorisation de la création insulaire, en mettant un coup de projecteur sur les créateurs s'inscrivant dans une **démarche de production durable et éthique favorisant l'émergence d'un cercle vertueux pour le territoire.**

Ainsi, des créateurs répondant à ces critères, ont été invités à exposer le fruit de leur travail au sein du showroom éphémère de Creazione.

Parmi les créateurs exposants:

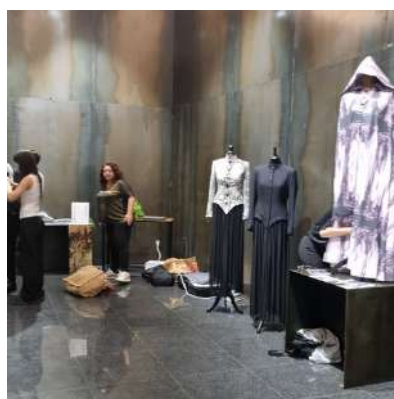
- FILADORA
- COLOMBA STUDIO
- VCANGIONI
- NIKOU
- MAISON MACCI
- DONNAE
- ALIX COLOMBANI
- CALLYSTHE

Environ 250 personnes ont visité le showroom avec une large majorité de touristes.

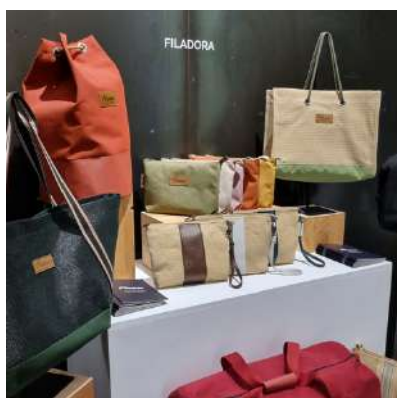
Une initiative qui pourrait être prochainement renouvelée dans le cadre d'évènements se déroulant sur d'autres territoires insulaires.



Showroom éphémère Creazione x Green Horizonte en images :



Showroom Creazione au Musée des Arts



CONCERT CORSU MEZU MEZU

La Corse débarque à Paris
Le 28 octobre 2023 - Paris Défense Arena

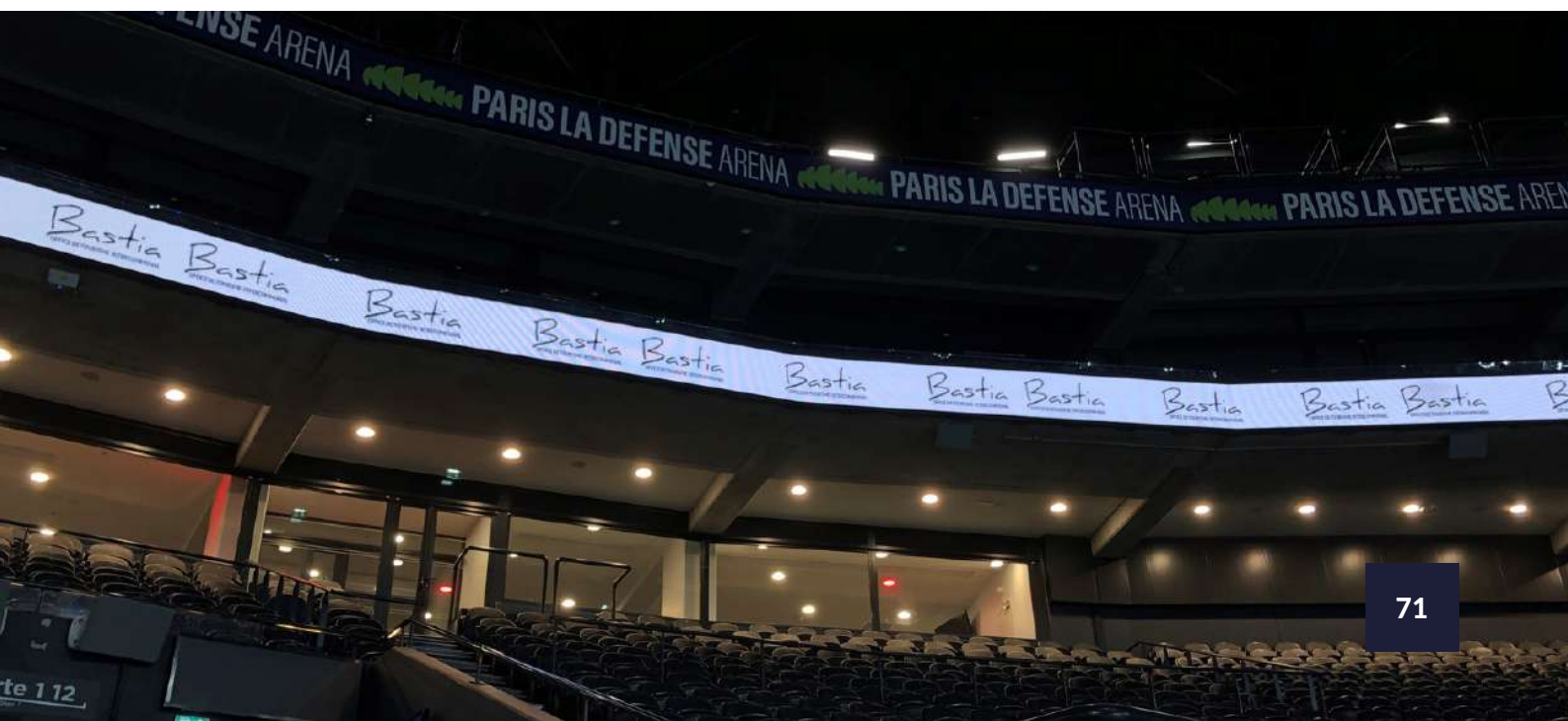
C'est en 2015 que le projet **Corsu Mezu Mezu** voit le jour et rencontre un succès incroyable. N° 1 des ventes durant 4 semaines, l'album a été triple disque de platine.

En 2022, un nouvel album Corsu Mezu Mezu revient avec un casting toujours plus prestigieux pour rendre hommage à l'Île de Beauté.

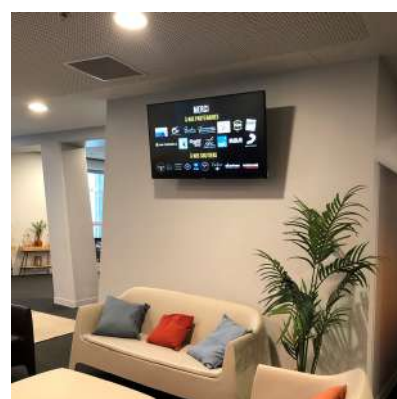
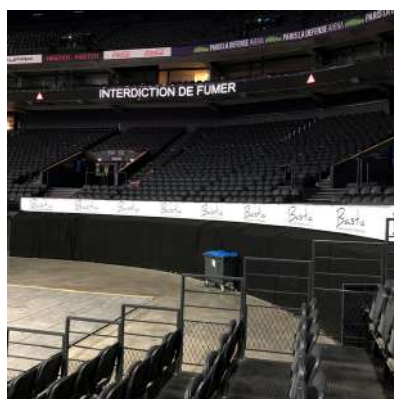
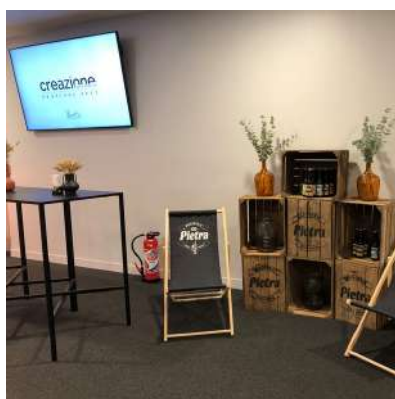
Face à ce nouveau succès, les producteurs ont organisé le 28 octobre à Paris Défense Arena, un concert événement réunissant près de **50 artistes insulaires** et chanteurs français de renom.

Véritable vitrine promotionnelle pour la Corse ce concert s'est tenu devant un public de plus 30 000 spectateurs.

Partenaire privilégié de l'évènement aux côtés notamment de la Collectivité de Corse, d'Air Corsica, de la FNAC, et de la Brasserie Pietra, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia a bénéficié d'une visibilité optimale en amont et durant l'évènement: présence du logo sur tous les supports de communication de l'évènement, campagne digitale, emplacement réservé pour affichage sur site, diffusion de films promotionnels du territoire, page entière dédiée à l'OT sur le programme officiel, mise à disposition de places pour l'organisation de jeux concours.



Concert Corsu Mezu Mezu en images :



SOUTIEN AUX EVENEMENTS

Tout au long de l'année, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia apporte son soutien à des événements ayant une forte valeur-ajoutée pour le territoire, tant en termes d'image et de notoriété qu'en termes de retombées économiques.

Matérialisé sous forme de partenariat, ce soutien permet notamment de renforcer les liens avec le tissu associatif culturel et sportif du territoire.

Rappel : les partenariats se concrétisent le plus souvent sous forme de prises en charge de prestations (nuitées, repas, visites guidées, cadeaux de bienvenue, etc.)

Au total en 2023, ce sont 17 événements qui ont reçu le soutien de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia.

A noter: le soutien de l'Office de Tourisme à des événements solidaires ayant vocation à venir en aide à des personnes en situation de précarité et à des personnes malades.

Concert de l'association du Sacré

Cœur, en l'église Saint Charles

le 24 mai à **Bastia**

Achat de billets pour jeux concours

Nuit du Millésime

le 28 mai à **Bastia**

Accueil influenceurs et créateurs de contenus / Prise en charge de nuitées

Biking Man

du 29 mai au 3 juin à **Bastia**

Accueil journalistes / Prise en charge de repas

Festival de Tarot

du 1er au 4 juin à **San Martinu di Lota**

Accueil VIP / Prise en charge de nuitées

Salon Pizze à Musica

du 9 au 12 juin à **Bastia**

Accueil VIP / Prise en charge de nuitées

Festival des Nuits Med

du 19 au 24 juin à **Bastia**

Accueil d'une journaliste / Prise en charge de nuitées & visite guidée

Festa Paesana

le 1er juillet à **E Ville di Petrabugnu**

Prise en charge de l'animation musicale

Open International d'Echecs

du 9 au 11 juillet à **Bastia**

Accueil VIP/ Prise en charge de nuitées

Concert I Chjami Aghjalesi, organisé

par l'association Monte Niellu

le 18 août à **Santa Maria di Lota**

Prise en charge prestation technique

A China di u Mercà

le 3 septembre à **Bastia**

Mise à disposition de lots

Bastia Beer Festival

du 29 septembre au 1er octobre à **Bastia**
Accueil de journalistes / Prise en charge de nuitées

Arte Mare

Du 29 septembre au 07 octobre à **Bastia**
Accueil de journalistes/ Prise en charge de nuitées

Salon du Chocolat

Du 13 au 15 octobre à **Bastia**
Accueil VIP & Influenceur / Prise en charge de nuitées

Fête de la Saint Martin

11 novembre à **San Martinu di Lota**
Prise en charge de l'animation dans le cadre de l'opération Si Stà Bè in Paese.

A Spassighjata

Le 9 décembre à **Bastia**
Mise à disposition de l'Office de Tourisme pour les inscriptions et la remise de dossards aux coureurs.

Tombola Association INSEME

Novembre-Décembre
Mise à disposition de lots pour la tombola sous forme de paniers gourmands.

La Boite au Grand Cœur

Novembre-Décembre
L'Office de Tourisme s'est positionné, cette année encore, en tant que point de collecte pour les boites cadeaux offertes par la population locale à l'association qui les diffuse ensuite auprès d'un public en situation de précarité.



LES MOYENS DE L'OFFICE

LES MOYENS HUMAINS

LES EFFECTIFS	76
---------------	----

L'ORGANIGRAMME	77
----------------	----

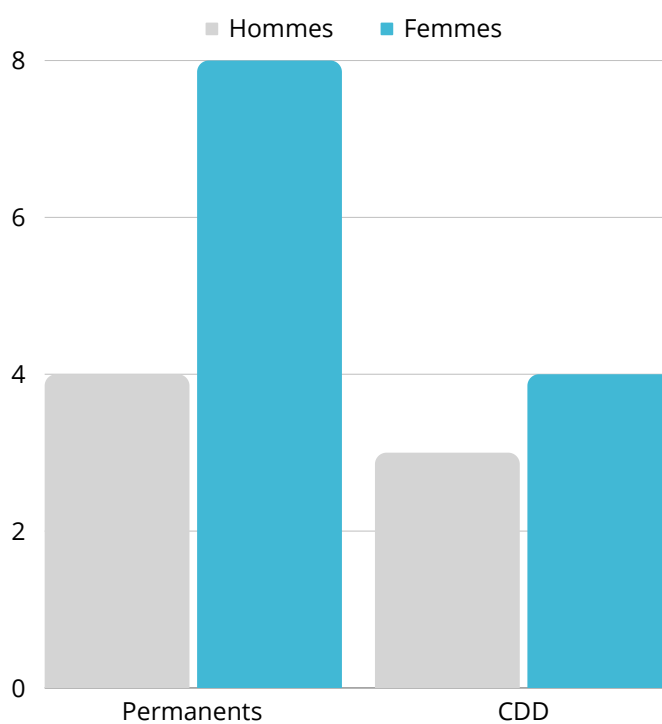
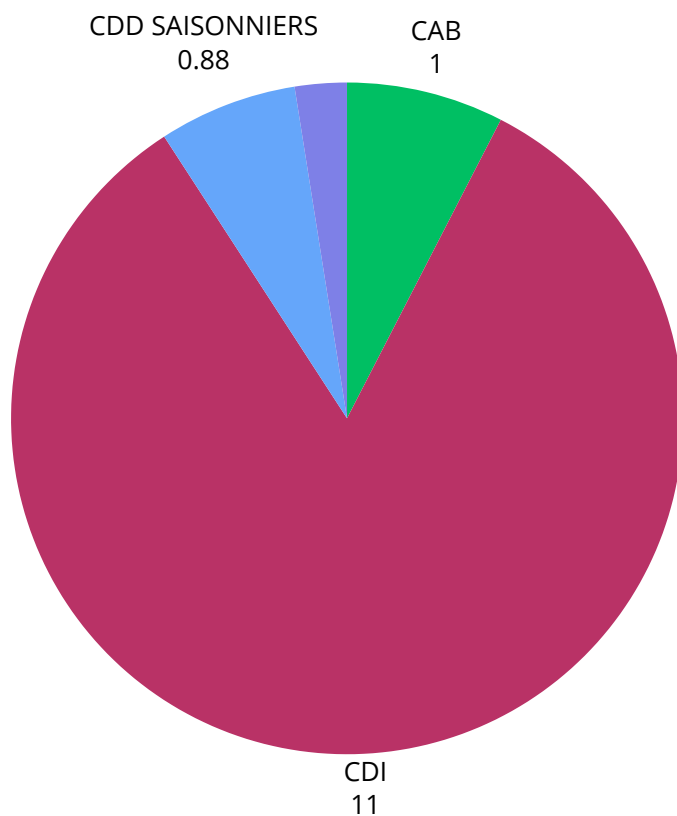
LE COMITE DIRECTEUR	78
---------------------	----

LA FORMATION DU PERSONNEL	79
---------------------------	----

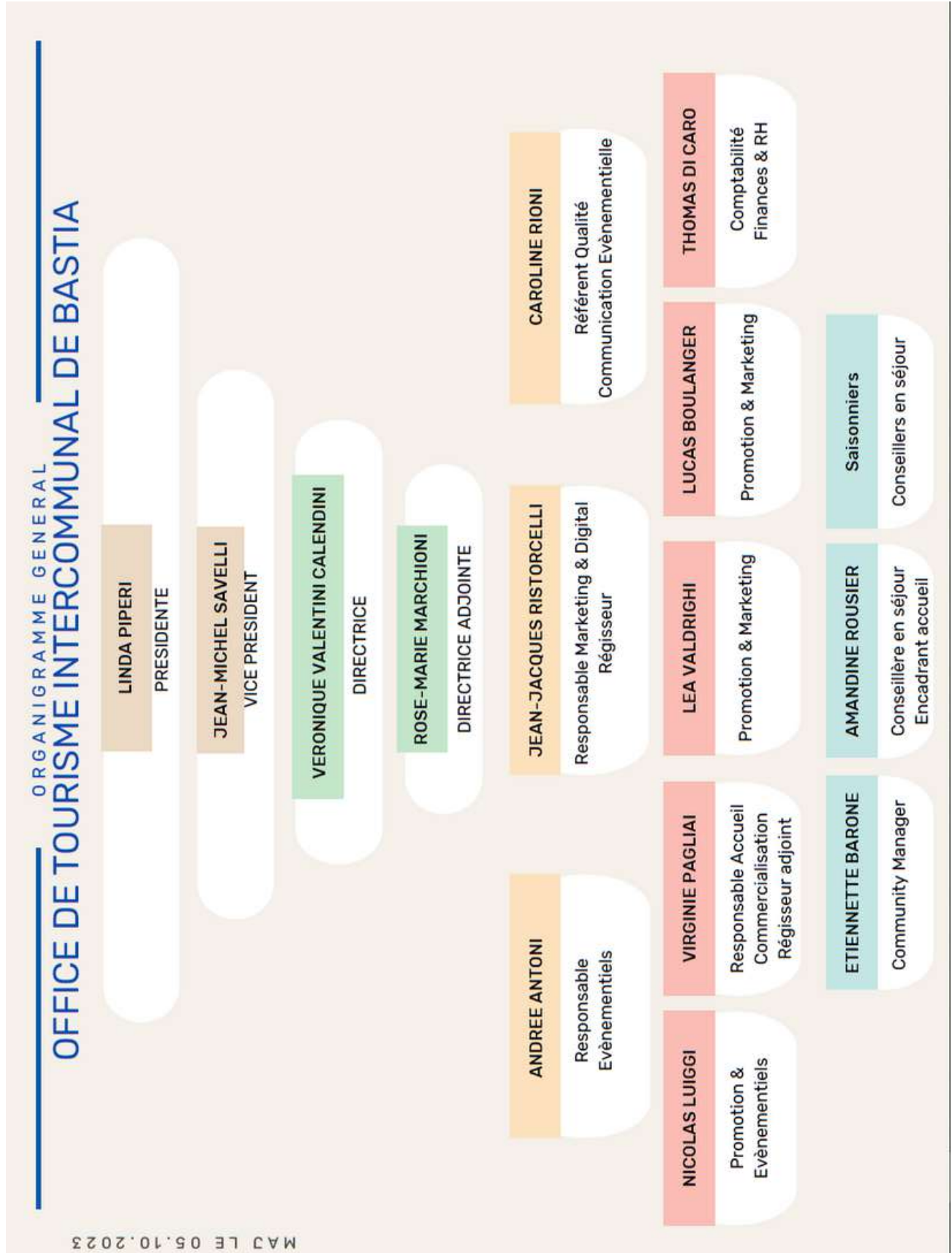
LA FORMATION DES ETUDIANTS	80
----------------------------	----

LES EFFECTIFS

En 2023, l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia comptabilise 13.21 Equivalents Temps Plein contre 13.57 en 2022.



L'ORGANIGRAMME



LE COMITE DIRECTEUR

Le Comité Directeur : organe délibérant de l'Office de Tourisme, il est composé de 15 membres :

- 1 collègue d'élus représentant la Communauté d'Agglomération de Bastia
- 1 collègue de socio-professionnels.

Membres représentant la Communauté Agglomération de Bastia

- Linda Piperi (titulaire)
- Mattea Lacave (suppléante)
- Emmanuelle de Gentile (titulaire)
- Philippe Peretti (suppléant)
- Bruno Polifroni (titulaire)
- Thérèse Lorenzi suppléante)
- Jean-Michel Savelli (titulaire)
- Emmanuel Petri-Guasco (suppléant)
- Florence Lombardo (titulaire)
- Marie-Dominique Giamarchi (suppléante)
- Martine Perfettini (titulaire)
- Jean - Charles Leonardi (suppléant)
- Serge Linale (titulaire)
- Jean-Joseph Massoni (suppléant)
- Christelle Timsit (titulaire)
- Paul Tieri (suppléant)

Membres représentant les compagnies maritimes

- Charles Paoli (titulaire)
- Laurent Castelli (suppléant)
- Pascal Trojani (titulaire)
- Marc-Antoine Ebrave (suppléant)

Membres représentant l'UMIH

- Marie-Paule Ciosi (titulaire)
- Céline Cano (suppléante)
- Hugo Allegre (titulaire)
- Dominique Giudicelli (suppléant)

Membres représentant la filière MICE

- Jean-Philippe Banghala (titulaire)
- François-Xavier Dianoux (suppléant)

Membres représentant la Fédération Régionale des Guides

- Jean Pierre Defendini (titulaire)
- Laura Maldonado (suppléante)

Membres représentant les prestataires de loisirs actifs

- Louis Azara (titulaire)
- Franck Livraghi (suppléant)

LA FORMATION DU PERSONNEL

Au total, l'équipe de l'Office de Tourisme Intercommunal de Bastia a comptabilisé en 2023, **un volume de 390 heures de formation** réparties de la manière suivante :

Salariés	Total annuel heures de formation	Thématiques
E. BARONE	28	Perfectionner sa stratégie social média / Développer sa communauté de microblogueurs et Influenceurs / Investir le réseau social Tik Tok
L. BOULANGER	85	Représentation Salons / Table ronde Tourisme & Culture scientifique / ADN Tourisme : Développement durable / Relever le défi d'une communication responsable / Séminaire économie bleue / Atelier vidéo RS marque / Festival des Jeunes Créateurs de Dinan
T. DI CARO	21	Logiciel Progema / Droit du Travail & Social
N. LUIGGI	21	Tourisme d'Affaires / Corse Destination Affaires
R. MARCHIONI	21	Tourisme d'Affaires / Corse Destination Affaires
V. PAGLIAI	17	Club Qualité / Présentation Offre Moby Lines
C. RIONI	16	Club Qualité / ADN Tourisme : Tourisme durable
J-J RISTORCELLI	20	Roadshow-Workshop Loisirs & MICE / Séminaire économie bleue
A. ROUSIER	63	Perfectionner sa stratégie social média / Développer sa communauté de microblogueurs et Influenceurs / Investir le réseau social Tik Tok / Site web: création de produits
L. VALDRIGHI	70	Représentation Salons & Workshops / Atelier vidéo RS marque / Développer sa communauté de microblogueurs et Influenceurs / Festival des Jeunes Créateurs de Dinan
V. CALENDINI	21	Logiciel Progema / Droit du Travail & Social

LA FORMATION DES SAISONNIERS & ETUDIANTS STAGIAIRES

Chaque nouveau venu - stagiaire, saisonnier ou alternant - est accueilli par la responsable du service accueil et information, chargée notamment de la formation en interne des conseillers en séjour.

Les entretiens individuels sont favorisés car ils permettent une meilleure adaptation aux besoins de chaque personne; toutefois, en période de forte fréquentation, des formations en petit groupe (2 ou 3 personnes) sont parfois organisées pour fluidifier le travail du responsable d'accueil.

Cette première session de formation s'articule de la manière suivante :

- Présentation des équipes ;
- Visite des locaux ;
- Remise et présentation détaillée du "manuel du parfait conseiller en séjour";
- Présentation
 - de la documentation touristique et du site;
 - des produits, visites et excursions commercialisés par l'OT;
 - des tableaux de bord fréquentation ;
 - des questionnaires de satisfaction ;
 - des partenaires de l'OT;
- Formation à l'outil Régie Service (Billetterie)

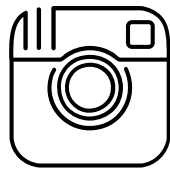
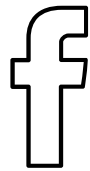
Dans un second temps, il est demandé à chaque nouveau conseiller en séjour de participer aux produits commercialisés par l'Office de Tourisme, à minima :

- Participation aux visites Légendines
- Participation aux concerts Bastia in Cantu

Enfin, en fin de contrat ou de stage, le responsable accueil organise un entretien d'évaluation.

Au total, ce sont près de **120 heures de formation**, qui ont été réalisées en interne auprès de 15 personnes, afin de garantir la meilleure prise en charge des visiteurs, un accueil irréprochable, une écoute client de qualité, et des conseils personnalisés.

SUIVEZ-NOUS



Bastia
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL