

ZONZA
SANTA
LUCIA
T U R I S I M U

Bilan d'activité 2022



Office Municipal de Tourisme de Zonza Santa Lucia
www.zonza-saintelucie.com

Sommaire

Nos missions.....	p.4
Tendances Corse 2022	p.6
Chiffres clefs OMT 2022	p.12
Fréquentation physique	p.14
Demandes traitées	p.18
Typologie des visiteurs	p.20
Nature des demandes	p.26
Fréquentation du site internet	p.28
Facebook.....	p.32
Instagram.....	p.36
Fréquentation des réseaux sociaux	p.39
Satisfaction clientèle	p.40
Promotion et communication	p.44
Formations	p.52
Partenariats	p.54
Les autres réalisations 2022.....	p.58
Budget	p.62
Projets et perspectives 2022	p.70
Une équipe à votre service	p.76



Nos missions

Accueillir et informer

Un Office de Tourisme ouvert à l'année et 3 Bureaux d'Information Touristique en saison aux endroits stratégiques de la commune (Zonza village, Cavu et Pinarello). Des demandes à l'accueil, par téléphone, e-mail, via les réseaux sociaux, via le chat en ligne sur notre site internet... Un accueil ouvert 7/7 en saison.

41 700 pers. accueillies
34 000 demandes traitées

Plus de **81 000** visites
sur le site internet
196 000 pages vues

Un site internet qui draine 81 000 visites en 2022 (qui drainait plus de 96 000 visites par an avant la crise de 2020).

Une présence régulière sur les réseaux sociaux

1 505 000 vues
pour nos publications
Facebook

100 000 éditions
papier mettant en avant
nos partenaires distribuées
dans le Sud Corse.

Des éditions (guides, cartes, brochures...), des agendas, fiches thématiques, informations pratiques, de la prévention envers les différents risques, protection de l'environnement... distribués dans nos locaux et à votre disposition mais également dans d'autres points d'accueil partenaires.



Nos missions

Promouvoir et animer

A travers notre site web, notre présence sur les réseaux sociaux, mais aussi en organisant des événements structurants en collaboration avec la commune, en appuyant des associations dans leurs manifestations.



Structurer le territoire

Mise en place d'outils numériques au service des partenaires.

Collaboration avec l'OTI de l'Alta-Rocca, l'OTI de Porto-Vecchio Sud Corse, l'OMT de Bonifacio et le BIT du Sud Corse (Lecci).

Assister les partenaires dans une démarche de professionnalisation

Classement de votre meublé et accompagnement dans la démarche de classement (à partir de 2024).

Mise en réseau et actions d'accompagnement des acteurs du tourisme.

Tendances Corse 2022

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

Le tourisme est un grand contributeur de l'économie corse (39% du PIB contre 8% en moyenne au niveau national).

L'île accueille environ 2.6 millions de touristes en 2022 pour environ 350 000 habitants, avec un tourisme concentré sur la saison d'été principalement.

Après deux bonnes saisons en 2017 et 2018, la fréquentation touristique avait déjà baissé en Corse en 2019. La crise sanitaire de 2020 a eu un impact catastrophique sur le tourisme en France, et en Corse en particulier du fait de son insularité.

En 2021, la reprise s'est amorcée surtout surtout à partir du mois de juillet. L'année 2022 se résume ainsi:



2,6 M¹

de touristes



3,4 Mds d'€²

de dépenses touristiques



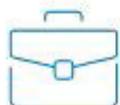
8,18 M

de passagers (A/R)
en 2022 (CCIC, 2022)



équivalent à

39% du PIB³



12%

de l'emploi régional (INSEE, 2022)

Une forte affluence dans les OT en 2022

Les Offices de Tourisme (OT) interrogés sur leur bilan de saison, confirment la hausse de la fréquentation et le retour de la clientèle étrangère.

Plus d'un million de visiteurs ont été accueillis dans les OT de l'île durant la saison 2022. C'est 30% de plus qu'en 2021. Un chiffre qu'il convient d'interpréter au regard du contexte de l'an passé où les restrictions liées

Tendances Corse 2022

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

au Covid empêchaient l'arrivée de touristes en début de saison en Corse, notamment des touristes étrangers. Ceci limite donc les comparaisons avec l'année 2021.

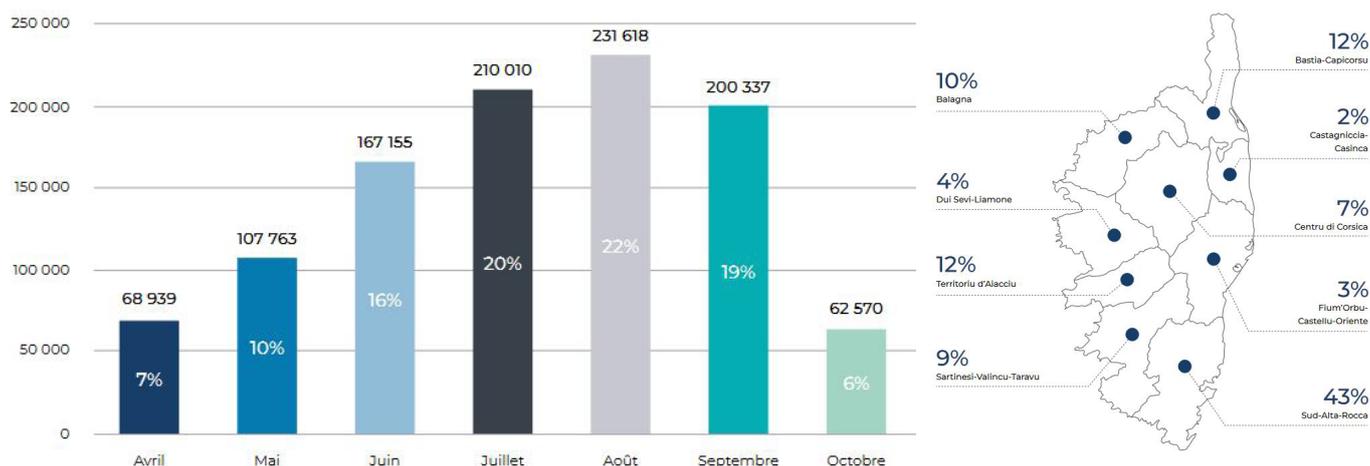


Figure 31 : Fréquentation des OT insulaires - Saison 2022 vs 2021

Figure 32 : Répartition territoriale de la fréquentation des OT

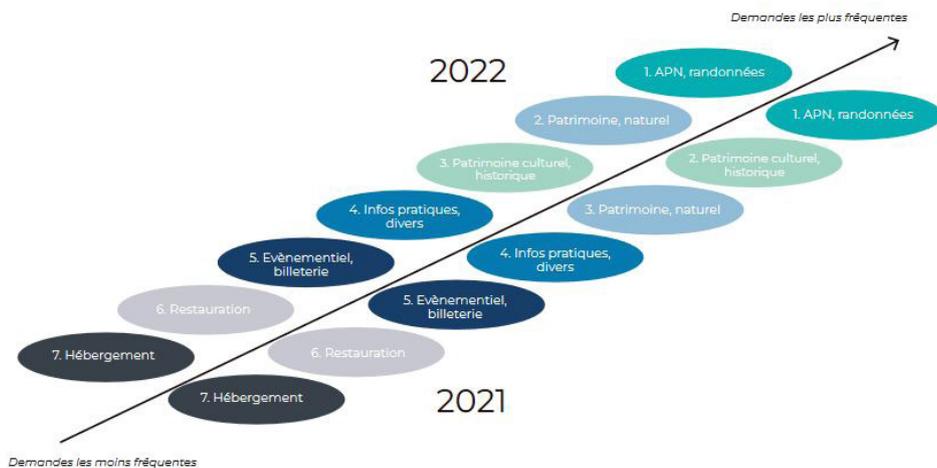


Figure 33 : Evolution des demandes des visiteurs auprès des OT 2022 vs 2021

Trois tendances s'engagent :

- Favoriser des vacances actives : le besoin de nature et d'activités en lien avec elle, reste la demande prioritaire. Cela confirme certaines tendances concernant les nouvelles façons de voyager. Le bien-être passe souvent par l'activité sportive et beaucoup de voyageurs souhaitent associer vacances et activités sportives : randonnées, cyclotourisme, activités nature...

Tendances Corse 2022

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

- **Tourisme expérientiel** : les voyageurs sont à la recherche de nouvelles expériences et souhaitent une information plus personnalisée : une tendance que l'on observait déjà en 2021 et qui vient se confirmer cette année.
- **Vers un tourisme plus responsable** : les voyageurs veulent vivre des expériences authentiques et représentatives de la culture de leur destination. Ils sont sensibles à la protection de l'environnement et aux traditions des populations locales. Ce type de tourisme devient une priorité pour certains voyageurs notamment chez les millenials.

Le retour des étrangers s'observe aussi dans les OT

Même si leur part n'est pas aussi importante que celle constatée dans les hébergements, la restauration ou les activités de loisirs, les OT enregistrent une hausse de fréquentation de cette clientèle. 18% de la clientèle ayant visité les OT pendant la saison 2022 est étrangère.

Avant-saison : un printemps qui démarre lentement puis se confirme en juin

Avril à juin : plus de 2,2 millions de passagers transportés presque 2x plus qu'en 2021

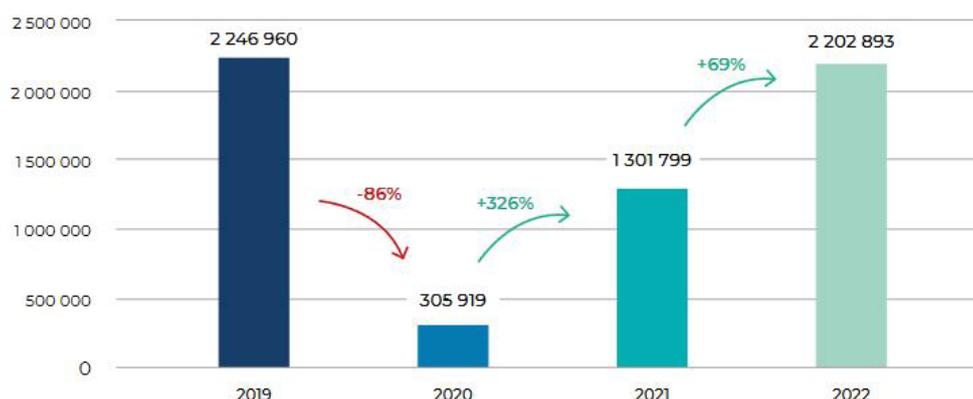


Figure 4 : Evolution des flux de passagers transportés - Avant-saison 2019 à 2022 (à partir des données de la CCIC)

Tendances Corse 2022

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

Haute-saison : une forte fréquentation pendant l'été

Juillet et août : plus de 3,2 millions de passagers transportés
c'est 6% de plus qu'en 2021 et 2.5 % de plus qu'en 2019

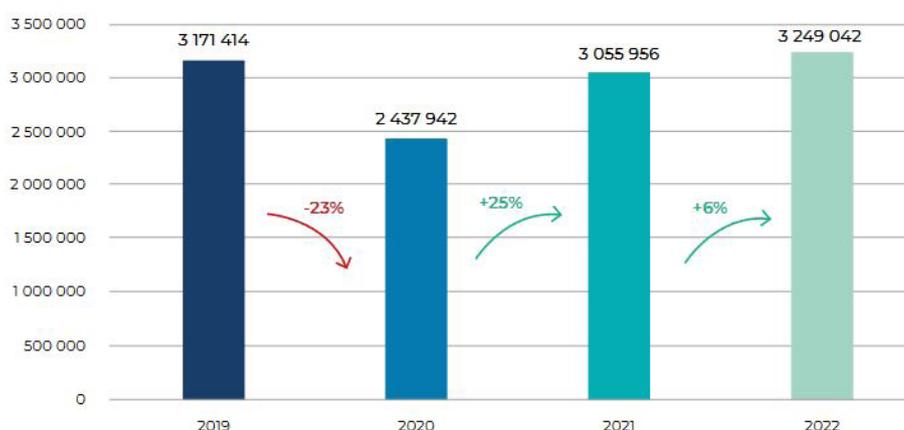


Figure 14 : Evolution des flux de passagers transportés - Haute-saison 2019 à 2022
(à partir des données de la CCIC)

Arrière-saison : l'été joue les prolongations

Septembre et octobre : plus de 1,5 millions de passagers transportés
c'est 5% de plus qu'en 2021 et 3.5 % de plus qu'en 2019

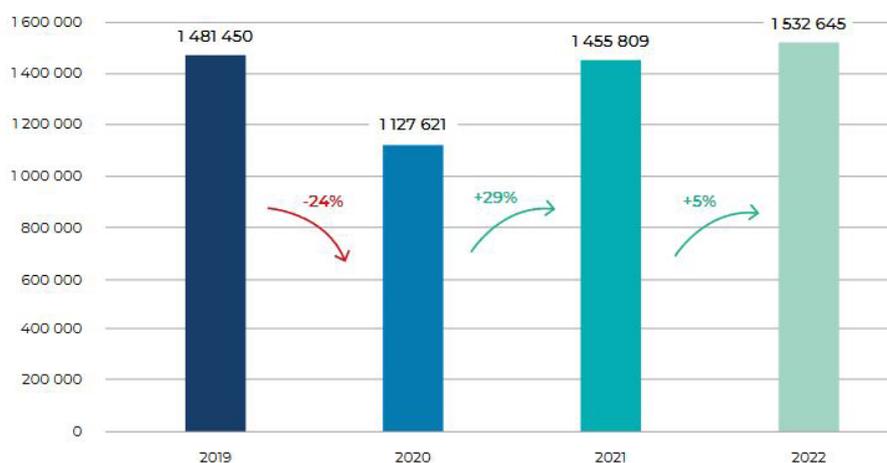


Figure 24 : Evolution des flux de passagers transportés - Arrière-saison 2019 à 2022
(à partir des données de la CCIC)

Tendances Corse 2022

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

Après deux années marquées par la crise sanitaire, la reprise du secteur touristique se confirme et 2022 opère un retour vers la normale.

Entre le 1er janvier et le 31 décembre 2022 ce sont près de 8.2 millions de passagers qui ont transité par les ports et aéroports de l'île. C'est +21 % par rapport à 2021 (6.77 millions) et +1.3% par rapport à 2019 (où le nombre de passagers transportés était de 8.08 millions).

La Corse a connu un regain de fréquentation et enregistre 3.5 millions d'arrivées sur la saison touristique. Cette saison 2022 a vu aussi le retour de la clientèle étrangère et la reprise du tourisme d'affaires. Dans l'ensemble les professionnels du secteur estiment que le bilan est positif.

L'année 2023 laisse entrevoir des incertitudes liées au contexte national et international. L'inflation risque de peser sur les coûts et par conséquent sur le prix des voyages.

De fortes difficultés persistent sur les recrutements. Depuis la crise Covid on assiste à une certaine désaffection des travailleurs du tourisme. Les salaires et les conditions de travail sont peu attractifs pour les personnels du secteur notamment pour les saisonniers. Par ailleurs l'été 2022 a été marqué par l'impact du réchauffement climatique. La Corse malgré ses atouts divers et son attractivité en toutes saisons est encore trop considérée par le grand public comme une simple destination «soleil», et la hausse des températures risque de mettre à mal ce type de fréquentation. C'est là tout l'intérêt de la nécessaire déconcentration de notre modèle touristique. Enfin, avec la fin de la pandémie de nouvelles destinations rouvrent rendant l'environnement extrêmement concurrentiel.

Tendances Corse 2022

Dans ce contexte difficile, la Corse semble malgré tout rester une destination de choix : une étude réalisée par Mabrian Technologies sur plus de 700 destinations concernant les nouvelles tendances touristiques positionne l'île à la 5ème place des dix meilleures destinations pour 2023. L'ère post-balnéaire viendra ainsi, on peut l'espérer, apporter un tourisme à l'année sur notre île, avec des flux plus doux et mieux répartis sur le territoire, et une provenance diversifiée en termes de publics et de nationalités.

Source: les Cahiers du Tourisme - ATC

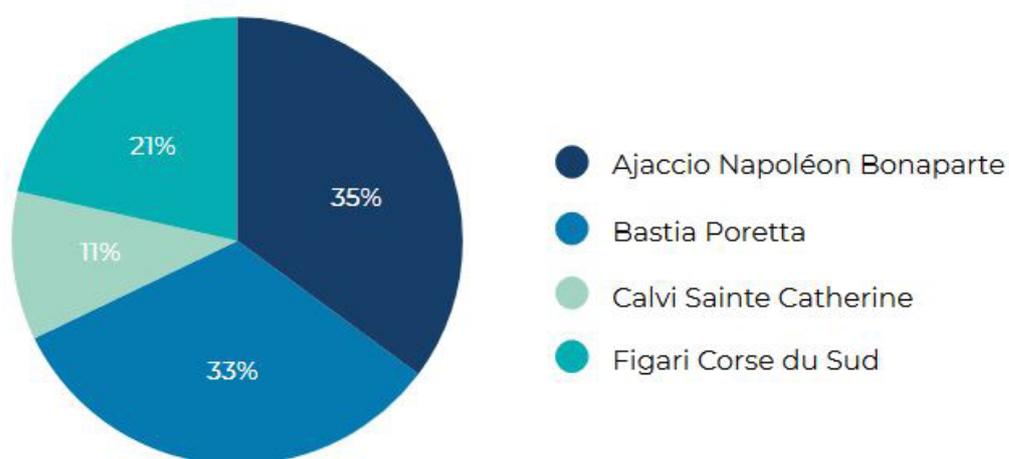


Figure 2 : Répartition des vols aller simple par plateformes aéroportuaires de la Corse

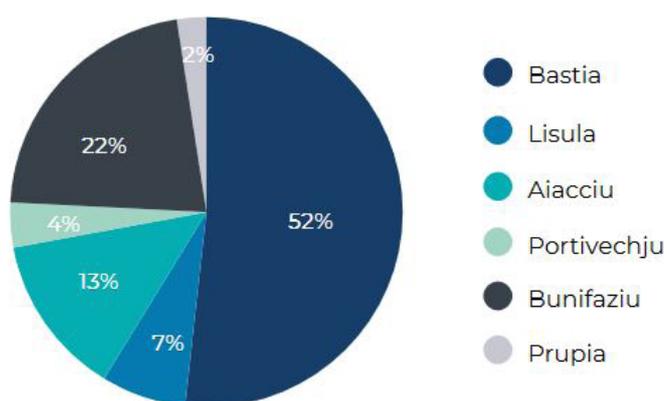


Figure 3 : Répartition des escales par plateformes portuaires de la Corse

Chiffres Clefs office 2022

Accueil

41 700
pers. accueillies
34 000
demandes
traitées

1 Office Municipal de Tourisme ouvert à l'année à Ste Lucie de Porto-Vecchio
3 Bureaux d'Information Touristique à Zonza village, au Cavu et à Pinarello

+18% de fréquentation physique tous bureaux confondus sur la commune vs 2021 (+78 % vs 2020), revenant ainsi à des niveaux de fréquentation comparables à 2017, qui était l'année où nous avons enregistré la meilleure fréquentation des BIT et de l'OMT

6 000 Guides "Loisirs et Découvertes" Sud Corse
1 500 Brochures Ospità
7 500 Brochures Andà
300 Guides "Se Loger" Sud Corse
4 000 Cartes touristiques Sud Corse
3 000 Cartes commune de Zonza

22 300
guides et plans
distribués par
l'OMT

173
partenaires
socio-pro

+ 20% partenaires vs 2021
+ 43% partenaires vs 2019

+ 5% de recettes vs 2021
Malgré diminution importante
du montant individuel
+ 45% de recettes vs 2013

55 670 €
de partenariats
encaissés

Chiffres Clefs office 2022

Site Web et Réseaux Sociaux



81 000 visites sur www.zonza-saintelucie.com



72% via smartphone



24% via ordinateur



3% via tablette



Zonza Santa Lucia Tourisme

Des publications vues plus d'1 505 300 fois

78 000 utilisateurs engagés

31 080 réactions (likes, commentaires et partages)

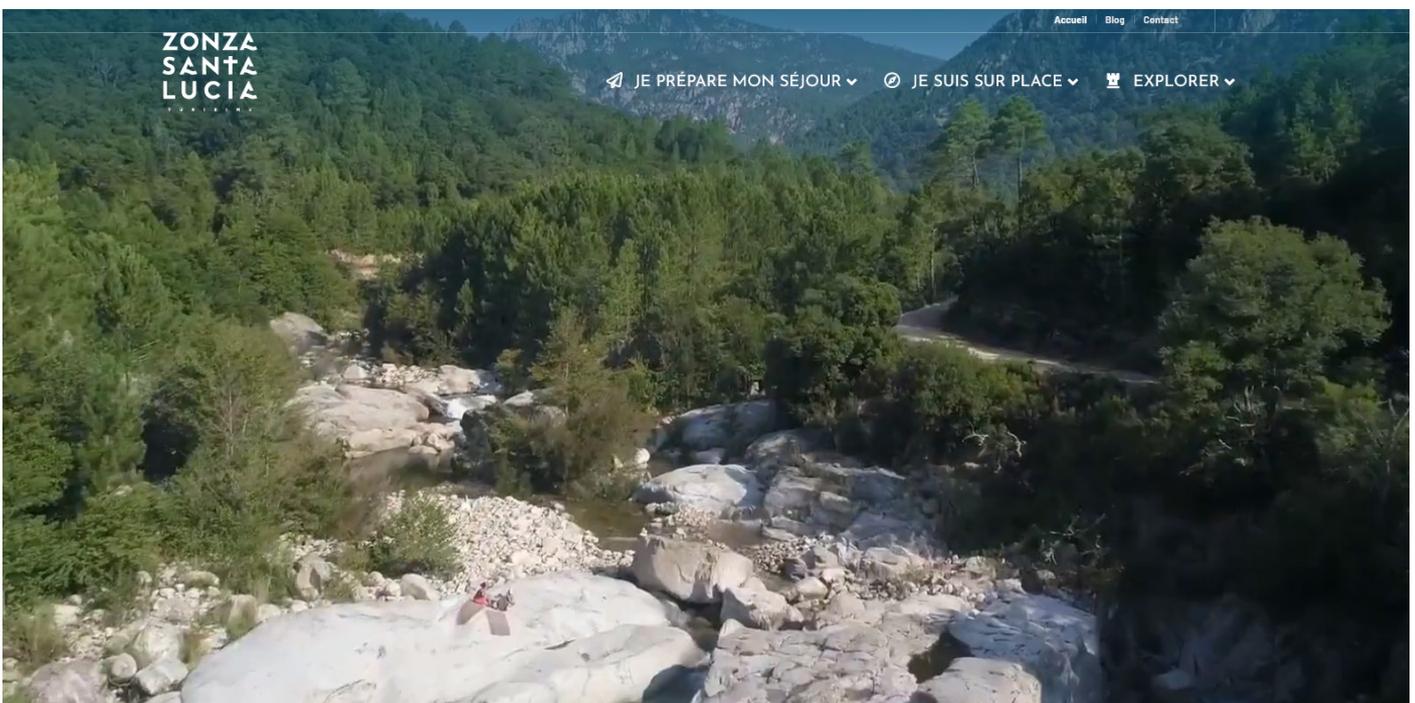
6 883 mentions "J'aime la page"



@zonzasaintelucietourisme:

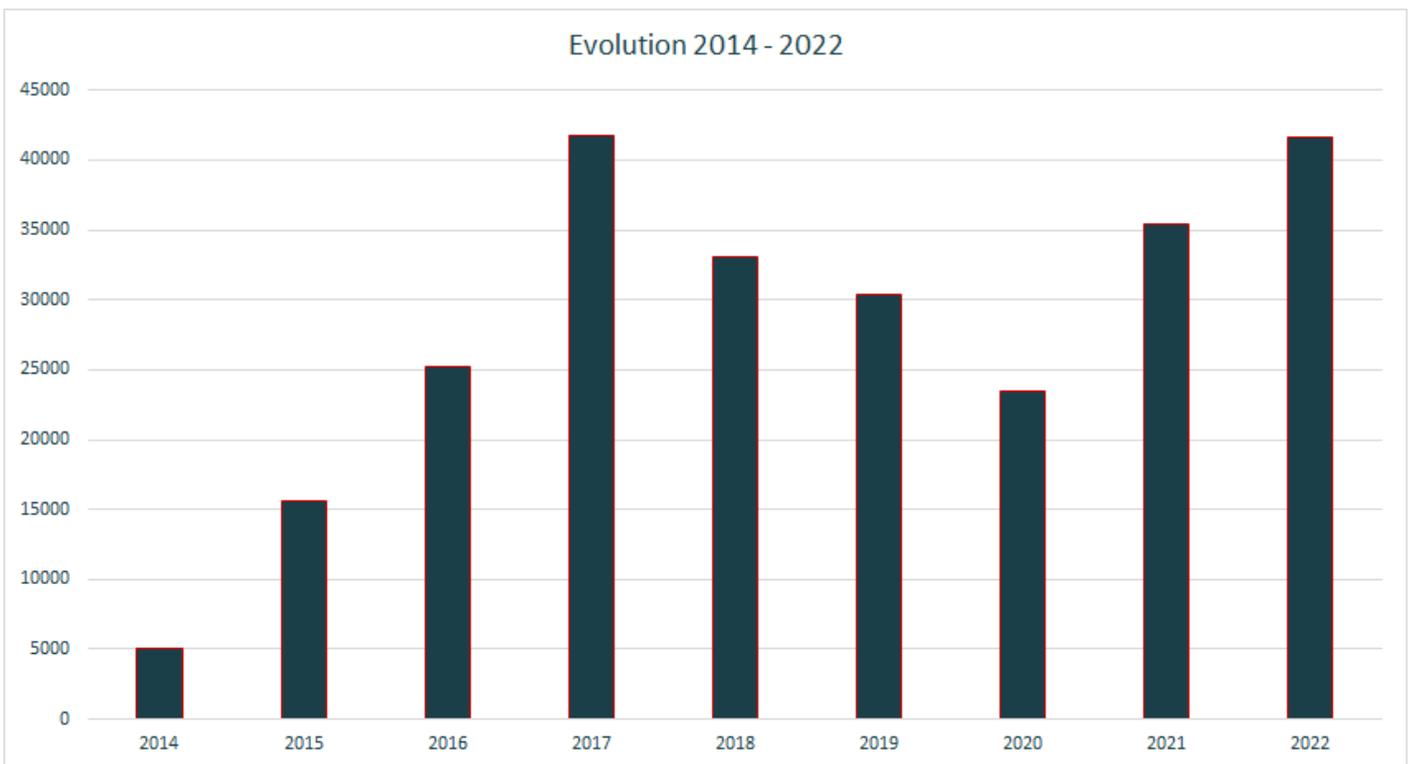
87 000 personnes ont vu l'une de nos publications ou stories

3 910 followers



Fréquentation physique

Au total, **41 700** visiteurs accueillis en 2022 (+51% vs 2020)



Les chiffres de fréquentation prennent en compte les Bureaux d'Information Touristiques. Ouvertures variables selon l'année considérée:

2014: OT Sainte Lucie

2015: OT + Cavu

2016: OT + Cavu

2017: OT + Cavu + Pinarello + Zonza

2018: OT + Cavu + Zonza

2019: OT + Cavu + Zonza

2020: OT + Cavu + Pinarello + Zonza

2021: OT + Cavu + Pinarello + Zonza

2022: OT + Cavu + Pinarello + Zonza

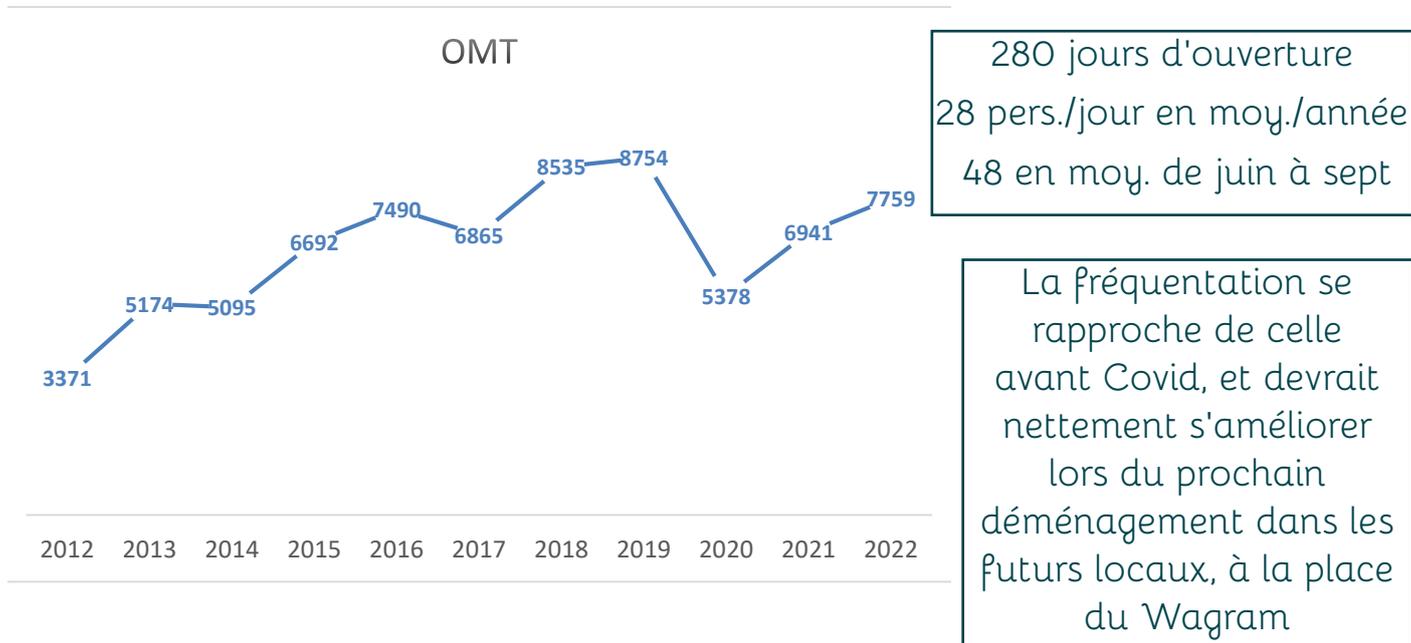
En règle générale, depuis quelques années on observe de moins en moins de passage dans les bureaux physiques (offices de tourisme et bureaux d'information touristique) au profit des renseignements trouvés sur le net.

Fréquentation physique

Sur la commune de Zonza, grâce à l'ouverture de Bureaux d'Information Touristique sur les lieux de passage des visiteurs, nous avons réussi à maintenir un niveau correct: on note une augmentation de **18 %** de fréquentation physique tous bureaux confondus entre 2021 et 2022.

Après 3 années consécutives de baisse (surtout en 2020, année de la crise sanitaire), et une reprise en 2021, l'année 2022 a même vu la fréquentation physique se hisser au niveau le plus élevé depuis 2014, c'est à dire équivalent à 2017 .

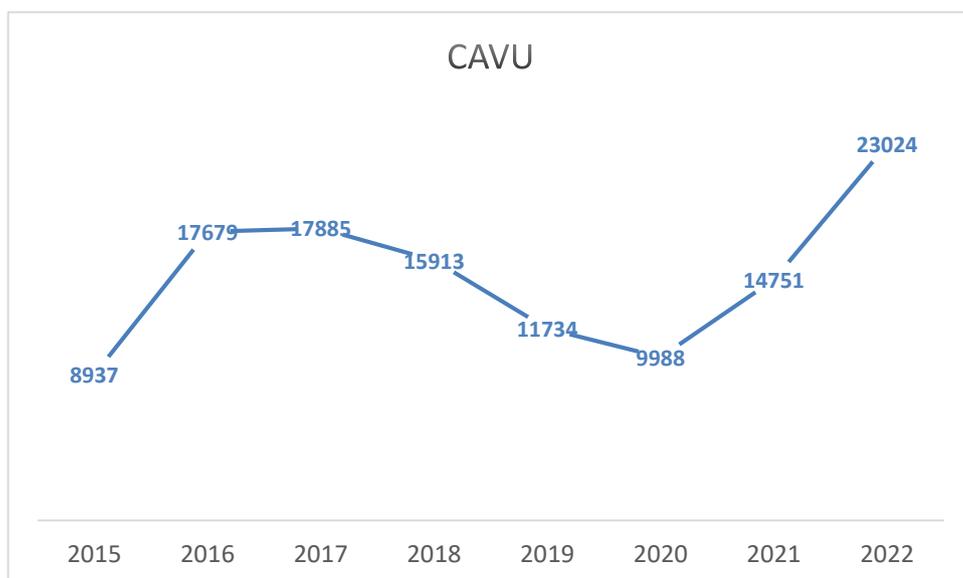
Office Municipal de Tourisme à Ste Lucie:
7 759 personnes accueillies.



On note une agumentation de la fréquentation en 2022 (**+ 12%**) et même si ce chiffre reste en-deça de 2019, nous retrouvons presque les chiffres des années précédentes.

Fréquentation physique

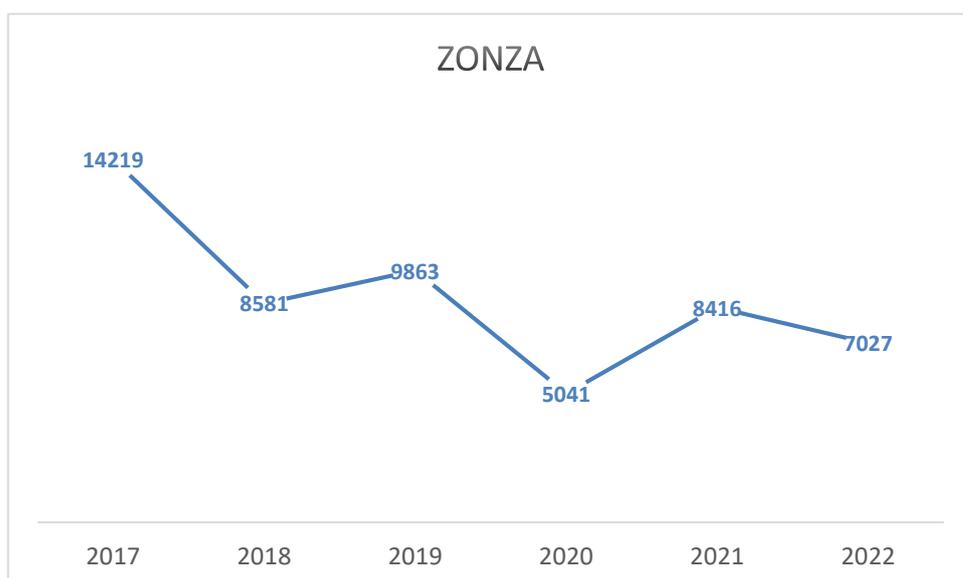
Bureau d'Information Touristique du Cavu :
23 024 personnes accueillies.



120 jours d'ouverture
192 pers./jour en moy.
dont
213 pers./j en juillet
152 pers./j en aout

Une belle remontée de la fréquentation (**+56%**), fréquentation qui atteint son niveau le plus élevé depuis l'ouverture du BIT.

Bureau d'Information Touristique à Zonza village :
7 027 personnes accueillies

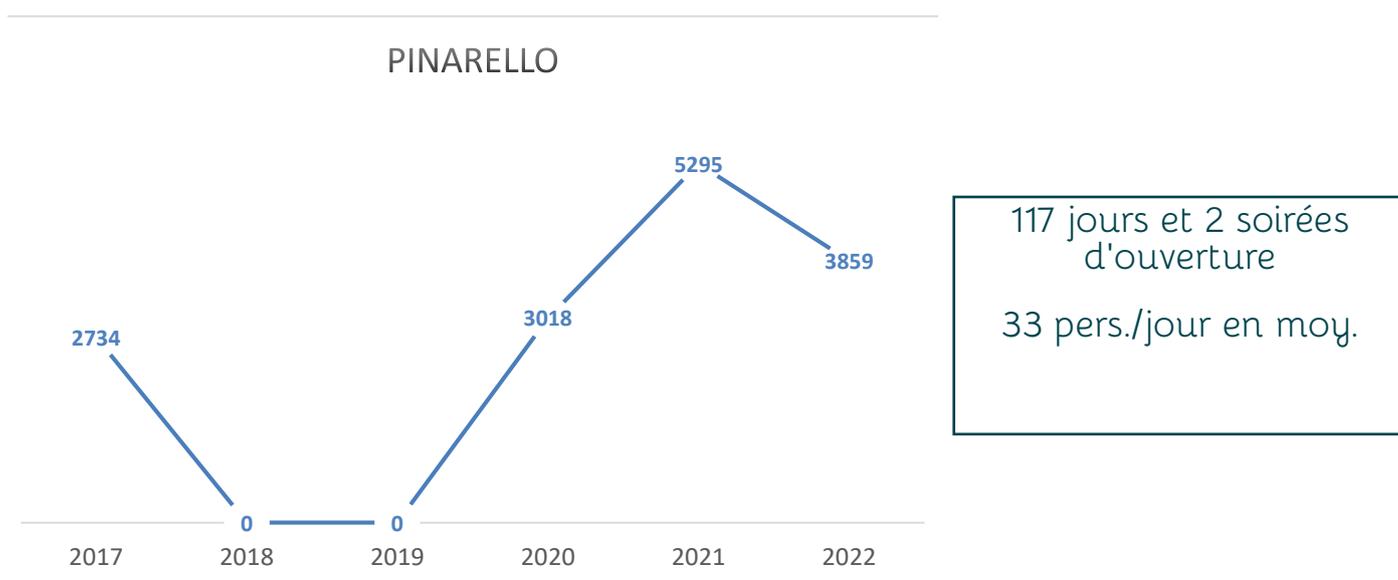


171 jours d'ouverture
41 pers./jour en moy.

Fréquentation physique

La fréquentation à Zonza reste basse comparée à avant l'ouverture du BIT de Bavella. En effet les chiffres de fréquentations sur Bavella sont très importants et les visiteurs étant déjà passés à Bavella ne viennent pas particulièrement s'informer au BIT de Zonza, pensant y trouver les mêmes éléments en fonction de la proximité des BITs.

Bureau d'Information Touristique de Pinarello :
3 859 personnes accueillies



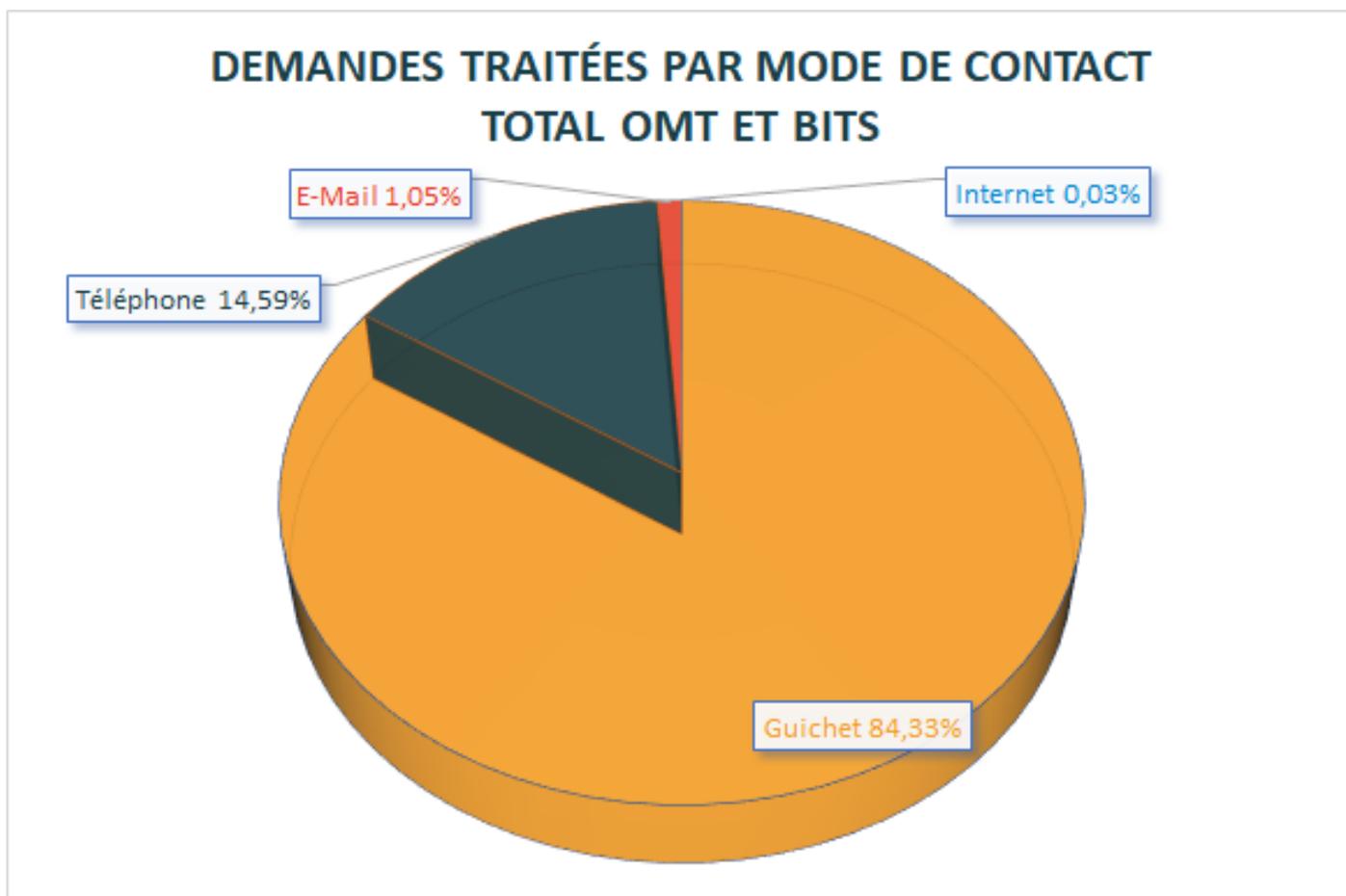
Le Bureau d'information Touristique de Pinarello voit une diminution de sa fréquentation (**-27%**), en grande partie due à son nouvel emplacement. Les visiteurs pensent qu'il s'agit d'un bureau du parking. Nous envisageons une ouverture très réduite sur ce BIT.

Demandes traitées

Demandes traitées

34 000 demandes traitées.

Les demandes sont principalement formulée au **guichet** (84%), suivies par les demandes par **téléphone** (14,5%) puis via le **web** (email, courrier).



Demandes traitées

Attention, les statistiques de demandes formulées sont uniquement basées sur les demandes téléphoniques, au guichet ou via l'adresse email destinée aux visiteurs: info@zonga-saintelucie.com, c'est à dire celles des touristes essentiellement.

Toutes les autres demandes passant par les Réseaux Sociaux et les boîtes emails, hors info@zonga-saintelucie.com, ne sont pas évaluées bien que nombreuses: tourisme.slpv@zonga.corsica : (pour socio professionnels et partenaires institutionnels), declaration.tourisme@zonga.corsica (déclarations en mairie, taxe de séjour), sagostini.omt@zonga.corsica (direction), cmeyer.comomt@zonga.corsica (communication et promotion), ggibert.photosomt@zonga.corsica (photos et vidéos), nlindner.qualiteomt@zonga.corsica (qualité, base de données)

La mise en place d'un **service de "Chat"** en ligne sur notre site internet a été décidée pendant la crise sanitaire de 2020 afin d'assurer une permanence pendant le confinement. De 456 messages échangés en 2021, nous sommes passés à 56 en 2022. Afin de répondre aux critères qualités, et étant donné le peu de messages échangés le choix de supprimer le Chat à été acté début 2023.

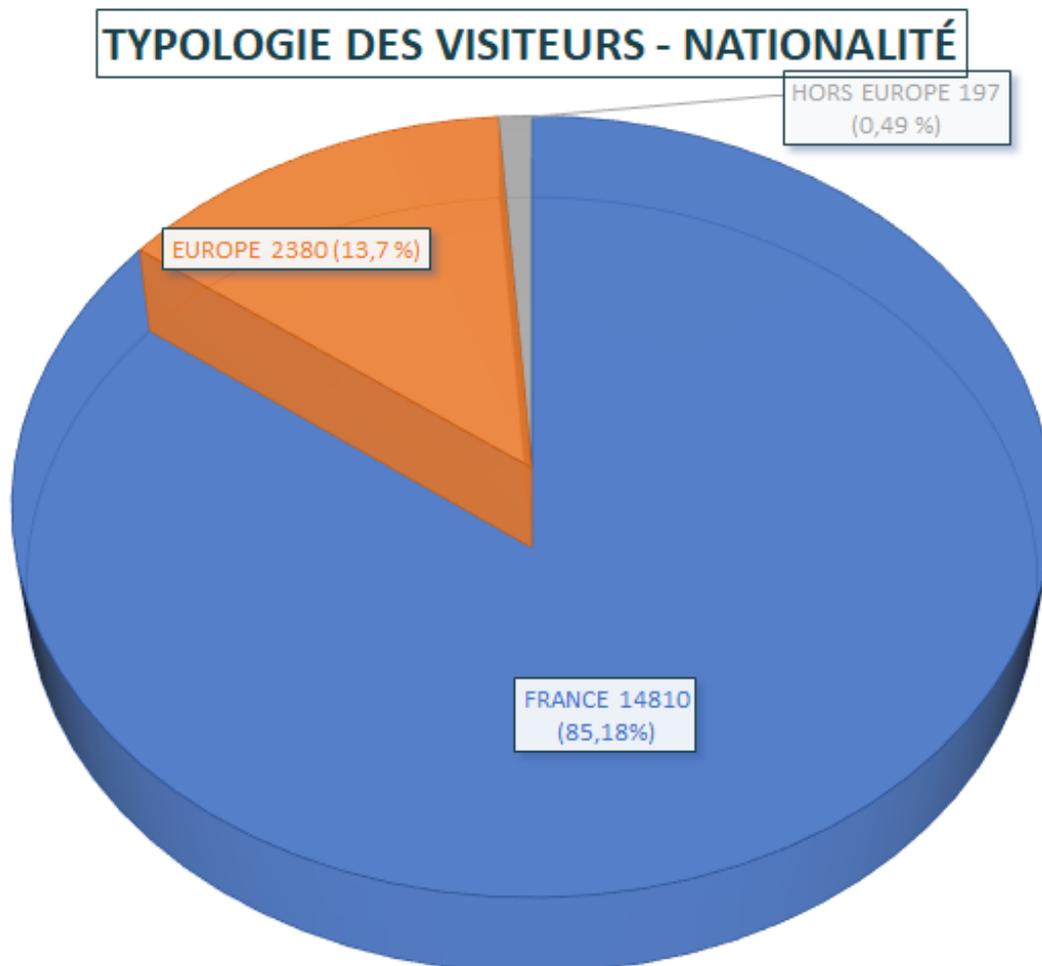


Objectif 2023: obtenir des statistiques plus précises (utilisation de Tourinsoft ATC), et traiter demandes arrivant par email sur toutes les messageries, demandes arrivant sur les réseaux sociaux...

Typologie des visiteurs

Des visiteurs en majorité français

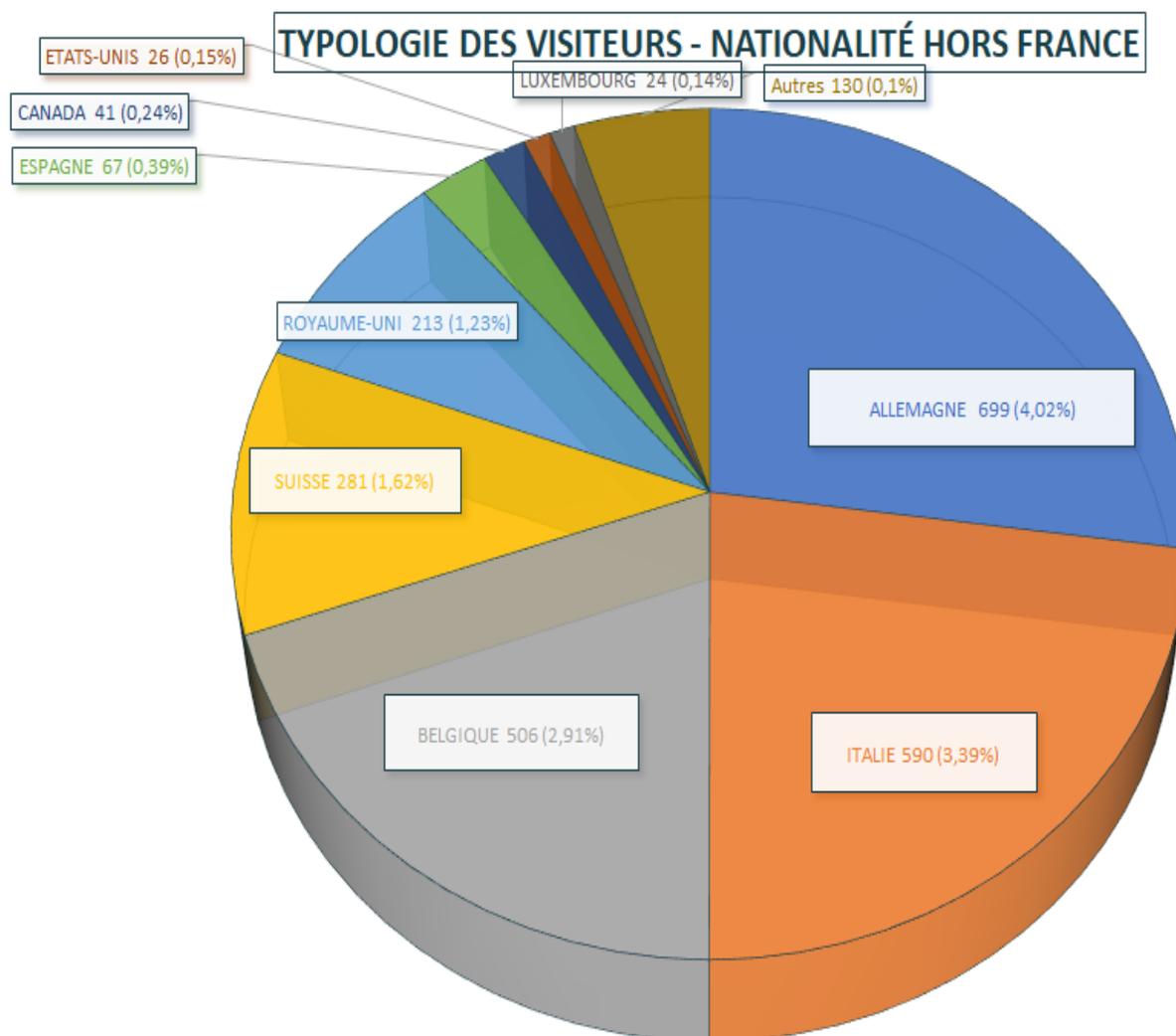
La clientèle française domine toujours très largement le marché avec **85,18 %** des demandes. La part de la clientèle française est tout de même en diminution par rapport à 2021, cette diminution s'expliquant par la fin de la crise sanitaire, même si les voyages en France restent encore privilégiés suite à la pandémie.



Typologie des visiteurs

En ce qui concerne les visiteurs étrangers (**14,82%** du total), l'**Allemagne** (4,02%), l'**Italie** (3,39%), la **Belgique** (2,91%), la **Suisse** (1,62%) et le **Royaume Uni** (1,23%), dominent ce qu'il reste du marché, le reste du monde comptant pour uniquement 0,49%.

Il est à noter que la clientèle italienne commence à revenir, alors que pendant la crise sanitaire elle était quasiment inexistante.

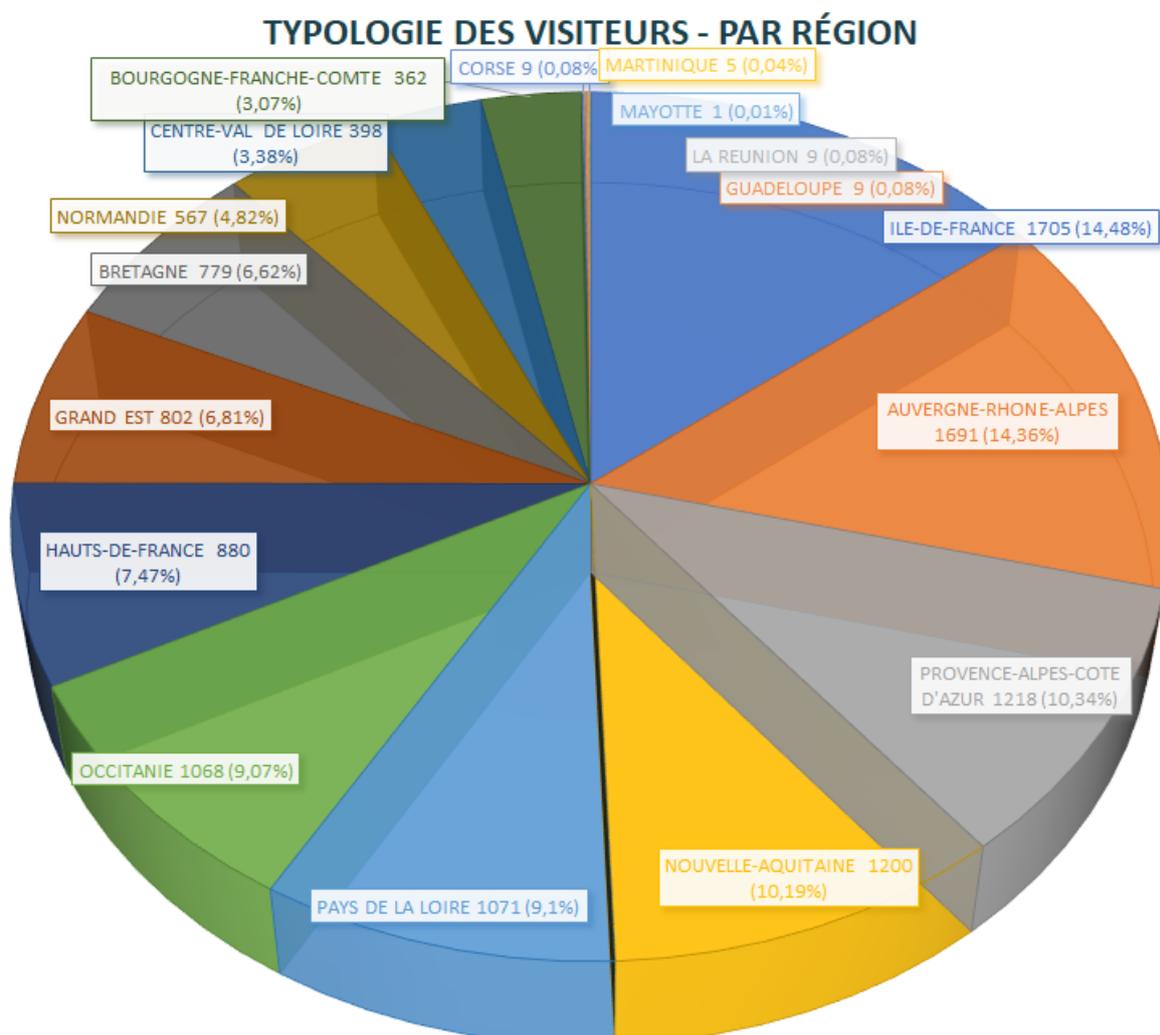


Typologie des visiteurs

Une bonne représentativité des régions de France

La région Ile-de -France est toujours largement représentée avec 14,48% de personnes renseignées, comme l'Auvergne Rhône Alpes (14,36%), et la Provence Alpes Côte d'Azur (10,34%) , suivies par les régions Nouvelle Aquitaine, Pays de la Loire, Occitanie, Hauts de France, Grand Est et Bretagne(entre 6% et 10%).

Les ressortissants corses avaient été largement représentés en 2020 (12 % des personnes renseignées), ceci pouvant s'expliquer par la crise du COVID. Cette tendance à voyager local a baissé en 2021 (5%) et ne représentent plus que 0,08% des visiteurs en 2022.



Typologie des visiteurs

Des visiteurs en majorité en couple ou en famille

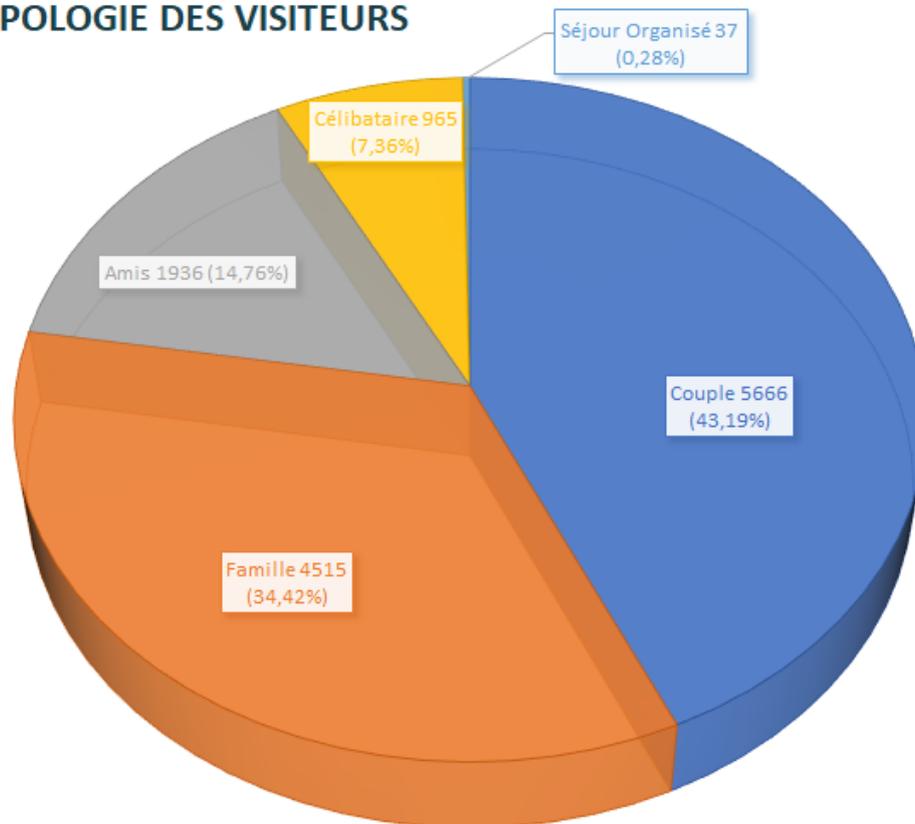
43% en couple (stable)

34% en famille (-5 points vs 2021)

15% entre amis (+ 4 points vs 2021)

7% seul (+ 1 point vs 2021)

TYPLOGIE DES VISITEURS



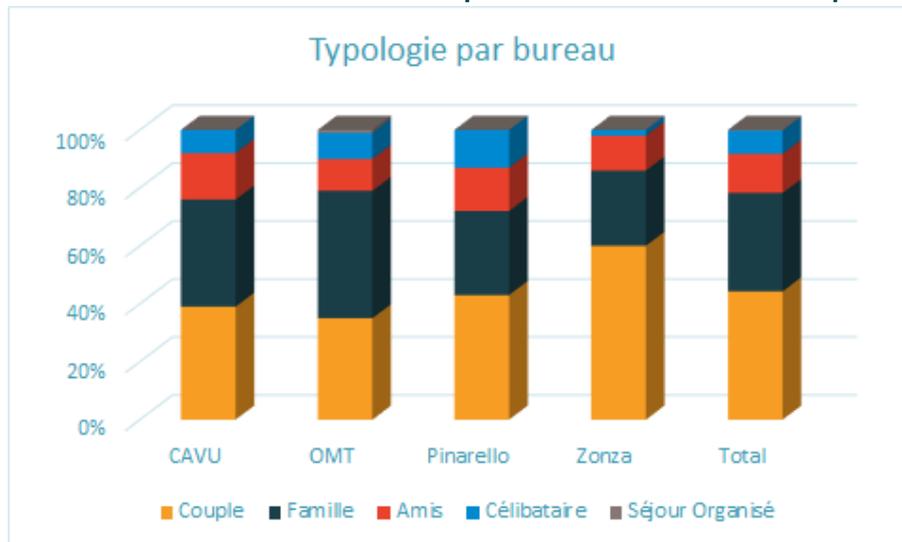
Notre commune se visite donc surtout en couple et en famille.

La recherche de déconnexion se fait également entre amis ou même seul.

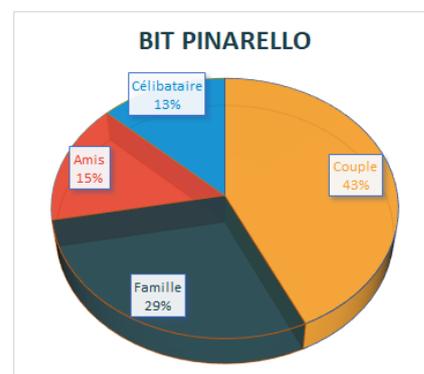
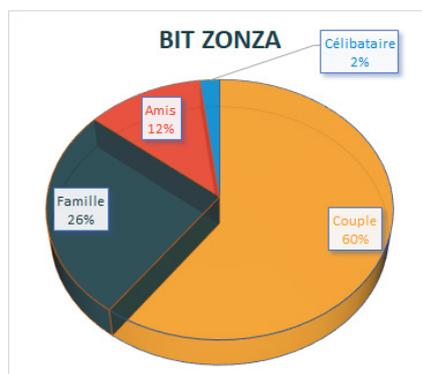
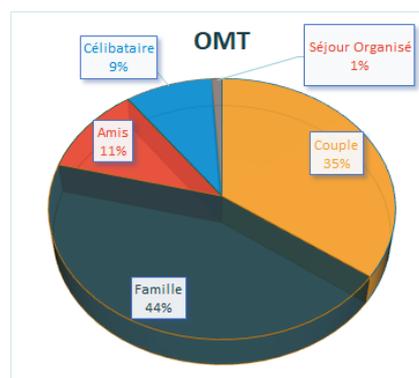
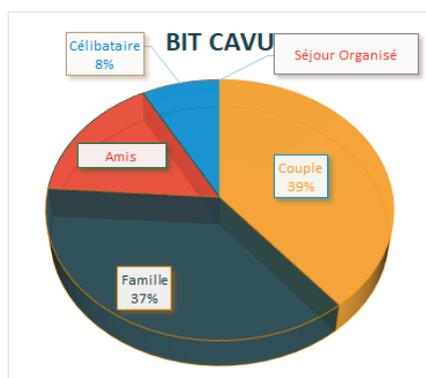
Les séjours organisés ne comptent que pour 0,28% des visites.

Typologie des visiteurs

Répartition des demandes par bureaux d'Information:



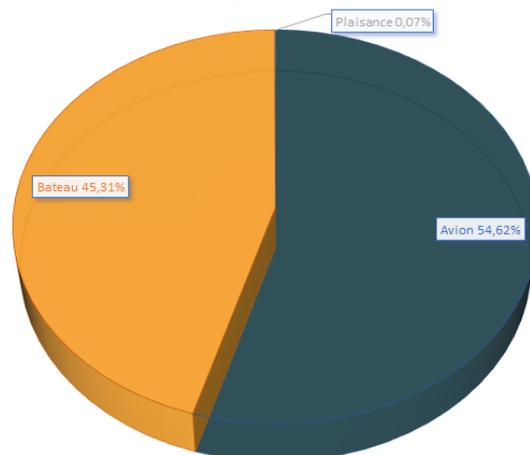
Il est intéressant de noter qu'on observe des disparités entre les bureaux de la Commune: La part de la **clientèle en couple** est prédominante à Zonza (60% des demandes), celle de la **clientèle familiale** plus importante à l'OMT (45 % des demandes). Les **groupes d'amis** représentent entre 11% et 16 % dans tous les bureaux. Enfin, les **célibataires** se présentent comparativement davantage au BIT de Pinarello (13% contre entre 2% et 9 % sur les autres Bureaux).



Typologie des visiteurs

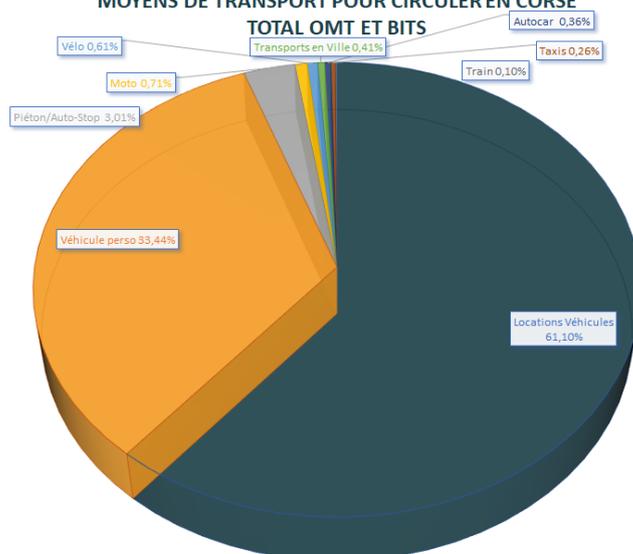
Moyens de transport : panel de 1200 demandes

MOYENS DE TRANSPORT POUR ARRIVER EN CORSE
TOTAL OMT ET BITS



Pour arriver en Corse, les visiteurs de notre commune prennent davantage le **bateau (45%)** que **l'avion (55%)**, la plaisance comptant pour uniquement **0,07%**.

MOYENS DE TRANSPORT POUR CIRCULER EN CORSE
TOTAL OMT ET BITS

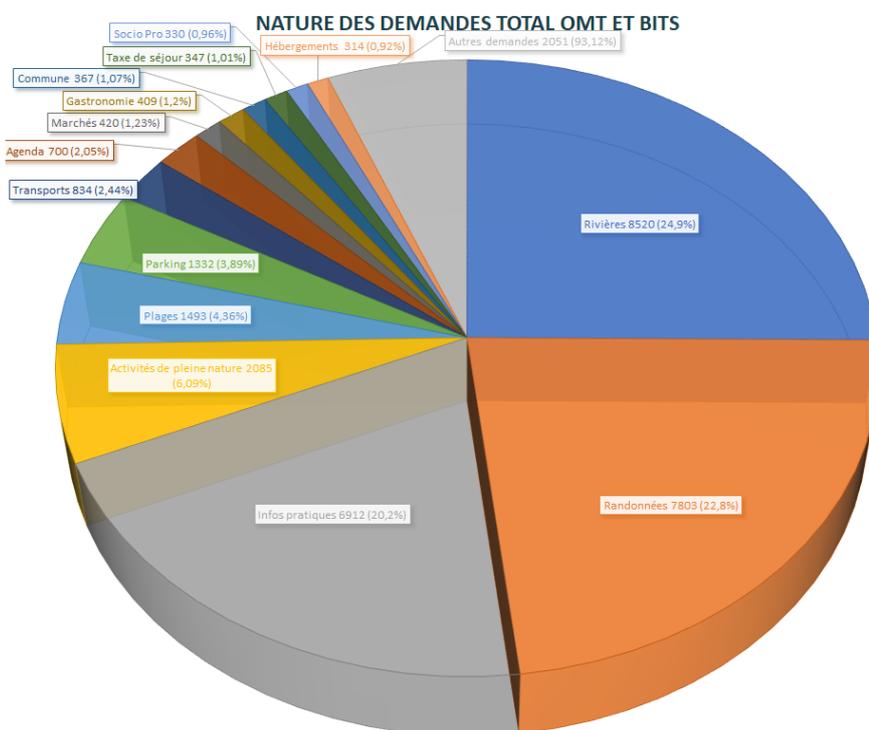


51% des 1 200 répondants ont loué un véhicule, **33.5%** bénéficiant de leur véhicule personnel pour se déplacer localement.

Il est à noter tout de même que **4%** de nos visiteurs ne possèdent aucun moyen de transport.

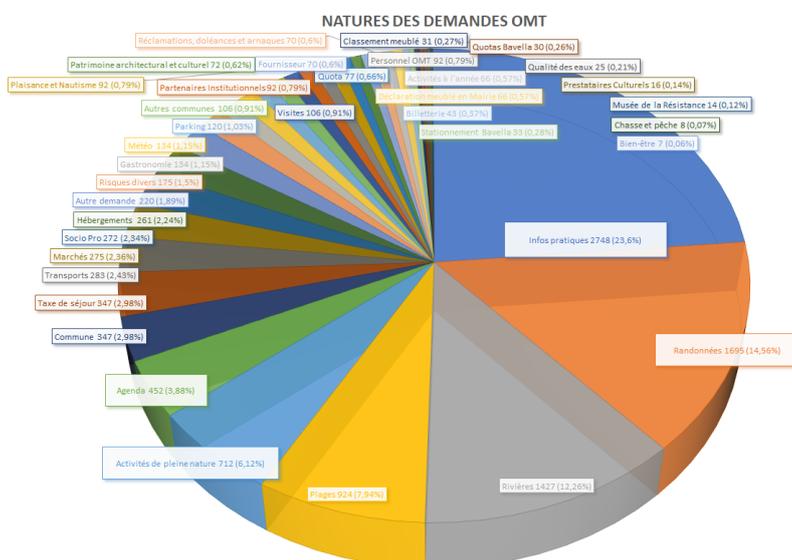
Nature des demandes

Des demandes principalement orientées autour des randonnées (22,8% des demandes), de la rivière (24,9%) et des activités de pleine nature (6,09%), ainsi que de nombreuses questions d'ordre pratique (20,2%). Viennent ensuite des questions liées aux plages (4,36%), aux parking (3,89%) transports (2,44%). L'agenda (2,05%), les marchés (1,23%), sont aussi des thèmes qui intéressent nos visiteurs.



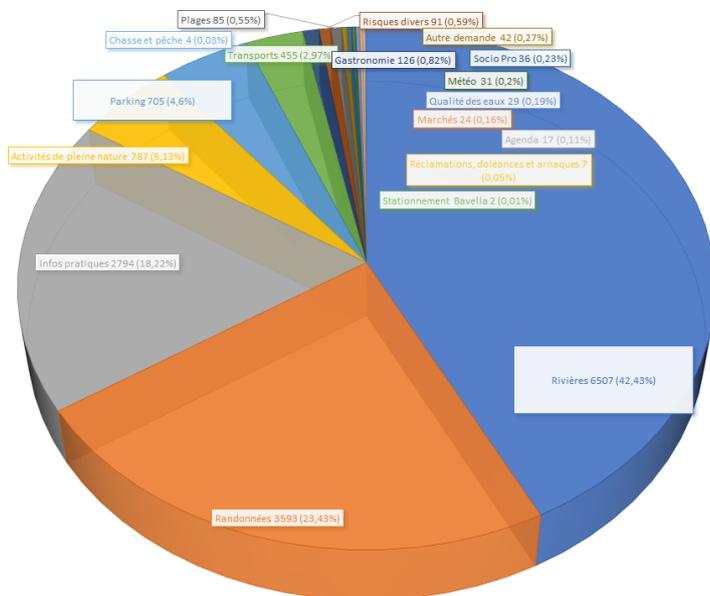
Des différences existent cependant selon les BIT:

A l'OMT à Sta Lucia
l'éventail des demandes formulées est très large et les demandes sont plus complexes et nécessitent un temps de réponse plus long. Et tous les appels y sont réceptionnés



Nature des demandes

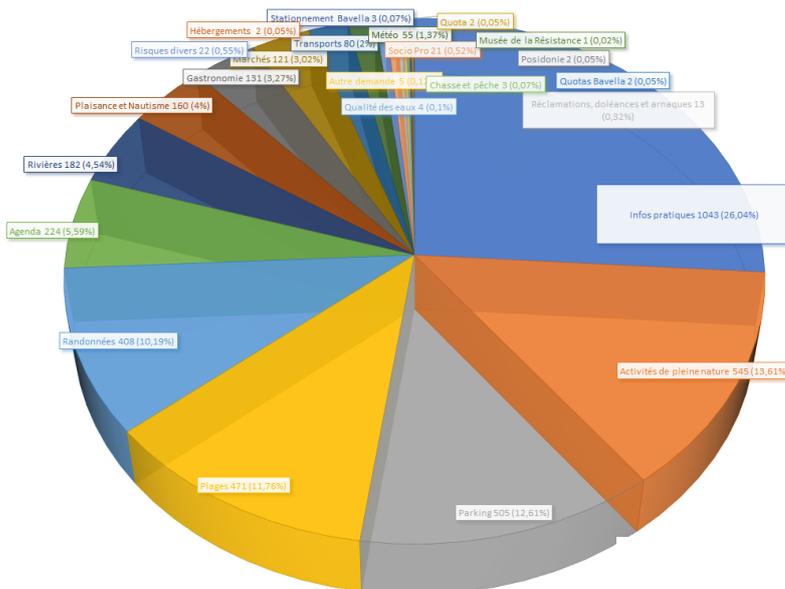
NATURE DES DEMANDES CAVU



Au Cavu,

les demandes concernant la rivière ou les sentiers de randonnée concentrent la majorité des demandes. Viennent ensuite des questions d'ordre infos pratiques et sur les activités de pleine nature. La gestion des mécontentements liés au parking a monopolisé le personnel toute la saison.

NATURE DES DEMANDES PINARELLO



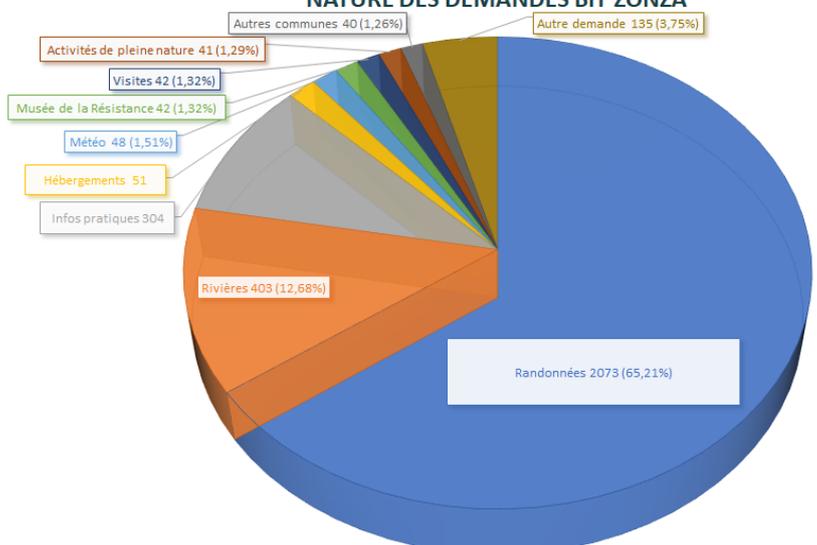
A Pinarello,

les questions sont plus diversifiées. Les informations pratiques, les activités de pleine nature, les parkings, les plages et les randonnées représentent les principales demandes. La gestion des mécontentements liés au parking a monopolisé le personnel toute la saison.

A Zonza village,

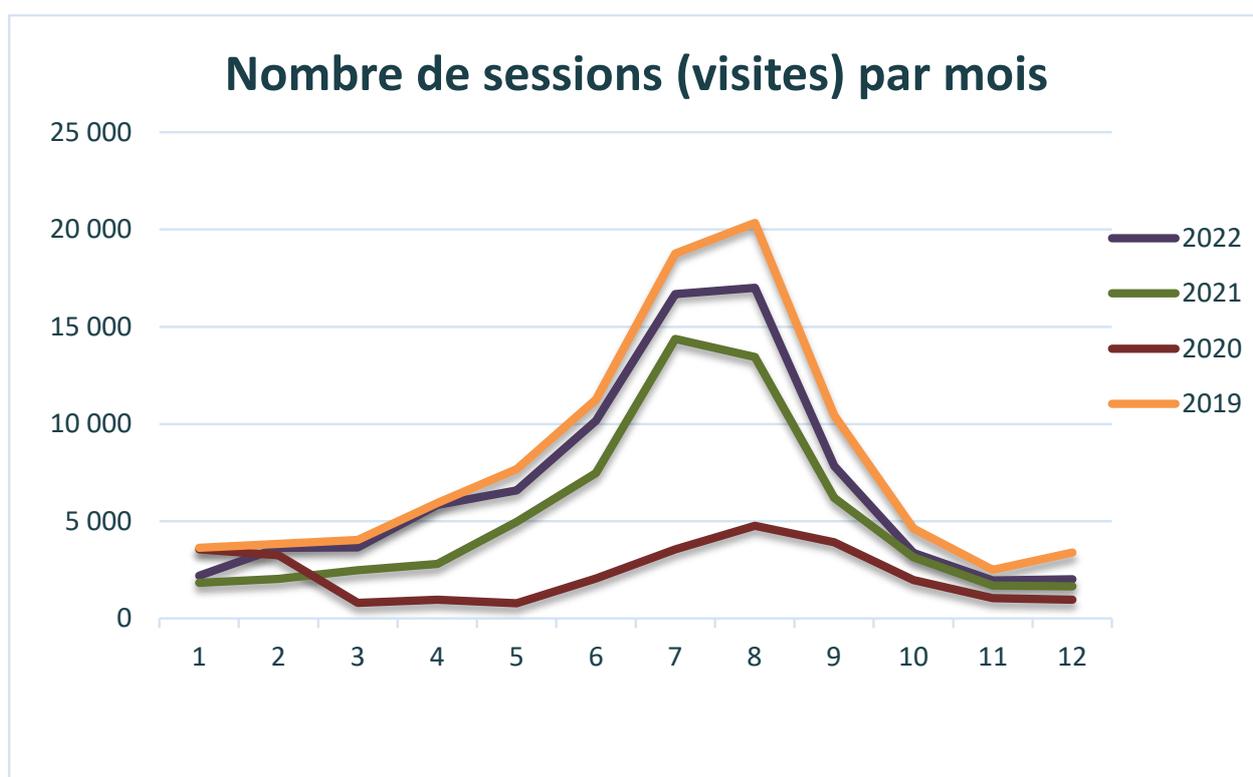
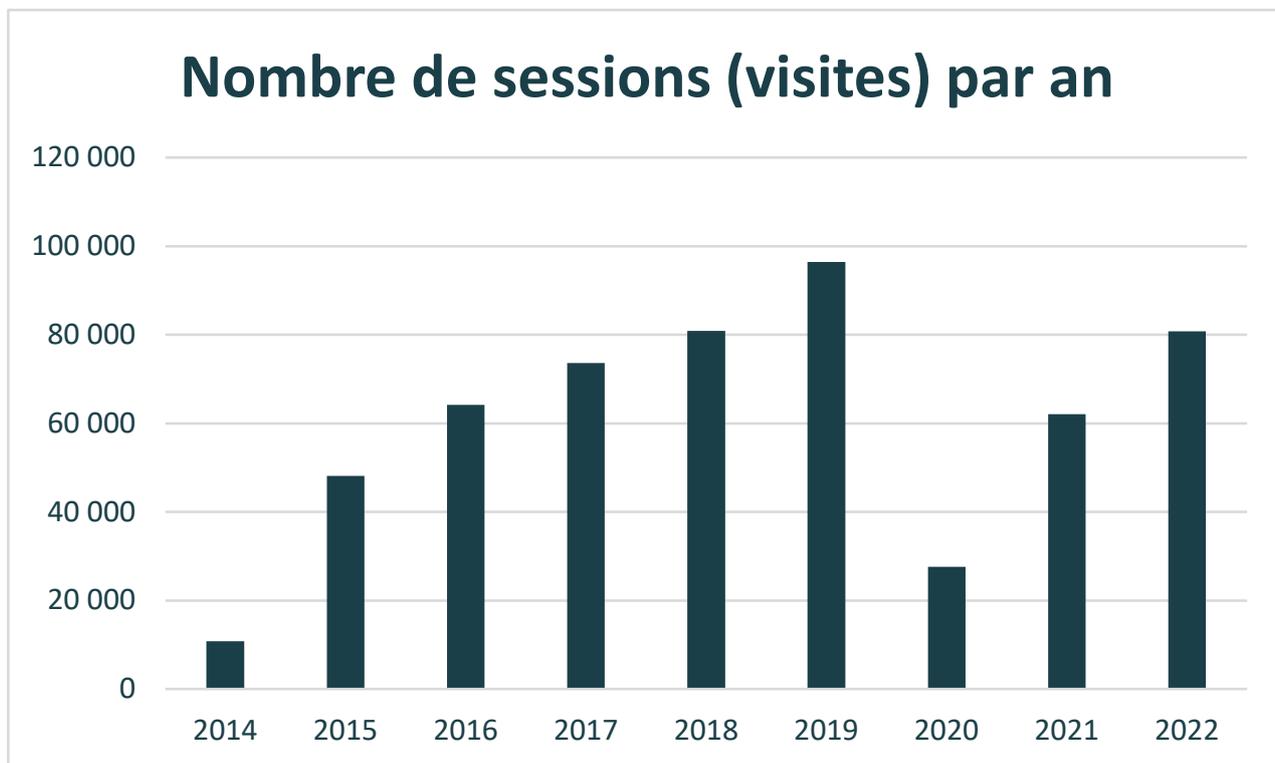
les 2/3 des demandes concernent les randonnées. Suivent de loin les rivières et les questions pratiques.

NATURE DES DEMANDES BIT ZONZA



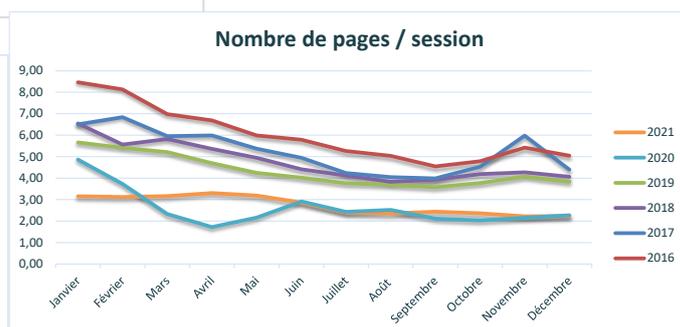
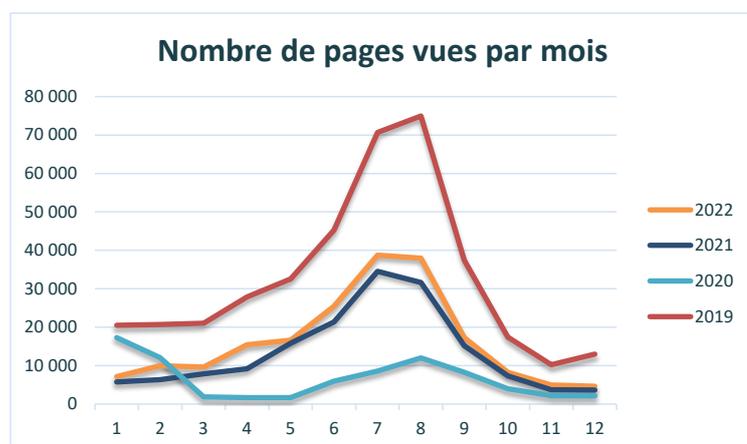
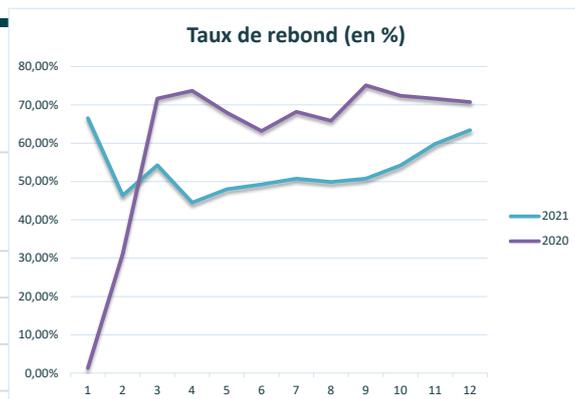
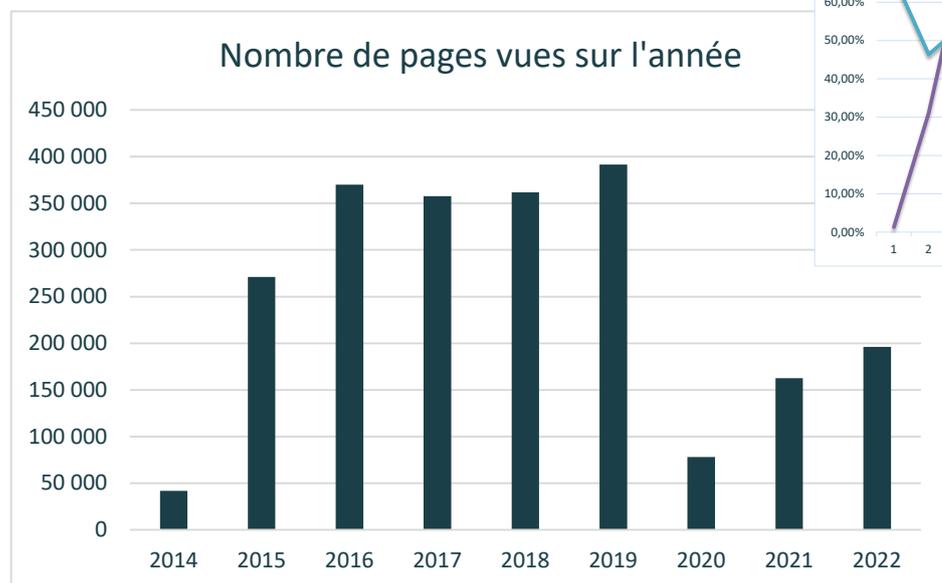
Fréquentation du site internet

81 000 visites sur www.zonza-saintelucie.com en 2022
(+30 vs 2021).



Fréquentation du site internet

Un total de **196 000** pages vues



Tous les indicateurs de visite sur notre site internet ont subi une très forte baisse en 2020, explicable par la crise sanitaire que nous avons vécue (ouverture tardive des aéroports, incertitudes sur l'avenir, recherches web liées aux vacances...) et la démission du développeur en charge de notre nouveau site web (-71% de visites entre 2019 et 2020).

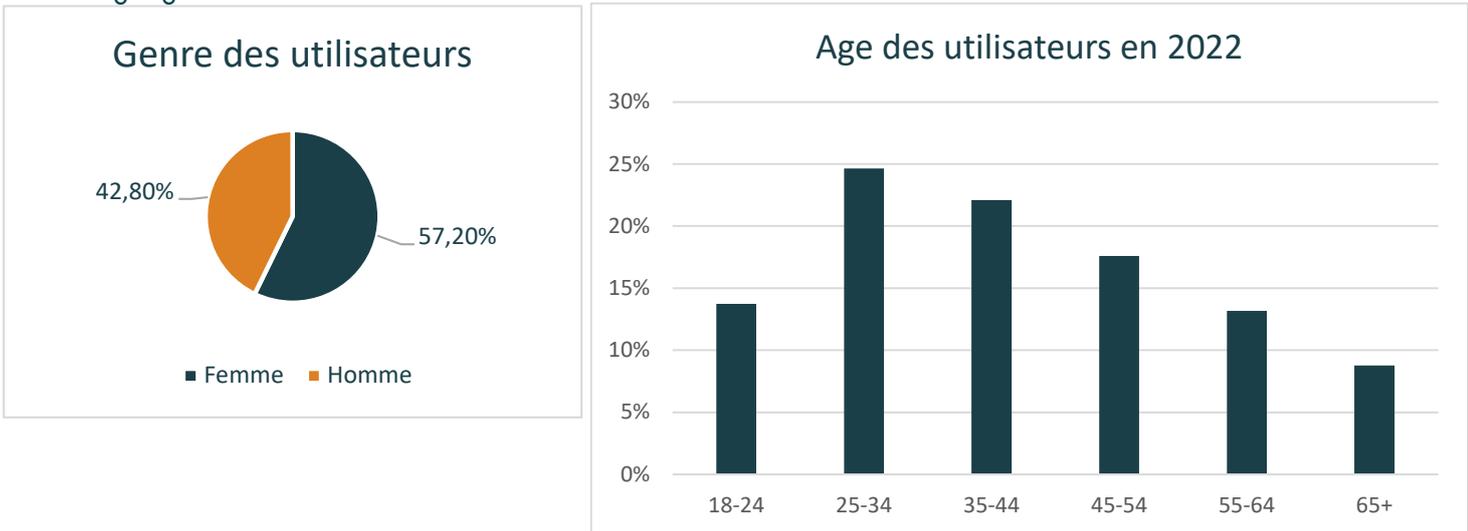
Un travail de référencement naturel et de liens via les réseaux sociaux a été entrepris depuis et a permis de faire remonter tous les indicateurs (+193 % de visites entre 2020 et 2022).



Nous avons donc réussi à inverser la tendance, mais il reste encore beaucoup de travail à réaliser.

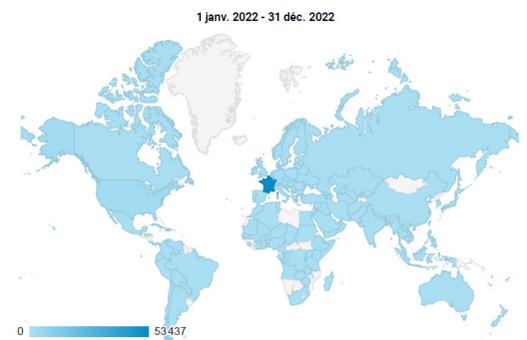
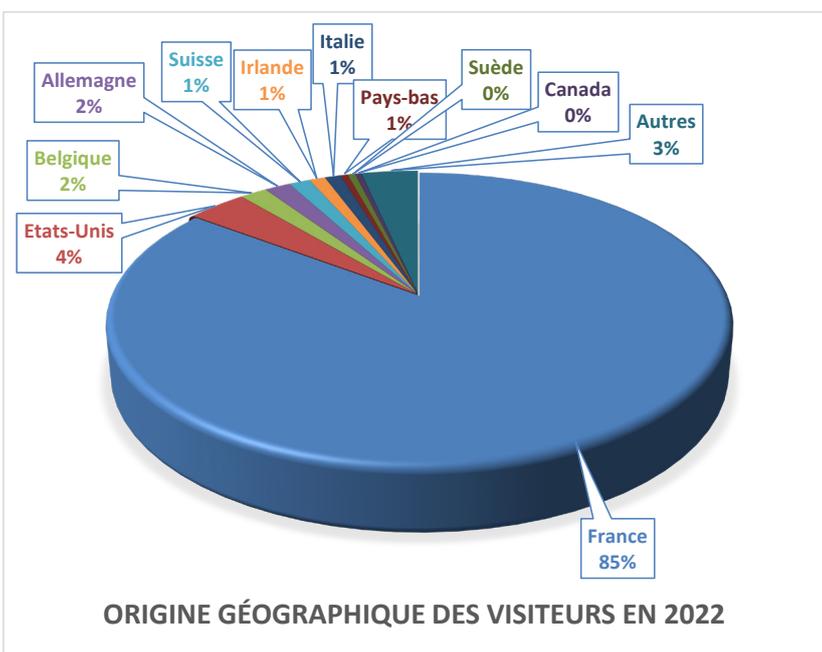
Fréquentation du site internet

Les visiteurs de notre site internet sont en majorité des femmes (57.20%, chiffre relativement stable), mais aucune tendance d'âge ne se dégage vraiment.

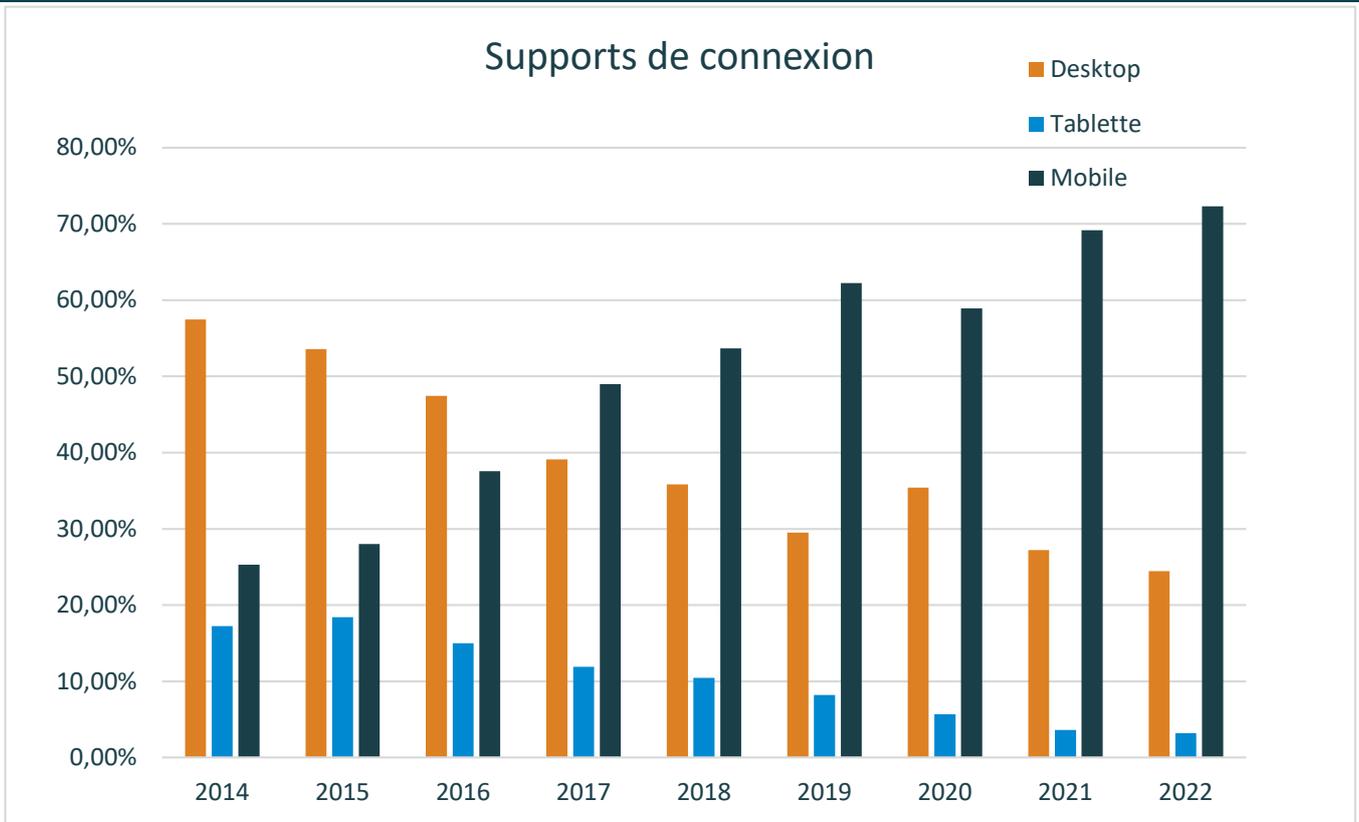


Des visiteurs en très grande majorité français (85.26%), stable vs 2021.

Suivent de très loin les visiteurs américains (apparus depuis 2019) avec 3.65% de visites, puis belges (1,65%), allemands (1,55%), suisses (1.29%). Suivent avec moins de 1% de visites les irlandais (nouveau à ce niveau), puis les italiens, néerlandais, Suédois et Canadiens.



Fréquentation du site internet



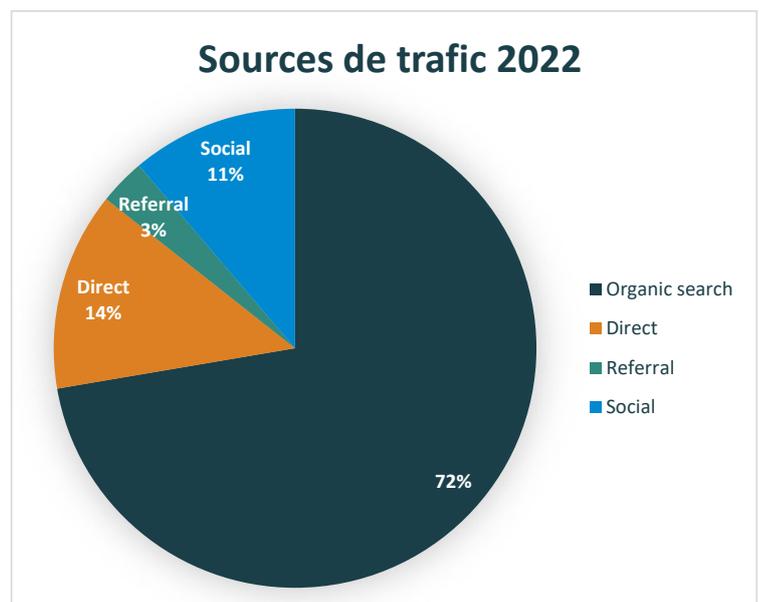
Sans surprise, les connexions via smartphone , après avoir subi une baisse en 2020 au profit des connexions via ordinateur à cause de la crise sanitaire (moins de voyageurs, connexions de chez soi), augmentent de depuis 2021.

72% des connexions se font grâce aux moteurs de recherche non payants

14% en saisissant directement l'URL du site internet

3% grâce à des liens présents sur d'autres sites

11% via les réseaux sociaux

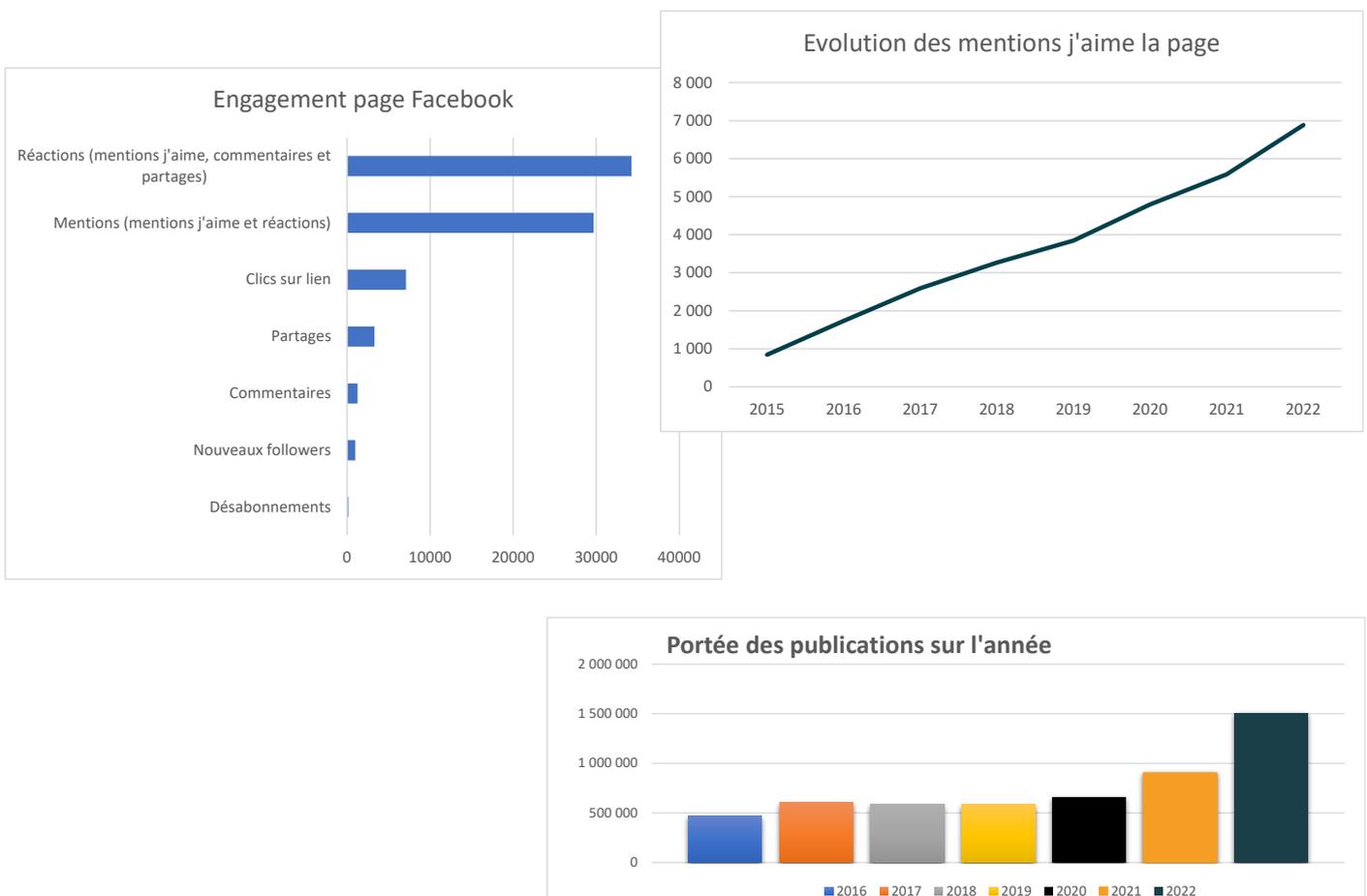




Facebook

Zonza Santa Lucia Tourisme

6 883 mentions J'aime (+ 23% vs 2021)
1 505 351 vues de nos publications en 2022 (+67%)
78 000 utilisateurs engagés (+ 125%)
31 080 réactions (mentions j'aime, commentaires, partages)



Les indicateurs Facebook sont en constante amélioration depuis la création de la page

Les Réseaux Sociaux ont bien résisté depuis la crise de 2020 grâce une présence systématique même pendant les confinements et grâce à la campagne de communication "Piaghja è muntagna" initiée en juillet 2020. L'accompagnement de l'agence Com'uniti a été un plus pour nous aider à continuer à gagner des followers et de l'engagement.



Facebook

Le profil de la Communauté

L'OT de Zonza a une communauté qui est composée majoritairement de femmes (profil type: femme entre 35 et 54 ans).

Genre

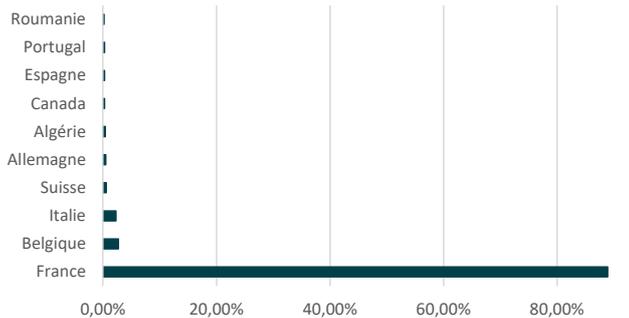


Mentions J' aime de la Page Facebook par genre et âge

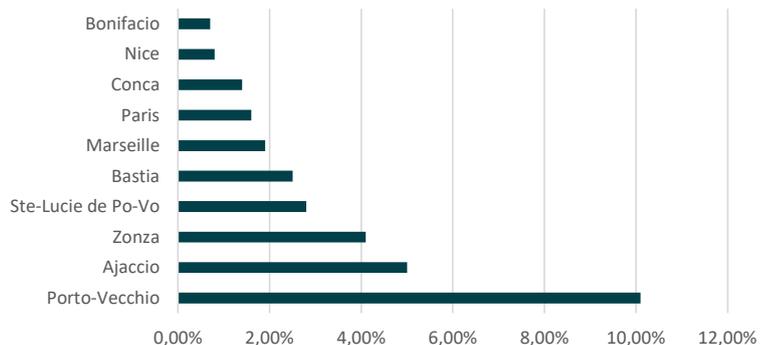


Les données démographiques:

Mentions J' aime de la Page Facebook par pays principaux



Mentions J' aime de la Page Facebook par villes principales

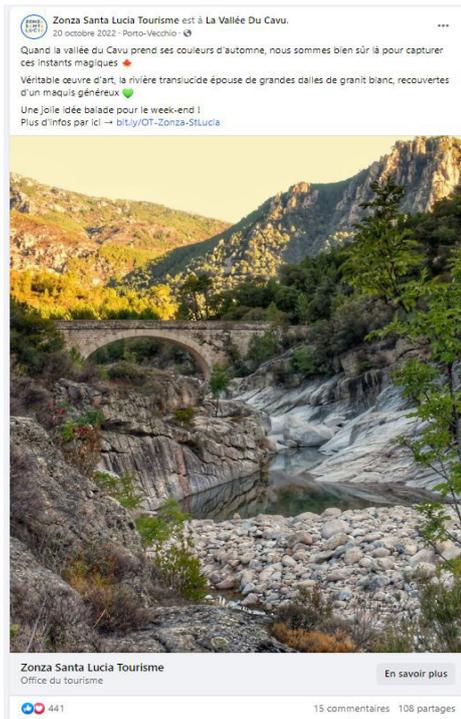


La majorité des abonnés sont français. Parmi les abonnés, 10% sont à Porto-Vecchio, et presque 27% sont en Corse.

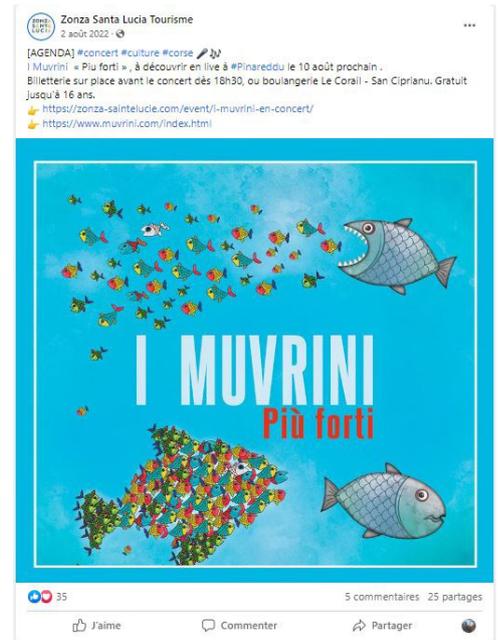


Facebook

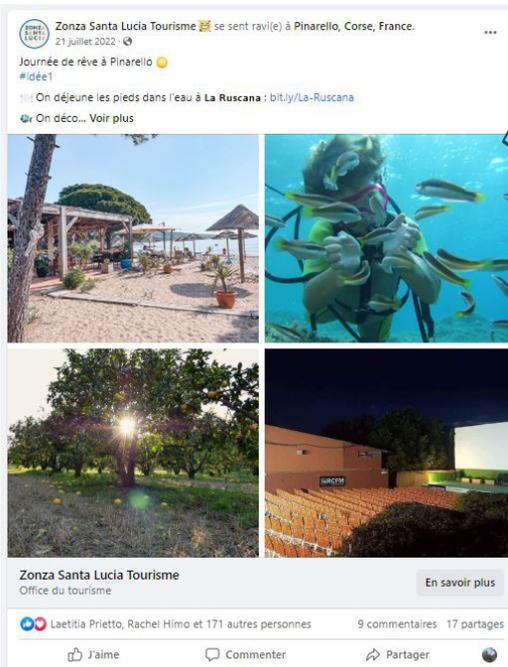
Les publications les plus performantes - top 4



26 464 personnes touchées
 ↩️ 1 031 réactions
 15 commentaires
 108 partages
 68 clics sur le lien



12 263 personnes touchées
 188 réactions
 5 commentaires
 25 partages
 255 clics sur le lien



11 482 personnes touchées
 ↩️ 225 réactions
 9 commentaires
 17 partages
 179 clics sur le lien



10 741 personnes touchées
 167 réactions
 46 partages
 52 clics sur le lien



Facebook

L'Office de Tourisme a posté au minimum 2 publications par semaine, le lundi et le jeudi, complété par d'autres publications en fonction des besoins:

- * Les événements sur la commune
- * Les partenaires locaux: activité, gastronomie, hébergements... via la campagne "Piaghjà è muntagna"

Malgré le nombre de publications sur la page facebook de l'office, il y a peu de commentaires (1000 commentaires sur l'année 2022). Parmi les commentaires existants, ils sont pour la très grande majorité positifs.

Zonza Santa Lucia Tourisme est à La Vallée Du Cavu. 20 octobre 2022 · Porto-Vecchio · 🌍

Quand la vallée du Cavu prend ses couleurs d'automne, nous sommes bien sûr là pour capturer ces instants magiques 🍂

Véritable œuvre d'art, la rivière translucide épouse de grandes dalles de granit blanc, recouvertes d'un maquis généreux 🍃

Une jolie idée balade pour le week-end !
P... Voir plus



J'aime Répondre 16 sem

Isabelle Helbert
On y était hier, c'est un endroit extraordinaire!!
J'aime Répondre 16 sem

Monique Guinet
Magnifique merci pour ces très belles photos 🍂❤️❤️
J'aime Répondre 16 sem

Helene Daugabel
❤️🍂🍂
J'aime Répondre 16 sem

Anne Martini
Que de bons souvenirs. Merci pour ces belles photos ❤️❤️
J'aime Répondre 16 sem

Sandra Ba
C'est magnifique merci beaucoup 🍂
J'aime Répondre 16 sem

Nicole Musso Navello
Nous y étions hier ,magnifique
J'aime Répondre 16 sem

Zonza Santa Lucia Tourisme se sent heureux à Pinarello, Corse, France. 29 août 2022 · 🌍

[Restaurants] - 2 adresses gourmandes côté mer à Pinarello, face à la mer 🍷

- 🍷 **Restaurant Dans la Gueule du Loup**, ambiance chic et décontractée : bit.ly/Gueule-du-loup
- 🍷 **Restaurant Le Rouf Brasserie**, une cuisine ensoleillée à déguster selon vos envies : bit.ly/Le-Rouf-Brasserie

👉 Retrouvez toutes nos adresses "Les pieds dans l'eau"... Voir plus



J'aime Répondre 24 sem

Christine Bellanger
Nous y étions il y a quelques jours, quel enchantement....
J'aime Répondre 24 sem

Benoit Olivier
Une vue magnifique 🍷
J'aime Répondre 24 sem

Coco Supertramp
Juste parfait 🍷
J'aime Répondre 23 sem

Yuki Istda
Coco Supertramp tu reviens quand sur la Côte ? 🍷❤️
J'aime Répondre 23 sem

Coco Supertramp
Yuki Istda j'y suis jusqu'au 18
J'aime Répondre 23 sem



Instagram

@zonzasaintelucietourisme

3 910 abonnés (+ 168% vs 2021)

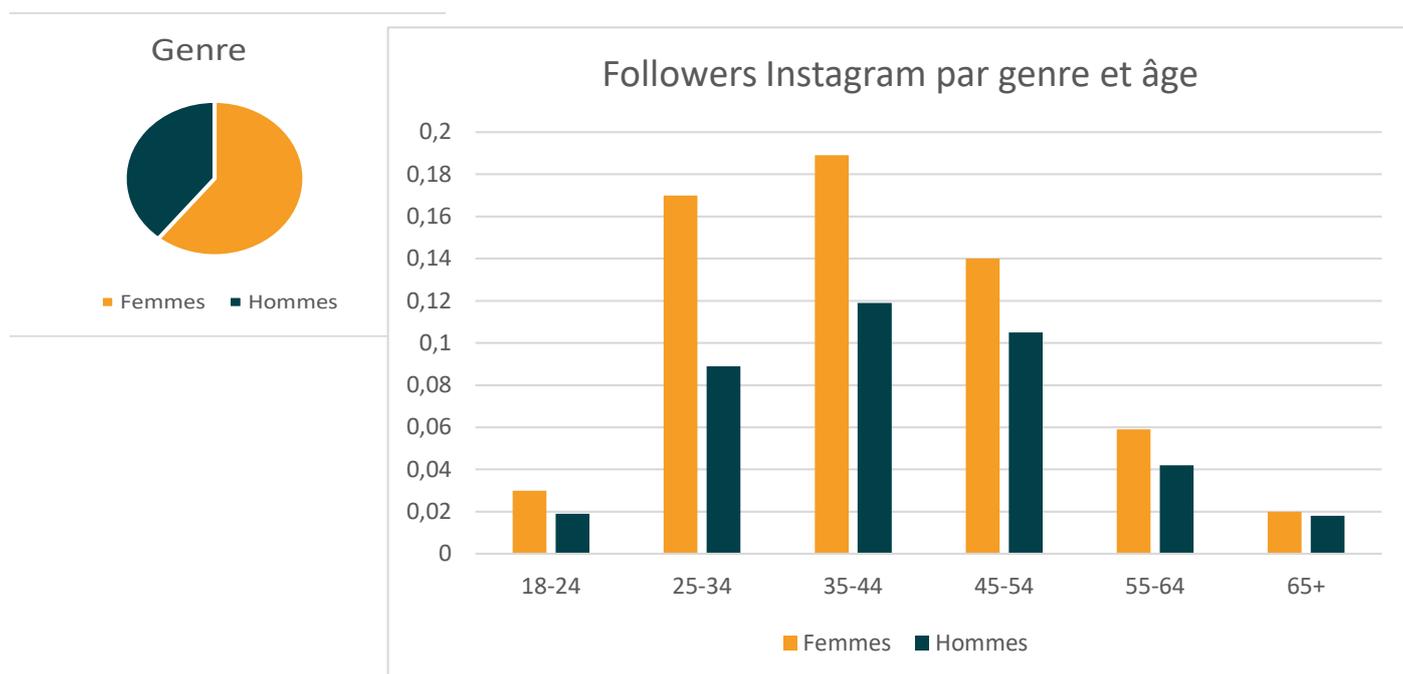
414 publications

86 799 comptes uniques ont vu l'une de nos publications ou stories au moins une fois (couverture).

10 206 visites de notre profil Instagram en 2022

Le compte Instagram de l'Office de Tourisme continue à évoluer.

Le profil de la Communauté



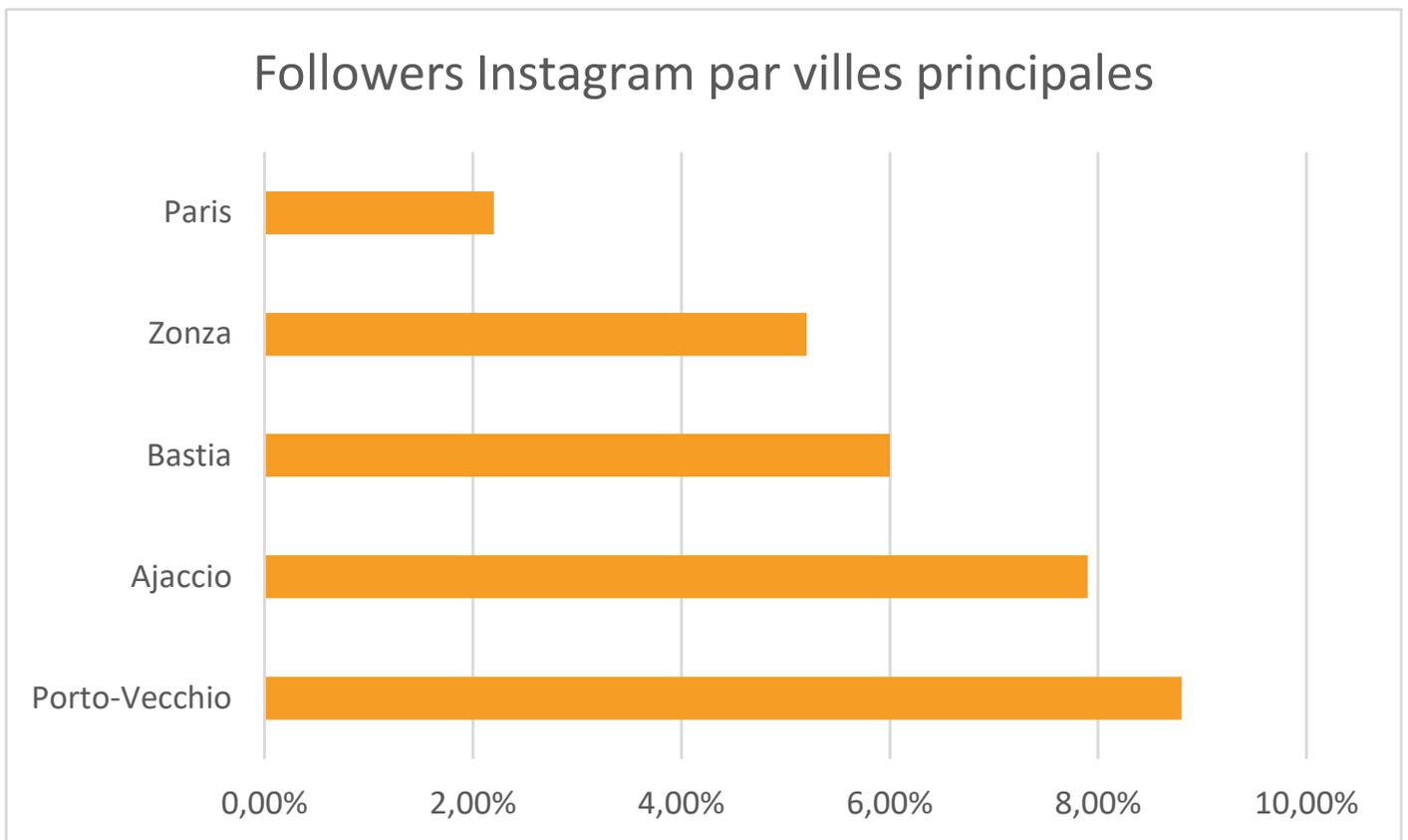
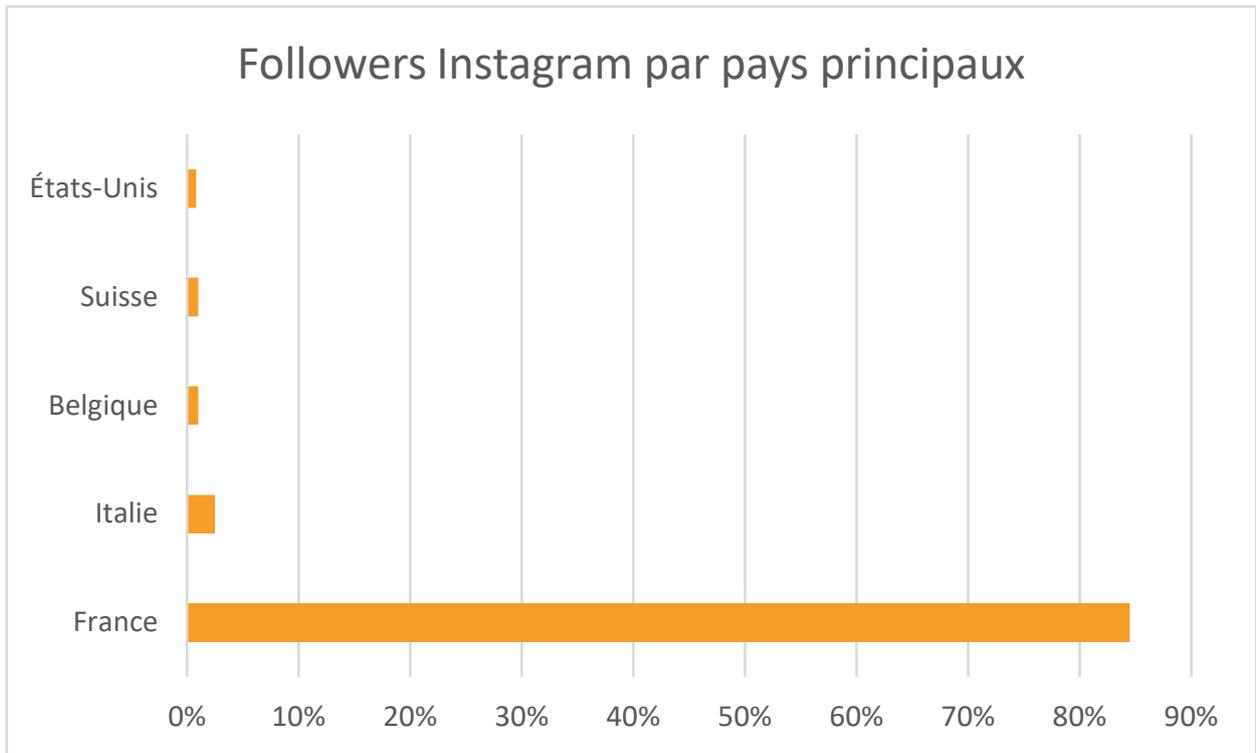
Sur Instagram, la cible est relativement similaire à celle de Facebook. 61% de femmes pour 39% d'hommes.

Concernant l'âge, la communauté est un peu plus jeune que sur Facebook surtout pour les femmes dont la proportion est plus importante que facebook pour les 25- 34 ans (elles sont 17% sur instagram contre 8,60 % sur facebook)



Instagram

84,5 % des abonnés sont français. environ 28% sont en Corse.





Instagram

Les publications les plus performantes en termes de couverture:



zonzasantaluciatourisme
Cumuna di Zonza Santa Lucia - Commune de Zonza Sainte-Lucie

zonzasantaluciatourisme [Restaurants] - Un repas gourmand les pieds dans l'eau 🌊

- 📍 **Le Cabanon Bleu**, un air d'île aux trésors sur la plage d'Arasu.
- 📍 **La Source**, en toute simplicité à Caramontinu.
- 📍 **Le Fautea**, sur la plage éponyme.

Encore plus d'adresses côté mer ? Rendez-vous par là → zonzasaintelucie.com

Voir les statistiques [Booster la publication](#)

📍📍📍 Aimé par sandrine_massa_nicoli et 129 autres personnes
AOÛT 11, 2022

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

↩ 5 014 personnes touchées
129 mentions j'aime



zonzasantaluciatourisme
Zonza

zonzasantaluciatourisme Une journée à la découverte de la montagne 🌲 #Idée3

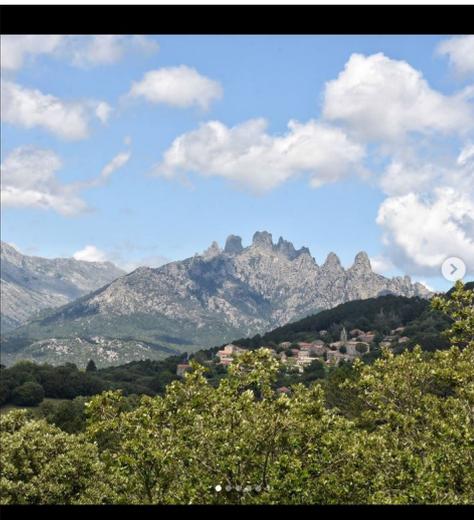
- 😄 On réserve une balade inoubliable en véhicule tout terrain avec **Corse Off Road**.
- 📍 On savoure un déjeuner copieux au **Randonneur**.
- 🌲 Et on flâne le reste de la journée au bon air entre Zonza et Bavella !

Voir les statistiques [Booster la publication](#)

📍📍📍 Aimé par jetevasion_pinarello et 140 autres personnes
AOÛT 1, 2022

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

↩ 4 880 personnes touchées
141 mentions j'aime



zonzasantaluciatourisme
Zonza

zonzasantaluciatourisme [Restaurants] - 4 adresses gourmandes côté montagne 🌲 Suivez le guide !

- 📍 **U Fuconu**, grillades, produits frais et desserts "maison", avec vue sur les aiguilles de Bavella.
- 📍 **La Terrasse**, charcuterie et spécialités artisanales, avec vue sur les montagnes.
- 📍 **La Ferme A Stadda**, de bons produits du terroir, et des fruits et légumes de la maison.

Voir les statistiques [Booster la publication](#)

📍📍📍 Aimé par teletubastyanax et 146 autres personnes
AOÛT 8, 2022

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

↩ 4 607 personnes touchées
147 mentions j'aime

Fréquentation sur les Réseaux Sociaux

Ce qu'il faut retenir:

6 883
abonnés sur
Facebook

3 910
abonnés sur
Instagram

Facebook a connu une augmentation importante de sa communauté ainsi que de son taux d'engagement.

Instagram a connu une croissance exponentielle.

On remarque que les republications de contenus utilisateurs en story sont celles qui performant le mieux, de même que celles qui mettent en avant la région.



Objectifs 2023:

Ne pas hésiter à republier des images de notre communauté en stories en les mentionnant. En règle générale, solliciter davantage notre communauté pour encourager les commentaires et les enregistrements
Capitaliser sur de beaux visuels (Instagram en particulier)

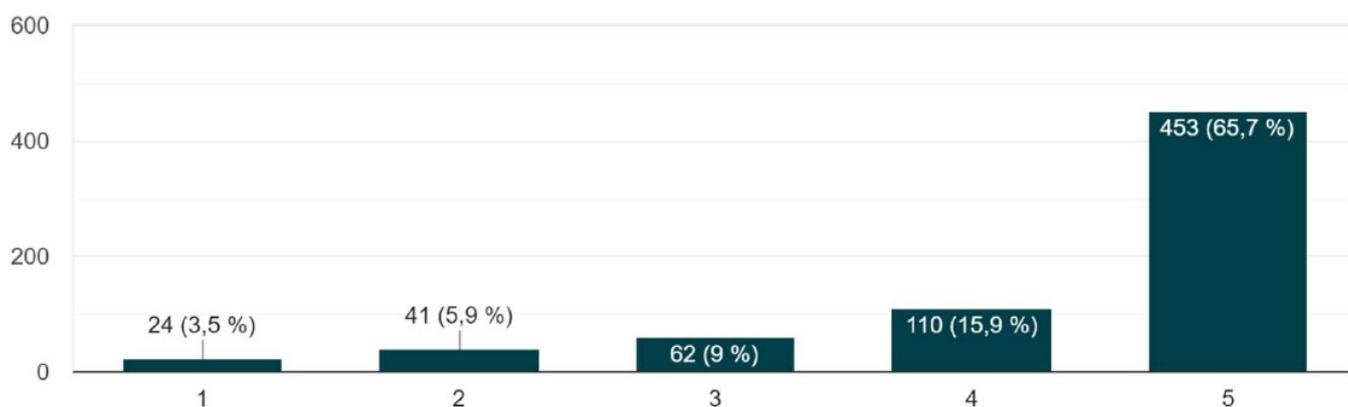
Satisfaction clientèle

690 questionnaires de satisfaction ont été renseignés dans nos 4 points d'accueil.

La **localisation** de l'office de tourisme ou du bureau touristique est jugée "très satisfaisante" ou "satisfaisante" à 81,6%, le **stationnement** à proximité à 83,2 %. Quand aux **horaires d'ouverture**, la satisfaction monte à 96,2%.

Comment trouvez-vous la localisation de l'office de tourisme ou du Bureau d'information touristique ?

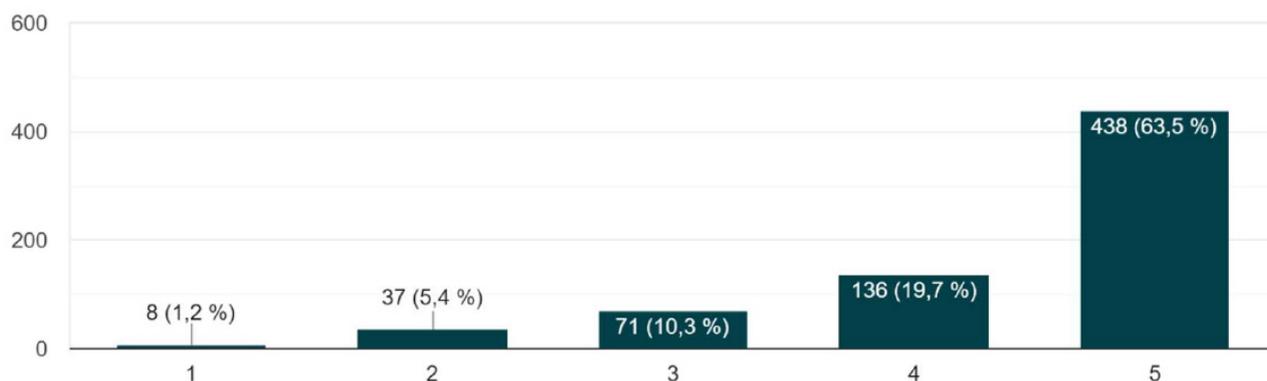
690 réponses



Satisfaction clientèle

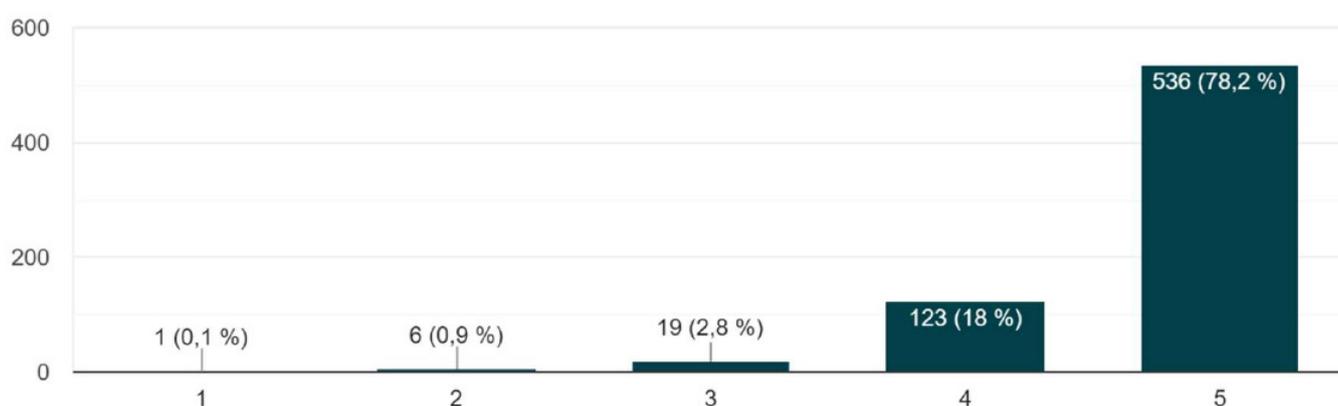
Comment évalueriez-vous le stationnement à proximité de l'office de tourisme ou du bureau d'information touristique ?

690 réponses



Que pensez-vous des horaires d'ouverture de l'office de tourisme ou du Bureau d'information touristique ?

685 réponses



- 1- Pas du tout satisfaisant
- 4- Satisfaisant
- 2- Peu satisfaisant
- 5- Très satisfaisant
- 3- Moyennement satisfaisant

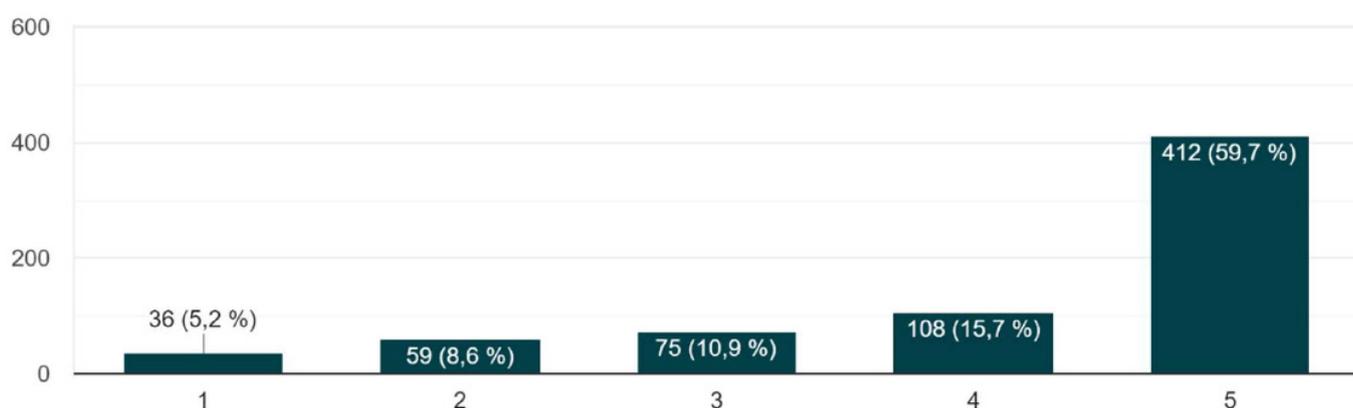
Satisfaction clientèle

En revanche, la signalisation d'accès à l'Office de Tourisme obtient moins d'adhésion avec "seulement" 75,4 %.

C'est aussi le cas pour nos locaux avec 78,7 %.

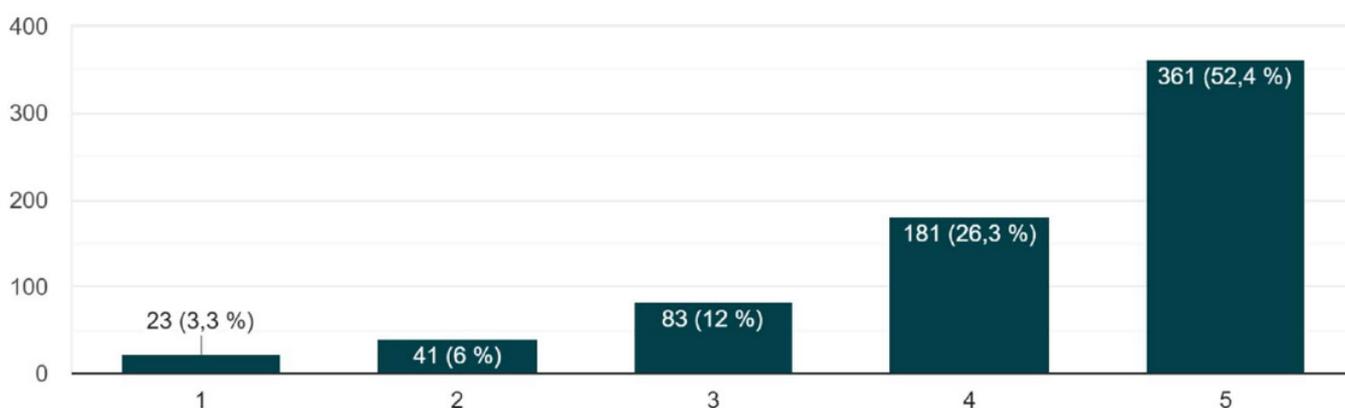
Comment trouvez-vous la signalisation d'accès à l'office de tourisme ou au Bureau d'information touristique ?

690 réponses



Comment définiriez-vous nos locaux ?

689 réponses

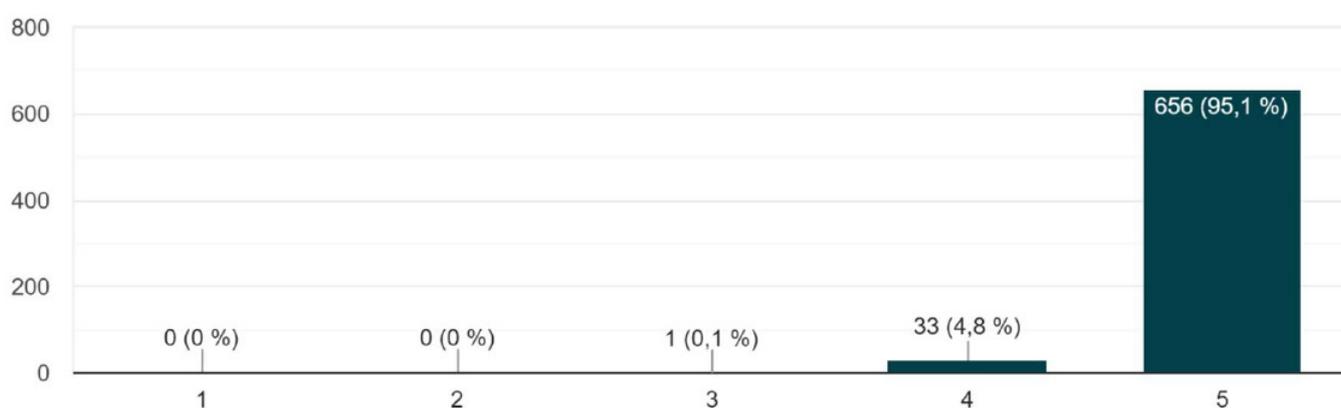


Satisfaction clientèle

En ce qui concerne l'appréciation globale sur les services de notre accueil, les résultats sont très positifs avec 99,9 % de "très satisfaisant" ou "satisfaisant" !

Quelle est votre appréciation globale sur les services de notre accueil ?

690 réponses



1- Pas du tout satisfaisant

2- Peu satisfaisant

3- Moyennement satisfaisant

4- Satisfaisant

5- Très satisfaisant



Promotion et Communication

Ambitions et objectifs

Faire vivre l'univers de la marque suite à l'élaboration du **Guide de Marque** de la commune de Zona.

Contribuer à la cohérence de la communication communale.

Fixer un cadre stratégique pour l'action de communication et de promotion de l'Office de Tourisme à moyen terme.

Maximiser les retombées économiques pour la destination.

-> Renforcement du positionnement axé sur le patrimoine et l'environnement, et de la communication d'une destination à taille humaine, authentique et conviviale, synonyme de détente et bien-être.

« Entre mer et montagne, une commune, un territoire authentiques qui ont su garder leur âme, dotés d'une nature exceptionnelle et d'un patrimoine hors du commun »

#Zonzacoridilaltarocca
#Pinarellovillagemarin



Promotion et Communication

Renforcement de la communication autour des **Marques Territoriales Protégées**

Valorisation de la singularité **mer-montagne**

Valorisation systématique du **patrimoine naturel, culturel et bâti**
de la commune

Valorisation des filières de **l'artisanat, l'agriculture et la viticulture Bio**

Valorisation des filières **Sport, Loisir et Bien-être**, en particulier les
activités de pleine nature

Valorisation des filières **Sport, Loisir et Bien-être**, en particulier les
activités de pleine nature

ZONZA
SANTA
LUCIA
T U R I S I M


Pinarello
Village Marin



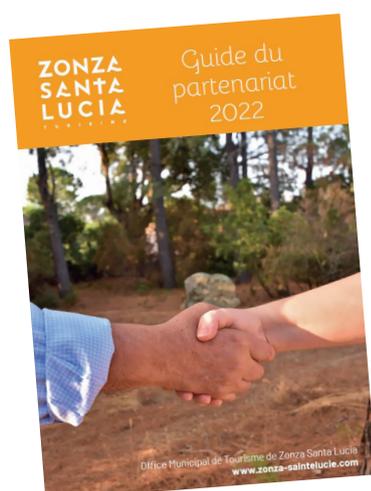
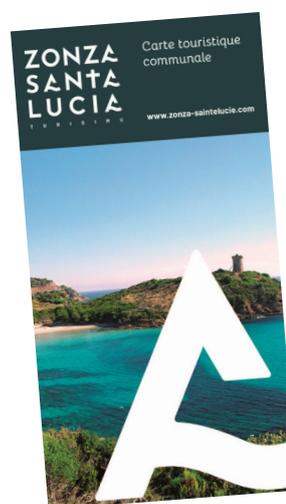
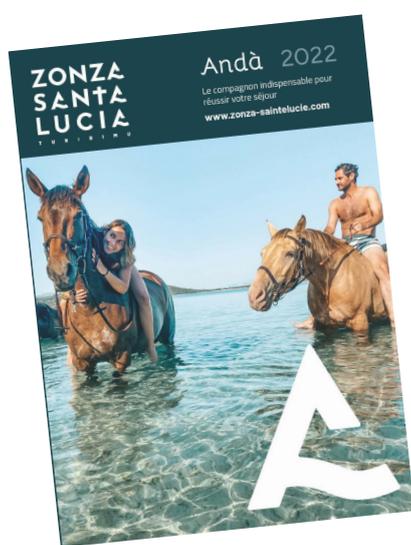
Promotion et Communication

Une gamme d'éditions et de documents aux couleurs de notre charte graphique, réalisées en interne:

Des brochures mettant en avant uniquement nos partenaires pour un maximum de visibilité: «Ospità» pour les hébergements, et «Andà» pour les activités, loisirs, restaurants, commerces, services, producteurs...

Des cartes de balades et randonnées littorales, une carte touristique communale.

Le guide du partenariat ...

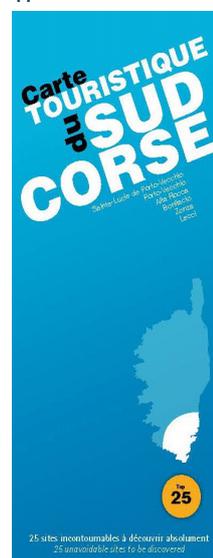


Promotion et Communication

D'autres en collaboration avec d'autres offices de tourisme:

Les guides touristiques "Séjourner dans le Sud Corse" et "Immersion dans le Sud Corse", en partenariat avec les offices de tourisme de Porto-Vecchio, Lecci et l'Alta Rocca.

La carte touristique Sud Corse, en partenariat avec les offices de tourisme de Bonifacio, Porto-Vecchio, Lecci et l'Alta Rocca.



Au total, de nombreuses éditions réalisées et distribuées à l'OMT et dans nos BIT:

- 6 000 Guides "Loisirs et Découvertes" Sud Corse
- 1 500 Brochures "Ospità"
- 7 500 Brochures Andà
- 300 Guides "Se Loger" Sud Corse
- 4 000 Cartes touristiques Sud Corse
- 3 000 Cartes commune de Zona
- 10 000 Cartes Balades et randonnées côté littoral
- 700 Agendas (en saison)
- 500 Flyers "les marchés"
- 600 Brochures "Strada di i sensi"

Promotion et Communication

Une mise en avant de nos partenaires via nos outils numériques:

Une mise en avant constante de nos partenaires avec les pages partenaires sur notre site internet mises à jour régulièrement, des «interviews» mises en ligne sur notre site web et nos réseaux sociaux, le prolongement de la campagne "Piaghja è muntagna" initiée en 2020 sur nos réseaux sociaux, dans le but de valoriser notre micro-région et de promouvoir nos partenaires.

Afin d'augmenter la visibilité et la notoriété de nos comptes Instagram et Facebook, nous avons collaboré avec une agence de community management (Agence Com'uniti) et alloué un budget pour sponsoriser des publications chaque semaine sur Facebook et Instagram, mettant en avant le plus possible nos partenaires en saison, et la commune le reste du temps.

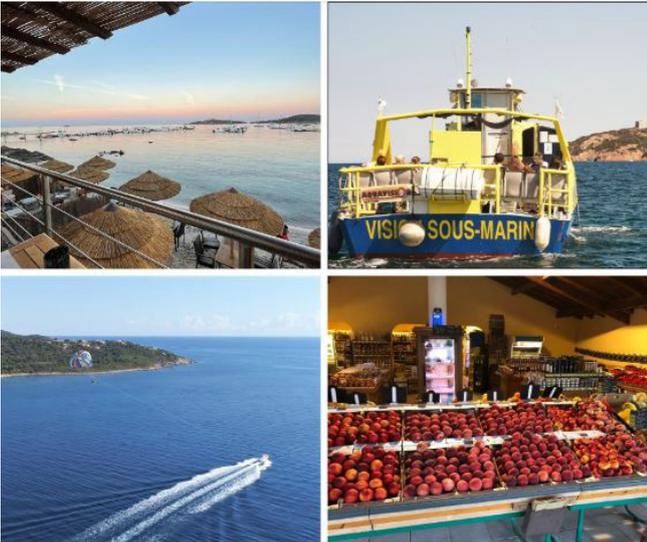
Zonza Santa Lucia Tourisme se sent très bien à Village Marin de Pinarello. 28 juillet 2022

Journée de rêve à Pinarello

#idée2

- On déjeune à **La Casa** : bit.ly/Restaurant-la-Casa
- On observe les fonds marins à bord du bateau **Matittoria Aquavision** : bit.ly/Matittoria-Aquavision
- On admire la baie depuis les airs avec **Parasailing Pinarello** bit.ly/Parasailing-Pinarello
- On se ravitaille en charcuterie et fromages corsés à **L'Épicerie Le Patio** : bit.ly/Epicerie-le-Patio

Puis on termine les doigts de pieds en éventaïl sur l'une des superbes plages du village



Zonza Santa Lucia Tourisme
Office du tourisme

En savoir plus

144

2 commentaires 12 partages

Zonza Santa Lucia Tourisme se sent super bien à Corse, France. 12 mai 2022

- De Pinarello à Zonza, de plages en sentiers de montagne, sillonnez les routes de la région à scooter ou VTT électrique !
- Corse Scooters Service : bit.ly/Corse-Scooters-Service
- Corsica E Bike : bit.ly/Corsica-E-Bike

Alors, vous venez ?



Zonza Santa Lucia Tourisme
Office du tourisme

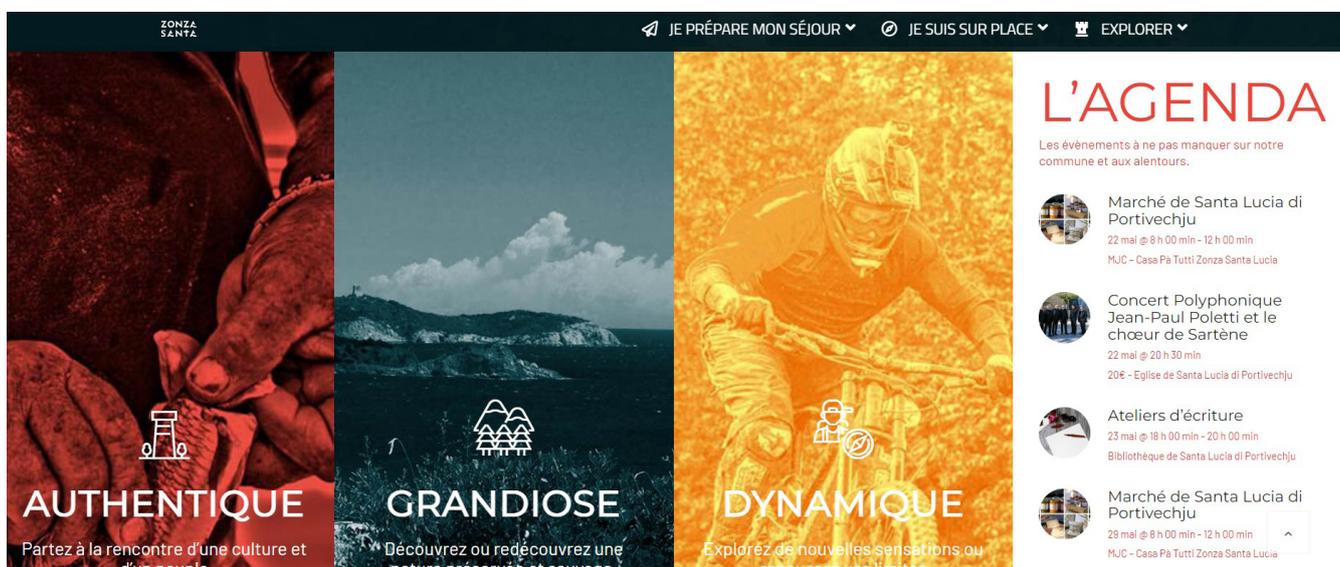
En savoir plus

Betty Betty, Jean-Nicolas Venaut et 471 autres personnes 3 commentaires 18 partages

Promotion et Communication

Travail sur la V2 du site internet

La Version 2 de notre nouveau site internet a été retravaillée pour être adaptée aux mobiles et tablettes (V2 en ligne au premier semestre 2022). Ce site a été pensé afin d'être résolument plus moderne : menu épuré, ergonomie facilitée... Nous avons souhaité faciliter la recherche des internautes en suivant leur cheminement, avec plusieurs critères de recherche: "je prépare mon séjour" ou "je suis sur place". Un second filtre de recherche "côté mer" ou "côté montagne" sera disponible pour nos partenaires, car la structure mer/montagne de notre commune induit souvent en erreur les visiteurs.



Promotion et Communication

Vidéo 4 saisons

Nous avons travaillé en 2021 sur une campagne de films promotionnels "4 saisons" afin de faire la promotion de notre destination au fil des saisons. Les objectifs étaient de faire découvrir la commune de Zonza dans toute sa diversité (mer et montagne) et d'inciter les visiteurs à venir en profiter tout au long de l'année.

-> film "printemps / été" mis en ligne le 16 mars 2021

-> film "automne/hiver": le film "automne" a été mis en ligne le 19 novembre 2021

Les "teasers" réalisés dans ce cadre ont été régulièrement diffusés sur nos réseaux sociaux afin de mettre en avant notre patrimoine naturel et culturel, traditions, activités nautiques ou de pleine nature, gastronomie, hébergement, festivités

Mais suite au désistement de notre prestataire, nous n'avons pas pu finaliser le film complet automne/hiver, prévu en 2022. Nous avons continué à travailler sur le cahier des charges, le projet sera finalisé en 2023 - 2024 avec un nouveau prestataire.

Photothèque

Enrichissement et mise à jour de la photothèque et la vidéothèque de l'Office de Tourisme (48 000 photos et 1 200 vidéos et extraits)

Promotion et Communication

Promotion du territoire

Rédaction de contenu éditoriaux (Brochures, sites internet, site internet de Agence du Tourisme de La Corse, salons...)

Collaboration avec la Presse : entretiens, photos...

Assister les partenaires dans une démarche de professionnalisation

Veille et communication auprès de nos partenaires sur la législation, les protocoles, aides et subventions...

Accompagnement et conseils relatifs à la Taxe de Séjour.

Forfait photo proposé aux partenaires afin de maximiser leur communication (quelques exemples ci-dessous).



Formations

La formation permet de professionnaliser davantage le personnel, d'améliorer les compétences des collaborateurs et la motivation.

Nous avons la chance d'avoir une fédération régionale (FROTSI) qui nous propose des formations parfaitement adaptées à nos besoins et aux enjeux du tourisme.



En 2022, au total **47 journées** ont été dédiées à la formation du personnel de l'Office de Tourisme, par le biais de la FROTSI principalement, et également du CNFPT:

Nouveau référentiel de classement: cette formation fait suite à la formation sur la méthodologie de classement des meublés (2019), en vue d'être en capacité de réaliser des classements de meublés à partir de 2024.

Club qualité tourisme: 2 jours par an d'échanges entre les différents Offices de Tourisme de Corse déjà marqués ou en cours d'obtention de la marque sur la marque Qualité Tourisme.

Régisseur: formation des régisseurs et régisseurs adjoints suite à la mise en place de régies pour la marché de village, les partenariats et la sponsorisation de la communication sur le web.

Tourinsoft Emailing et Newsletter SITTCO: connaître les possibilités d'emailing et newsletter via le SITTCO afin de pouvoir relancer nos Newsletter et faire du "marketing automation" (déclenchement de campagnes marketing automatiques).

Formations

Story telling: (niveaux 1 et 2): savoir rédiger de manière à raconter une histoire, capter l'attention et susciter l'engouement de notre public.

Créer une offre de produits slow tourisme: comprendre les enjeux du slow tourisme et savoir créer une offre.

L'expérientiel: comprendre la thématique de l'expérientiel, apprendre à communiquer sur ses offres.

Excel: gagner en efficacité sur les projets. Formation débutant pour certains agents et intermédiaire pour d'autres.

Eductour: organisé par notre OMT en collaboration avec la CCAR, à destination du personnel saisonnier.

Parcours Conseillers en séjour: 6 journées complètes de formation sur le métier de Conseiller en Séjour.

Langue italienne en vue d'une certification officielle qui permet de justifier le niveau de langues étrangères pour la marque Qualité Tourisme.

Usages de la facilitation graphique: savoir associer le visuel au texte pour communiquer, et favoriser interactions et mémorisation.

Gestion de projets: pour enrichir ses compétences sur le pilotage des projets.

Illustrator: illustration et création graphique en complément des logiciels Indesign et Photoshop, que nous utilisons déjà.

Partenariats

En 2022 , nous avons opté pour **deux formules** de partenariat.

Le pack "Essentiel" : l'essentiel à petit prix

Être présent dans les brochures touristiques «Ospità» ou «Andà» de l'Office Municipal de Tourisme de Zona Santa Lucia, disponibles dans notre Office de Tourisme à Sainte Lucie de Porto-Vecchio et ses Bureaux d'Information Touristique (BIT) du Cavu, Zona et Pinarello et en téléchargement sur notre site.

Apparaître sur plusieurs sites internet: celui de notre Office de Tourisme: celui de l'Office de Tourisme Intercommunal de l'Alta Rocca et celui de l'Agence du Tourisme de la Corse.

Diffuser ses flyers dans les locaux de l'Office Municipal de Tourisme de Sainte Lucie de Porto-Vecchio et dans nos BIT du Cavu, de Pinarello et de Zona, ainsi que dans les locaux des Offices de tourisme partenaires (Porto-Vecchio, Lecci et l'Alta Rocca).

Être promu sur nos réseaux sociaux via notamment la campagne de communication «Piaghjà è muntagna» : mise en lumière de nos partenaires sur une publication facebook et Instagram (sponsorisée), avec click possible sur la page dédiée sur notre office de tourisme.

Diffuser ses animations et actualités sur nos réseaux sociaux, des interviews et bons plans sur notre site internet, présence sur l'agenda en ligne sur notre site internet et sur les agendas de l'été distribués aux visiteurs et auprès de nos partenaires.

Partenariats

Le pack "Premium" : pour un maximum de visibilité

Le pack Premium inclut toutes les prestations du pack «Essentiel», mais donne aussi aux socio-professionnels l'opportunité, grâce à la collaboration avec les Offices de Tourisme de Porto-Vecchio, Lecci et l'Alta Rocca:

D'être présent dans les guides touristiques "Séjourner dans le Sud Corse" et "Immersion dans le Sud Corse" disponibles dans notre Office de Tourisme à Sainte Lucie et ses BIT du Cavu, Zonza et Pinarello, mais aussi dans les Offices de Tourisme de Porto-Vecchio, Lecci, l'Alta Rocca, dans de nombreux salons touristiques, à l'aéroport de Figari, et au port de Porto-Vecchio.

De diffuser ses flyers dans les locaux des Offices de Tourisme partenaires (Porto-Vecchio, Lecci, Alta Rocca).

Le forfait photo, pour maximiser sa promotion

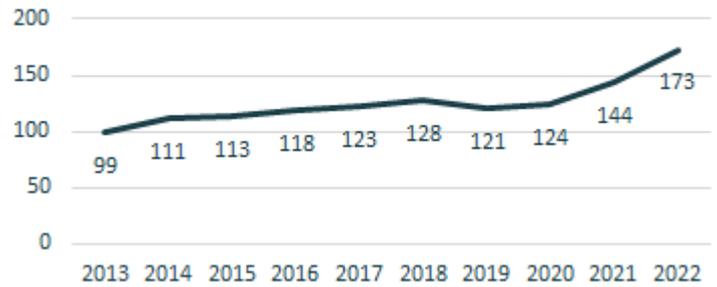


Le forfait photo à 100 € comprend 20 à 30 photos à destination des socioprofessionnels. Certaines sont aussi utilisées pour promotion sur notre site internet et nos réseaux sociaux.

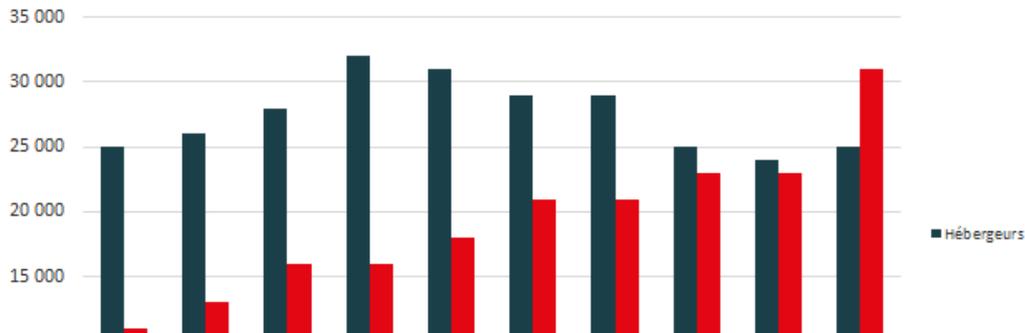
Partenariats

173 partenaires
socio-pro en 2022
+ 20% vs 2021

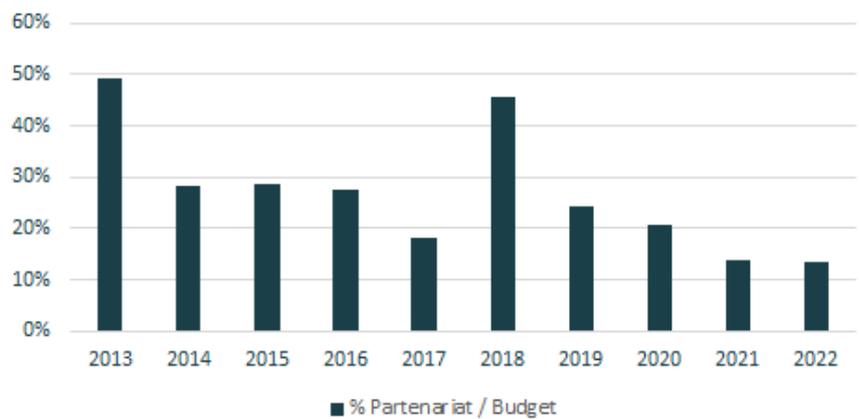
Evolution du nombre de partenaires



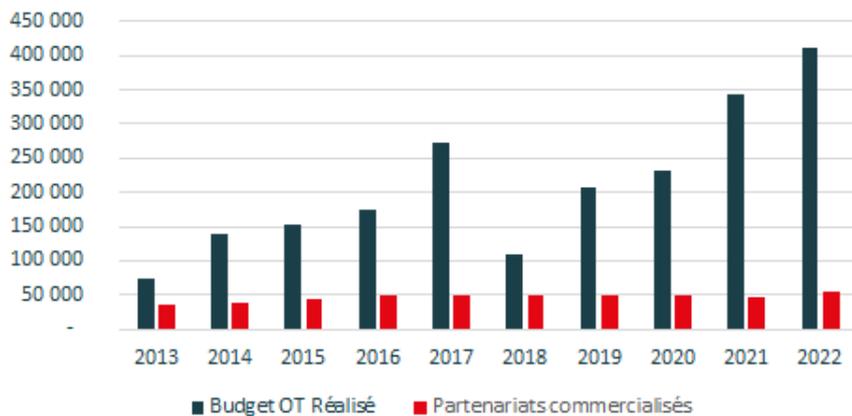
Evolution du montant des partenariats en €



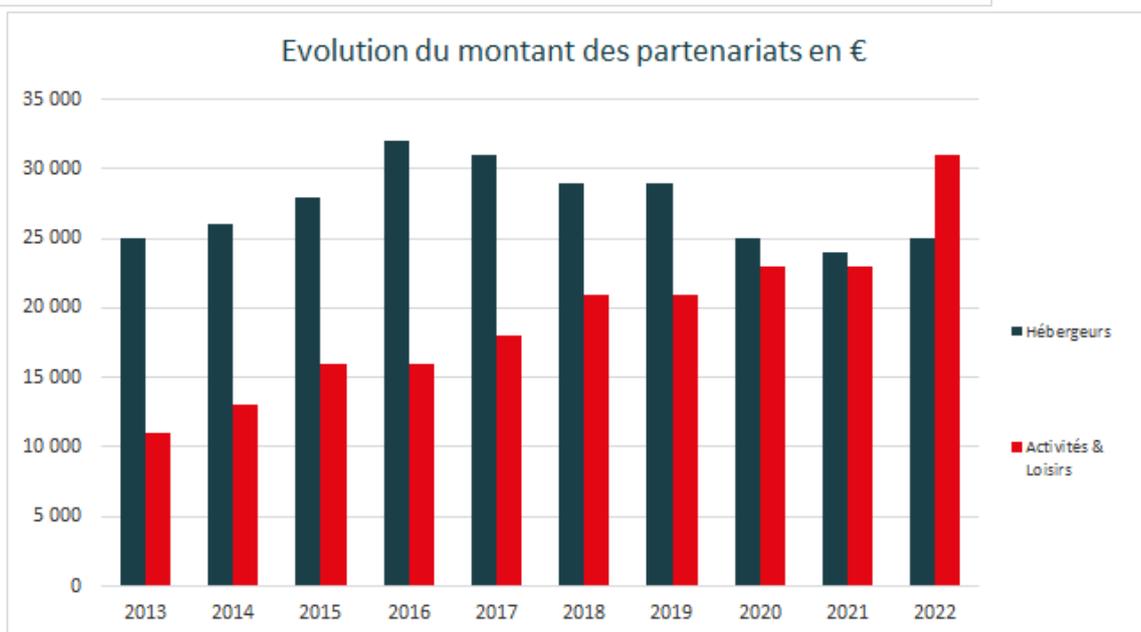
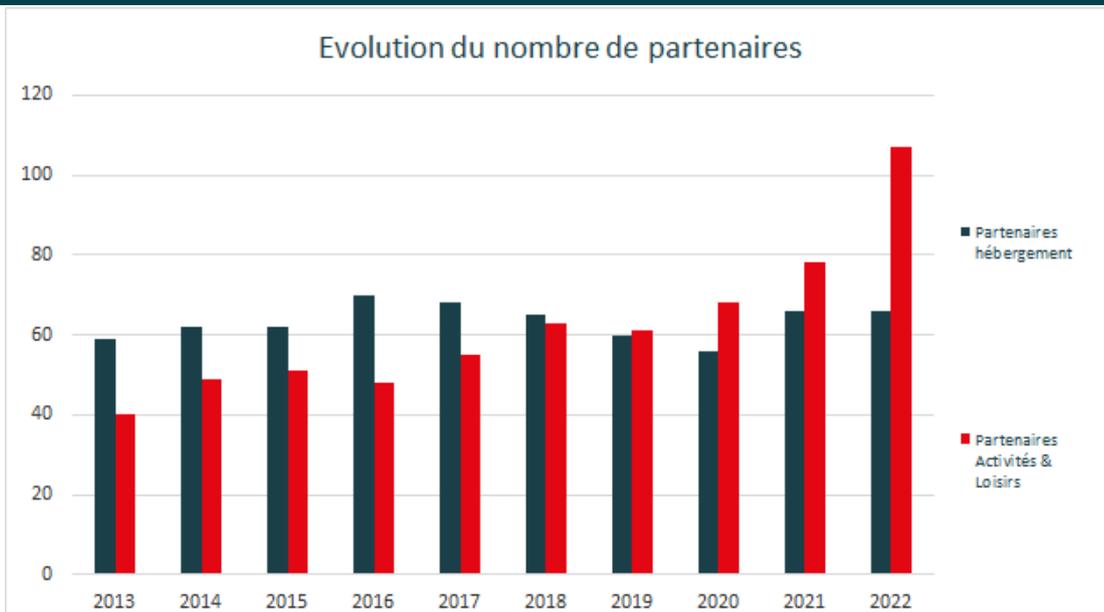
Budget - Partenariats en %



Budget - Partenariats



Partenariats



Le nombre de partenaires de l'Office de tourisme est en constante évolution, avec une augmentation de 29 partenaires en 2022 vs 2021 (soit + 20%).

Par ailleurs, 12 partenaires ont choisi de nous faire confiance en 2022 pour la prise de photos de promotion de leur structure avec la souscription de notre **forfait photo**. Un service qui est de plus en plus apprécié, et qui permet aux socio-pros ainsi qu'à l'OMT d'avoir de meilleurs visuels pour améliorer la visibilité du site et des réseaux sociaux.

Les autres réalisations 2022

Animation, culture et événementiel

L'OMT n'étant plus en charge de l'événementiel depuis 2020, les manifestations précédemment organisées par l'OMT sont gérées par les commissions extra municipales, la MJC ou d'autres services.

Toutefois, la gestion et le développement du **marché de village** de Sainte Lucie de Porto-Vecchio est toujours à la charge de l'Office de Tourisme.

Plus de 50 exposants en saison, mais avec l'augmentation conséquente des prix du carburant, l'inflation galopante et les conditions météorologiques pas toujours au rendez-vous il est difficile de le maintenir sur la période hivernale.



MARCHÉ

SAINTE LUCIE DE PORTO-VECCHIO



Tous les lundis de 8h30 à 12h30
Autour de la MJC Casa pà tutti

**ZONZA
SANTA
LUCIA** Office Municipal de Tourisme de Zonza Santa Lucia
04 95 71 48 99
info@zonza-saintelucie.com

Comme d'habitude, l'office a également organisé le **Feu d'artifice** du 16 juillet:

Les autres réalisations 2022

La commune a organisé la première édition du **Triathlon PLB** (Pinarello-Luviu-Bavella) du 24 au 26 juin 2022: 3 jours de challenge sportif avec un grand triathlon de format L entre Pinarello et Bavella, un triathlon XS à Pinarello, mais aussi des animations et autres programmations. L'Office de Tourisme a participé à cette grande aventure:

- **en fédérant nos partenaires** autour de ce projet: mise en place de tarifs préférentiels pour les participants sur leurs hébergements, mise en place de "bons plans" sur les activités et restaurants...

- **en maximisant la communication** : sur le site web de notre office de tourisme, sur nos réseaux sociaux (publications sponsorisées ou non, stories, partage de stories des comptes PLB...), sur les sites internet de nos partenaires (Agence du tourisme de la Corse, Office de Tourisme de Porto-Vecchio, OTI de l'Alta Rocca..), via un emailing auprès des Offices de Tourisme de Corse et auprès de nos partenaires. En assurant des prises de vues pendant l'évènement.

- **en organisant un marché de producteurs, artisans et bien-être** à Pinarello et Viseo et en organisant et finançant un feu d'artifice à Pinarello après le concert d'ouverture.

**PINARELLO
LUVIU
BAVELLA**
CROSS TRIATHLON

**24, 25
& 26
JUN 2022**
1^{ERE} ÉDITION

INSCRIVEZ-VOUS
SUR LE SITE
KRONO.CORSICA

SAM 25 :
TRIATHLON DÉCOUVERTE
DIM 26 :
CROSS TRIATHLON L

1500 M
34 KM
12 KM

**MARCHÉ DE
PRODUCTEURS,
ARTISANS, BIEN-ÊTRE..**

Samedi 25 juin
à Pinarello de 14h à 19h

Dimanche 26 juin
à Viseo de 11h à 17h

**ZONZA
SANTA
LUCIA**

04.95.71.48.99
www.zonza-saintelucie.com

Les autres réalisations 2022

L'Office a apporté son appui et effectué des actions de communication dans la **promotion des événements** organisés par la MJC Casà Pà Tutti, les socioprofessionnels partenaires ou d'autres acteurs de l'événementiel: affichage des informations dans nos locaux, mise en ligne sur l'agenda sur le site web de l'office de tourisme, insertion dans l'agenda papier distribué tout l'été aux visiteurs, communication sur les réseaux sociaux, mise en ligne sur les sites internet de partenaires (Agence du Tourisme de la Corse, Office municipal de tourisme Porto-Vecchio, Site de l'OTI de l'Alta Rocca)...

En voici quelques exemples:



Les autres réalisations 2022

Changement de système de statistiques

Préparation au changement de gestionnaire de statistiques GRC suite au passage sur le SITTCO le 1er janvier 2023 (voir "Projets")

Vous êtes actuellement

Au bureau

Hors des murs

Bureau de Cavu

Bureau de Pinarello

Bureau de Zonza

Sandra AGOSTINI
Au bureau

1 + E-Mail Guichet Téléphone Autre Traitement Oral Annuler En attente Historique Traitement multi. Panier Recherche

Contact
Code postal Pays FRANCE
Rechercher un contact

Demande en cours

Nombre de personne * 1

Typologie Client *
Locaux Partenaire OT Individuels Couple Séniors Famille Groupes Amis Affaires

Qualification client *
Résident Séjour Excursionniste Tourisme d'Affaires

Durée de séjour (Localité/Territoire)
1/2 journée 1 jour 2 jours Weekend/2-3 jours 1 semaine 10 jours 2 semaines 2 semaines et +

Réponses prédéfinies
Modèle

Brochures
FR

Nom	Qté	Stk	PDF	URL
Carte Touristique C...				
Nadine				
TEST Guide du part...				

Étape 2 > Choix des critères

Définissez vos critères

Critère de base Pays axe horizontal

Nombre de valeurs à prendre en considération parmi les plus grandes valeurs :

Pays	Pourcentage
ITALIE	25 %
ALBANIE	18 %
NIUÉ	20 %
ECOSSE	17 %
PALESTINE	19 %

Étape précédente Étape suivante

Budget

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
VUE D'ENSEMBLE	A1

EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES	RECETTES
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section de fonctionnement	A 371 206,30	G 383 177,18
	Section d'investissement	B 4 656,00	H 21 251,45
		+	+
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section de fonctionnement (002)	C	I 8 914,81
	Report en section d'investissement (001)	D 19 887,51	J
		=	=
TOTAL (réalisations + reports)		=A+B+C+D 395 749,81	=G+H+I+J 413 343,44

RESTES A REALISERA REPORTER EN N+1	Section de fonctionnement	E	K
	Section d'investissement	F	L
	TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1	= E+F	= K+L

RESULTAT CUMULE	Section de fonctionnement	= A+C+E 371 206,30	= G+I+K 392 091,99
	Section d'investissement	= B+D+F 24 543,51	= H+J+L 21 251,45
	TOTAL CUMULE	= A+B+C+D+E+F 395 749,81	= G+H+I+J+K+L 413 343,44

Budget

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION DE FONCTIONNEMENT - CHAPITRES	A2

DEPENSES DE FONCTIONNEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Mandats émis	Charg. rattachées	RAR au 31/12	
011	Charges à caractère général	88 150,00	65 090,79			23 059,21
012	Charges de personnel et frais assimilés	304 500,00	303 521,22			978,78
014	Atténuations de produits					
65	Autres charges de gestion courante	3 000,00	1 524,62			1 475,38
656	Frais fonctionnement des groupes d'élus					
	Total des dépenses de gestion courante	395 650,00	370 136,63			25 513,37
66	Charges financières					
67	Charges exceptionnelles	1 100,00	1 069,67			30,33
68	Dotations provisions semi-budgétaires					
022	Dépenses imprévues					
	Total des dépenses réelles de fonctionnement	396 750,00	371 206,30			25 543,70
023	Virement à la section d'investissement	4 687,51				
042	Opé. d'ordre de transfert entre sections					
043	Opé. d'ordre à l'intérieur de la sect. fonct.					
	Total des dépenses d'ordre de fonctionnement	4 687,51				4 687,51
	TOTAL	401 437,51	371 206,30			30 231,21
	Pour information D 002 Déficit de fonctionnement reporté de N-1					

RECETTES DE FONCTIONNEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR N-1)	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Titres émis	Prod. rattachées	RAR au 31/12	
013	Atténuations de charges	500,70	93,30			407,40
70	Produits des services, du domaine et ventes...					
73	Impôts et taxes					
74	Dotations et participations	333 522,00	325 122,00			8 400,00
75	Autres produits de gestion courante	3 500,00	3 065,49			434,51
	Total des recettes de gestion courante	337 522,70	328 280,79			9 241,91
76	Produits financiers	55 000,00	54 832,50			167,50
77	Produits exceptionnels		63,89			-63,89
78	Reprises provisions semi-budgétaires					
	Total des recettes réelles de fonctionnement	392 522,70	383 177,18			9 345,52
042	Opé. d'ordre de transfert entre sections					
043	Opé. d'ordre à l'intérieur de la sect. fonct.					
	Total des recettes d'ordre de fonctionnement					
	TOTAL	392 522,70	383 177,18			9 345,52
	Pour information R 002 Excédent de fonctionnement reporté de N-1	8 914,81				

Budget

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
SECTION D'INVESTISSEMENT - CHAPITRES	A3

DEPENSES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR)	Mandats émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés
010	stocks				
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)				
204	Subventions d'équipement versées				
21	Immobilisations corporelles				
22	Immobilisations reçues en affectation				
23	Immobilisations en cours				
	Total des opérations d'équipement	24 800,00	4 656,00		20 144,00
	Total des dépenses d'équipement	24 800,00	4 656,00		20 144,00
10	Dotations, fonds divers et réserves				
13	Subventions d'investissement				
16	Emprunts et dettes assimilées				
18	Compte de liaison, affectation (BA, régie)				
26	Participation et créances rattachées				
27	Autres immobilisations financières				
020	Dépenses imprévues				
	Total des dépenses financières				
45...	Total des opé. pour compte de tiers				
	Total des dépenses réelles d'investissement	24 800,00	4 656,00		20 144,00
040	Opé. d'ordre de transfert entre sections				
041	Opérations patrimoniales				
	Total des dépenses d'ordre d'investissement				
	TOTAL	24 800,00	4 656,00		20 144,00
	Pour information D 001 Solde d'exécution négatif reporté de N-1	19 887,51			

RECETTES D'INVESTISSEMENT

Chap.	Libellé	Crédits ouverts (BP+DM+RAR)	Titres émis	Restes à réaliser au 31/12	Crédits annulés
010	Stocks				
13	Subventions d'investissement	20 000,00			20 000,00
16	Emprunts et dettes assimilées (hors 165)				
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)				
204	Subventions d'équipement versées				
21	Immobilisations corporelles				
22	Immobilisations reçues en affectation				
23	Immobilisations en cours				
	Total des recettes d'équipement	20 000,00			20 000,00
10	Dot., fonds divers et réserves (hors 1066)		1 251,45		-1 251,45
1066	Excédents de fonct. capitalisés	20 000,00	20 000,00		
138	Autres subv. d'invest. non transf.				
165	Dépôts et cautionnements reçus				
18	Compte de liaison : affectat° (BA, régie)				
26	Participation et créances rattachées				
27	Autres immobilisations financières				
024	Produits des cessions d'immobilisations				
	Total des recettes financières	20 000,00	21 251,45		-1 251,45
45...	Total des opé. pour le compte de tiers				
	Total des recettes réelles d'investissement	40 000,00	21 251,45		18 748,55
021	virement de la section de fonctionnement	4 687,51			
040	Opé. d'ordre de transfert entre les sections				
041	Opérations patrimoniales				
	Total des recettes d'ordre d'investissement	4 687,51			4 687,51
	TOTAL	44 687,51	21 251,45		23 436,06
	Pour information R 001 Solde d'exécution positif reporté de N-1				

Budget

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
BALANCE GENERALE DU BUDGET	B1

1 - Mandats émis (y compris sur les restes à réaliser N-1)

	FONCTIONNEMENT	Opérations réelles	Opérations d'ordre	TOTAL
011	Charges à caractère général	65 090,79		65 090,79
012	Charges de personnel et frais assimilés	303 521,22		303 521,22
014	Atténuations de produits			
60	Achats et variation des stocks			
65	Autres charges de gestion courante	1 524,62		1 524,62
656	Frais de fonctionnement des groupes d'élus			
66	Charges financières			
67	Charges exceptionnelles	1 069,67		1 069,67
68	Dotations aux amortissements et provisions			
71	Production stockée (ou déstockage)			
	Dépenses de fonctionnement - Total	371 206,30		371 206,30
	Pour information D 002 Déficit de fonctionnement reporté de N-1			

	INVESTISSEMENT	Opérations réelles	Opérations d'ordre	TOTAL
10	Dotations, fonds divers et réserves			
13	Subventions d'investissement			
15	Provisions pour risques et charges			
16	Remboursement d'emprunts (sauf 1688 non budgétaire)			
18	Compte de liaison : affectat*(BA, règle)			
	Total des opérations d'équipement	4 656,00		4 656,00
19	Différences sur les réalisations d'immobilisations			
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)			
204	Subventions d'équipement versées			
21	Immobilisations corporelles			
22	Immobilisations reçues en affectation			
23	Immobilisations en cours			
26	Participations et créances rattachées			
27	Autres immobilisations financières			
28	Amortissements des immobilisations (reprises)			
29	Provisions pour dépréciation des immobilisations			
30	Provisions pour dépréciation des stocks et en-cours			
45...	Total des opérations pour compte de tiers			
481	Charges à répartir sur plusieurs exercices			
49	Provisions pour dépréciation des comptes de tiers			
50	Provisions pour dépréciation des comptes financiers			
3...	Stocks			
	Dépenses d'investissement - Total	4 656,00		4 656,00
	Pour information D 001 Solde d'exécution négatif reporté de N-1			19 887,51

Budget

II - PRESENTATION GENERALE DU BUDGET	II
BALANCE GENERALE DU BUDGET	B2

2 - Titres émis (y compris sur les restes à réaliser N-1)

	FONCTIONNEMENT	Opérations réelles	Opérations d'ordre	TOTAL
013	Atténuations de charges	93,30		93,30
60	Achats et variations des stocks			
70	Produits des services, du domaine et ventes diverses			
71	Production stockée (ou déstockage)			
72	Travaux en régle			
73	Impôts et taxes			
74	Dotations et participations	325 122,00		325 122,00
75	Autres produits de gestion courante	3 065,49		3 065,49
76	Produits financiers	54 832,50		54 832,50
77	Produits exceptionnels	63,89		63,89
78	Reprises sur amortissements et provisions			
79	Transferts de charges			
	Recettes de fonctionnement - Total	383 177,18		383 177,18
	Pour information R 002 Excédent de fonctionnement reporté de N-1			8 914,81

	INVESTISSEMENT	Opérations réelles	Opérations d'ordre	TOTAL
10	Dotations, fonds divers et réserves (sauf 1068)	1 251,45		1 251,45
1068	Excédents de fonctionnement capitalisés	20 000,00		20 000,00
13	Subventions d'investissement			
15	Provisions pour risques et charges			
16	Emprunts et dettes assimilées (sauf 1688 non budgétaire)			
18	Compte de liaison : affectat*(BA, régle)			
19	Différences sur réalisations d'immobilisations			
20	Immobilisations incorporelles (sauf 204)			
204	Subventions d'équipement versées			
21	Immobilisations corporelles			
22	Immobilisations reçues en affectation			
23	Immobilisations en cours			
26	Participations et créances rattachées			
27	Autres immobilisations financières			
28	Amortissements des immobilisations (reprises)			
29	Provisions pour dépréciation des immobilisations			
39	Provisions pour dépréciation des stocks et en-cours			
45...	Total des opérations pour compte de tiers			
481	Charges à répartir sur plusieurs exercices			
49	Provisions pour dépréciation des comptes de tiers			
59	Provisions pour dépréciation des comptes financiers			
3...	Stocks			
	Recettes d'investissement - Total	21 251,45		21 251,45
	Pour information R 001 Solde d'exécution positif reporté de N-1			

Budget

III - VOTE DU BUDGET					III	
SECTION DE FONCTIONNEMENT - DETAIL DES DEPENSES					A1	
Chap/ art	Libellé	Crédits ouverts	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Mandats émis	Charges rattachées	RAR au 31/12	
011	Charges à caractère général	88 190,00	85 090,70			23 099,21
60622	Carburants	1 500,00	71,03			1 428,97
60623	Alimentation	200,00	75,14			124,86
60631	Fournitures d'entretien	600,00				600,00
60632	Fournitures de petit équipement	1 500,00	4 504,05			-3 004,05
6064	Fournitures administratives	1 500,00	1 033,15			466,85
611	Contrats de prestations de services	2 000,00	920,00			1 080,00
6135	Locations mobilières	6 000,00	6 704,66			1 295,32
615221	Bâtiments publics	600,00	1 484,01			-884,01
61551	Matériel roulant	350,00				350,00
6156	Maintenance	3 200,00	2 116,06			1 083,92
6161	Mutualités	2 000,00	1 822,60			177,40
6182	Documentation générale et technique	500,00	185,00			315,00
6184	Versements à des organismes de formation	3 000,00	2 850,00			150,00
6188	Autres frais divers		80,50			-80,50
6228	Divers	45 000,00	29 339,01			15 660,99
6231	Annonces et insertions	500,00	485,24			14,76
6232	Fêtes et cérémonies	9 500,00	9 412,22			87,78
6238	Divers	2 000,00				2 000,00
6256	Missions	1 000,00	608,70			391,30
6261	Frais d'affranchissement	1 000,00				1 000,00
6262	Frais de télécommunications	4 000,00	3 397,38			602,62
6263	Frais de nettoyage des locaux	200,00				200,00
012	Charges de personnel et frais assimilés	304 500,00	303 521,22			978,78
6218	Autre personnel extérieur	1 500,00				1 500,00
6332	Cotisations versées au f.n.a.l.	1 100,00	1 071,60			28,31
6338	Cotisations au centre national et aux centres de gestion de	4 500,00	4 807,82			-307,82
6411	Salaires, appointements	57 500,00	51 494,66			6 005,34
6413	Personnel non Titulaire	132 000,00	143 491,47			-11 491,47
64166	Autres emplois d'insertion	22 000,00	14 711,47			7 288,53
6451	Cotisations à l'a.r.s.s.a.f.	48 500,00	49 689,92			-3 189,92
6453	Cotisations aux caisses de retraites	20 000,00	19 515,98			484,02
6454	Cotisations aux a.s.s.a.d.i.c.	6 500,00	6 466,34			33,66
6455	Cotisations pour assurance du personnel	2 500,00	3 030,65			-530,65
6456	Cotisations aux autres organismes sociaux	1 100,00	1 077,82			22,18
6475	Médecine du travail, pharmacie	1 300,00	504,00			796,00
6488	Autres charges	8 000,00	7 659,00			341,00
65	Autres charges de gestion courante	3 000,00	1 524,62			1 475,38
6512	Droits d'utilisation - informatique en nuage	3 000,00	1 529,07			1 470,93
65666	Autres		1,55			-1,55
TOTAL = DEPENSES DE GESTION DES SERVICES (a)=(011+012+65)		395 650,00	370 136,63			25 513,37
67	Charges exceptionnelles (b)	1 100,00	1 069,67			30,33
673	Titres annulés (sur exercices antérieurs)	1 100,00	1 069,67			30,33
TOTAL DES DEPENSES REELLES = a+b		396 750,00	371 206,30			25 543,70
623	Virement à la section d'investissement	4 687,51				4 687,51
TOTAL DES PRELEVEMENTS AU PROFIT DE LA SECTION D'INVESTISSEMENT		4 687,51				4 687,51
TOTAL DES DEPENSES D'ORDRE		4 687,51				4 687,51
TOTAL DES DEPENSES DE FONCTIONNEMENT DE L'EXERCICE (=Total des opérations réelles et d'ordre)		401 437,51	371 206,30			30 231,21

Budget

III - VOTE DU BUDGET	III
SECTION DE FONCTIONNEMENT - DETAIL DES RECETTES	A2

Chap/ art	Libellé	Crédits ouverts	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Titres émis	Produits rattachés	RAR au 31/12	
013	Atténuations de charges	500,70	93,30			407,40
6459	Remboursements sur charges de sécurité sociale et de prévoyance	500,70	93,30			407,40
74	Dotations, subventions et participations	333 522,00	325 122,00			8 400,00
74711	Emplois jeunes	8 400,00				8 400,00
74748	Autres communes	325 122,00	325 122,00			
75	Autres produits de gestion courante	3 500,00	3 065,49			434,51
7588	Autres produits divers de gestion courante	3 500,00	3 065,49			434,51
TOTAL = RECETTES DE GESTION DES SERVICES (a)=(013+74+75)		337 522,70	328 280,79			9 241,01
76	Produits financiers (b)	55 000,00	54 832,50			167,50
761	Produits de participations	55 000,00	54 832,50			167,50
77	Produits exceptionnels (c)		63,89			-63,89
7718	Autres produits exceptionnels sur opérations de gestion		63,89			-63,89
TOTAL DES RECETTES REELLES = a+b+c		392 522,70	383 177,18			9 345,52
TOTAL DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT DE L'EXERCICE (=Total des opérations réelles et d'ordre)		392 522,70	383 177,18			9 345,52
Pour information R 002 Excédent fonctionnement reporté de N-1		8 914,81				

Budget

III - VOTE DU BUDGET	III
SECTION DE FONCTIONNEMENT - DETAIL DES RECETTES	A2

Chap/ art	Libellé	Crédits ouverts	Crédits employés (ou restant à employer)			Crédits annulés
			Titres émis	Produits rattachés	RAR au 31/12	
013	Atténuations de charges	500,70	93,30			407,40
6450	Remboursements sur charges de sécurité sociale et de prévoyance	500,70	93,30			407,40
74	Dotations, subventions et participations	333 522,00	325 122,00			8 400,00
74711	Emplois jeunes	8 400,00				8 400,00
74748	Autres communes	325 122,00	325 122,00			
75	Autres produits de gestion courante	3 500,00	3 065,49			434,51
7588	Autres produits divers de gestion courante	3 500,00	3 065,49			434,51
TOTAL = RECETTES DE GESTION DES SERVICES (a)=(013+74+75)		337 522,70	328 280,79			9 241,91
76	Produits financiers (b)	55 000,00	54 832,50			167,50
761	Produits de participations	55 000,00	54 832,50			167,50
77	Produits exceptionnels (c)		83,89			-83,89
7718	Autres produits exceptionnels sur opérations de gestion		83,89			-83,89
TOTAL DES RECETTES REELLES = a+b+c		392 522,70	383 177,18			9 345,52
TOTAL DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT DE L'EXERCICE (=Total des opérations réelles et d'ordre)		392 522,70	383 177,18			9 345,52
Pour information R 002 Excédent fonctionnement reporté de N-1		8 914,81				

III - VOTE DU BUDGET	III
SECTION D' INVESTISSEMENT - DETAIL DES DEPENSES	B1

Chap/ art	Libellé	Crédits ouverts	Mandats émis	RAR au 31/12	Crédits annulés
	Op. equ : 11 - ACQUISITION MATERIEL DE BUREAU ET I	24 800,00	4 656,00		20 144,00
Total des dépenses d'équipement		24 800,00	4 656,00		20 144,00
TOTAL DEPENSES REELLES		24 800,00	4 656,00		20 144,00
TOTAL DES DEPENSES D'INVESTISSEMENT DE L'EXERCICE (=Total des opérations réelles et d'ordre)		24 800,00	4 656,00		20 144,00
Pour information D 001 Solde d'exécution négatif reporté de N-1		19 887,51			

Projets et Perspectives

Changement de statuts

Projet de changement de statuts de SPA (Service Public Administratif), ne permettant pas de commercialisation, en SPIC (Service Public Industriel et Commercial). Ce changement permettra de commercialiser différents produits (classements de meublés, gestion du marché communal, visites guidées...) A terme, après immatriculation auprès d'Atout France, la billetterie, la vente de packs, la création d'une boutique... seront envisageables afin de trouver d'autres ressources financières et développer les services proposés aux socioprofessionnels.



Qualité tourisme

Relance de la démarche en vue de l'obtention de la marque «Qualité Tourisme», première étape pour le passage de notre Office de Tourisme en catégorie I (l'office est classé en catégorie II depuis 2018). L'objectif est l'obtention de la marque début 2024 pour un classement Catégorie I dans le courant 2024.

Classement de meublés

L'Office de Tourisme souhaite se faire habilitier pour procéder aux visites de classement des meublés de tourisme lorsque que le changement de statut sera effectif et le dossier de catégorie I terminé (prévu fin 2024).

Mise en réseaux et actions d'accompagnement des acteurs du tourisme

Création de groupes privés sur Facebook pour faciliter la communication et générer une synergie. Organisation de réunions de réflexion sur des sujets divers, mais aussi de sessions de travail ou de formation (réseaux sociaux, taxe de séjour...)

Projets et Perspectives

Changement de locaux, aménagement des locaux existants (2023-2024-2025)

- * Aménagement des locaux existants en vue de l'obtention du label Qualité Tourisme (nouvelle ouverture, création back office...) (2023)
- * Réhabilitation du local de l'ancien bar Le Wagram pour l'installation de l'Office de Tourisme de Santa Lucia sur la RT10 pour une visibilité accrue, avec un espace d'accueil moderne repensé et une signalétique adaptée. (2024)
- * Création d'un parking et de nouveaux locaux pour le Bureau d'Information Touristique de Zonza village. (2025)

Extension du Wifi territorial gratuit (2023)

Renforcement du Wifi territorial sur Pinarello, et extension sur Fautea et dans la vallée du Cavu, en partenariat avec la société Amfisa.

Gestion des flux (2e partie)

A la suite de la mise en place de parkings et navettes dans le Cavu, à Pinarello et Viseo, un parking sera créé à Zonza village avec départ de navettes pour Bavella en saison, via Viseo.



Projets et Perspectives

Nouvelle Base de données et refonte du site internet

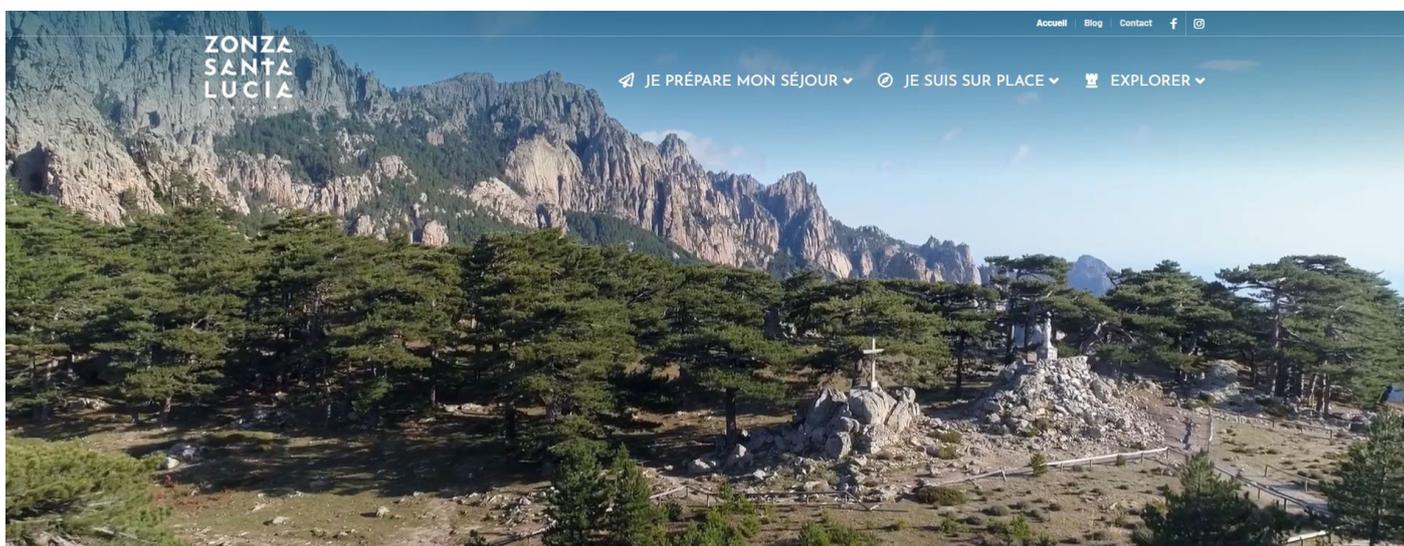
Intégration au Système d'Information Touristique (SITTCO) mis en place par l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC), et alimentation de notre site web par cette base de données (2023-2024).

Refonte de notre site internet, pensé pour les mobiles et tablettes, et adaptation des éléments visuels et ergonomiques au SITTCO tout en donnant priorité à l'expérience utilisateur.

Envoi de Newsletters via le SITTCO (saison 2023) à destination des visiteurs mais aussi des socioprofessionnels.

«**Marketing automation**» (saison 2023): déclenchement automatique de campagnes marketing en fonction des besoins, du comportement de l'utilisateur et de conditions prédéfinies. Par exemple, une semaine avant l'arrivée des vacanciers, envoi de l'agenda avec des idées balades, sorties, activités ou restaurants...

Nouvel observatoire touristique, avec des statistiques plus complètes et plus pertinentes.



Projets et Perspectives

Stratégie de communication

Une nouvelle stratégie de communication et une nouvelle ligne éditoriale seront formulées et guideront toutes les actions de communication de notre Office de Tourisme.

Réseaux Sociaux

Grâce à notre collaboration avec l'agence de Com'Uniti et au budget alloué à la sponsorisation de nos publications, la visibilité et la notoriété de nos réseaux sociaux a bien augmenté.

Pour 2023, il a été décidé de réduire notre collaboration avec l'agence Com'uniti en reprenant la main sur la page Facebook, et en laissant l'agence travailler sur une publication par semaine sur le mur Instagram.

Il a été décidé de recentrer notre communication pour l'adapter à chaque réseau social, et ainsi de limiter la promotion des partenaires à des parutions sur le mur Facebook et des stories sur Facebook et Instagram, ceci pour ne pas "polluer" le mur instagram avec des visuels de moyenne qualité.

Compte tenu de l'adhésion de nos partenaires à la campagne "piaghjà è muntagna", celle-ci sera prolongée sur l'année et non uniquement en saison, mais uniquement sur Facebook et sans sponsoriser les parutions.

Afin d'augmenter l'interaction avec notre communauté, nous créerons des jeux concours sur les Réseaux Sociaux afin d'inciter les internautes à partager leurs photos de notre territoire, notre vidéo "4 saisons" et autres publications ciblées.

Projets et Perspectives

Partenariats

En 2023, nous allons opter pour **une formule unique** de partenariat. Cette nouvelle formule permet une large promotion des structures partenaires tout en offrant un tarif raisonnable.

Cette nouvelle formule offre l'opportunité à tous les socioprofessionnels partenaires de bénéficier d'une promotion de leurs structures sur le territoire Sud Corse via le **magazine de destination Sud Corse** réalisé en partenariat avec les offices de tourisme de Porto-Vecchio, Lecci et l'Alta Rocca.

Créée dans l'esprit magazine, cette brochure met en avant les atouts de notre territoire: nature, patrimoine, culture, gastronomie, tradition, créateurs... Les activités/structures partenaires sont promues via des QR codes menant sur le site internet de notre office de tourisme.

Ces brochures sont disponibles dans notre Office de Tourisme à Sainte Lucie et ses BIT du Cavu, Zonza et Pinarello, mais aussi dans les Offices de Tourisme de Porto-Vecchio, Lecci, l'Alta Rocca, dans de nombreux salons touristiques, à l'aéroport de Figari, et au port de Porto-Vecchio...

Toutefois, dans une démarche éco-responsable, nous laissons aux visiteurs la possibilité de choisir entre une version numérique ou papier.

Des **totems**, à positionner dans chaque hébergement partenaire de l'Office seront fournis, toujours dans une démarche éco-responsable afin d'éviter la consommation excessive de brochures papier. Ils ramèneront sur notre site internet ou sur les brochures grâce à des QR codes.



Projets et Perspectives

Photothèque

Enrichissement de la **photothèque** grâce à une collaboration avec un photographe professionnel en vue de l'obtention de visuels de grande qualité conformes au Guide de marque pour une utilisation sur les réseaux sociaux (en particulier Instagram), et tous nos autres supports de communication (brochures, site internet...).

Vidéo 4 saisons

Terminer la **campagne vidéo "4 saisons"** : ajouter les éléments d'hiver dans la vidéo "automne/hiver" et des éléments humains sur la vidéo printemps/été (avec nouveau prestataire). Continuer la promotion avec de la publicité sur Facebook et Instagram. **Réaliser des teasers** (en interne) pour publication sur les réseaux sociaux (format plus adapté,)

Mise à jour et développement des supports de communication et des procédures

Mise à jour des **procédures d'accueil** existantes et création de nouvelles procédures afin de formaliser les procédures déjà appliquées (obligatoire pour la Qualité Tourisme) et de former tout entrant.

Mise à jour des **Fiches thématiques** existantes et création de nouvelles fiches afin de formaliser des réponses aux questions les plus souvent posées par les visiteurs.

Divers

Achat de **T.shirts et polos personnalisés** à destination du personnel pour une visibilité accrue de notre marque.

Acquisition d'**objets publicitaires** écoresponsables et de qualité à offrir aux visiteurs, socioprofessionnels (réunions), distribuer dans les salons...

Une équipe à votre service

La composition du Conseil d'Exploitation du SPIC

Nicolas Cucchi
Maire de Zonza et
Représentant légal
Tel: 04 95 71 40 16
mairie@zonza.corsica

Jean-Sébastien Giudicelli
Président du Conseil d'Exploitation
de l'OMT Zonza Santa Lucia
Tel: 04 95 71 48 99
tourisme.slpv@zonza.corsica

Anthony Muzy
Vice-Président élu
de l'OMT

Jean-José Corona
Vice-Président sociopro
de l'OMT

Elus

5 membres titulaires :

Monsieur Nicolas CUCCHI
Monsieur Jean-Sébastien GIUDICELLI
Monsieur Anthony MUZY
Madame Marina MILLET
Madame Dominique GERONIMI

5 membres suppléants :

Monsieur Christian GIBERT MARCHI
Monsieur Dominique PIETRI
Monsieur Paul-André COLOMBANI
Madame Marie-Thérèse BARANOVSKY
Madame Elise BARLAM

Socio-Professionnels

4 membres titulaires :

Monsieur Jean-Jacques BERNADA
Monsieur Jean-Pierre CUCCHI
Madame Liliane AGOSTINI
Monsieur Jean-José CORONA

4 membres suppléants :

Monsieur Loic LE MOULLEC
Madame Ouliana CAMILLI
Monsieur Philippe MUZY
Monsieur Anthony ROBERT CARLI

Ouverture:

Office Municipal de Tourisme de Sainte Lucie de Porto-Vecchio:

D'octobre à mai : du lundi au vendredi.
En juin et septembre : du lundi au samedi.
En juillet et août : du lundi au dimanche.

Bureau d'information de Zonza: d'avril à fin octobre

Bureau d'information du Cavu: de juin à septembre

Bureau d'information de Pinarello: de juin à septembre

Une équipe à votre service

Sandra Agostini

Directrice



Mise en application des politiques de développement touristique, gestion et représentation de l'Office Municipal de Tourisme et des BIT, développement des partenariats, management des équipes, taxe de séjour, déclaration de meublés de tourisme, relation partenaires, conception et réalisation d'éditions, supports de communication, réalisation de la campagne de partenariat hébergeurs, montage de dossier classement de l'OMT, de la Commune, de la marque Qualité Tourisme et autre...

Céline Meyer

Promotion - Communication



Gestion des outils numériques, gestion du site internet, développement des réseaux sociaux, promotion, conception et réalisation d'éditions, relations presse et influenceurs/bloggers, supports de communication, réalisation de la campagne de partenariat activités, restaurants, bien-être...

Nadine Lindner

Accueil - Qualité



Mise à jour des statistiques, des bases de données, traductions, suivi de la politique qualité avec traitement des réclamations et gestion des questionnaires de satisfaction, formation des saisonniers, gestion des demandes par email, accueil physique et téléphonique, participation à la campagne de partenariat par l'émission des reçus...

Georges Gibert Marchi

Accueil - Photos



Photos, gestion de la photothèque, vidéothèque, prises de vue et réalisation de teasers, gestion des demandes par email, formation des saisonniers, accueil physique et téléphonique, participation à la campagne de partenariat par les relances socio-pros.....

Sylvain Tronguet Marty

Accueil



Gestion des demandes par email, gestion des stocks de brochures, formation des saisonniers, accueil physique et téléphonique, participation à la campagne de partenariat par les relances socio-pros...

Et jusqu'à 10 saisonniers répartis sur nos 4 lieux d'accueil

ZONZA SANTA LUCIA

T U R I S I M U

Office de Tourisme de Zonza
Santa Lucia di Portivechju



04 95 71 48 99



www.zonza-saintelucie.com
tourisme.slpv@zonza.corsica



@zonzasantaluciatourisme



Zonza Santa Lucia Tourisme

**Pinarello**
Village Marin



Com. di l'Alta Bocca