

Ouest
Corsica



*Office de Tourisme Intercommunal
Ouest Corsica*

RAPPORT D'ACTIVITES 2018

RAPPORT D'ACTIVITES 2018

Organiser, fédérer et développer le tourisme sur la Communauté de Communes Spelunca-Liamone sont les missions confiées à l'Office de Tourisme intercommunal Ouest Corsica.

Pour remplir ces objectifs et obtenir des résultats positifs, l'OTIOC doit disposer du soutien de tous les acteurs touristiques, qu'ils soient bénévoles, professionnels, techniciens ou élus.

Issu du regroupement de 5 anciens offices de tourisme ou bureau d'information, l'OTIOC dispose de personnel qualifié et avec de l'expérience. Chaque année, l'office de tourisme tient compte des tendances nationales du tourisme, des comportements et attentes de la clientèle, ainsi que des souhaits et aspirations des professionnels du tourisme du territoire pour développer des actions en adéquation avec tous.

Le rapport d'activité présenté cette année est le témoin du nouveau dynamisme du tourisme de la région Ouest Corsica.

Que ce soit en termes de structuration de l'offre, de communication, de promotion et de commercialisation, les partenaires de l'Office de Tourisme Intercommunal Ouest Corsica ont tout à gagner à répondre présents pour mettre en place des actions originales et d'envergure.

Cette année 2018, année de création et de transition, a permis de préparer les prochaines échéances à venir avec, entre autres, la mise en place d'une politique qualité, la création d'une nouvelle image, le développement d'un service de classement des meublés, le développement et l'optimisation des outils numériques.

Vous trouverez dans ce document le détail des actions menées en 2018 par l'Office de Tourisme Intercommunal Ouest Corsica.

RAPPORT D'ACTIVITES 2018

Le 2 mars 2018, l'Office de Tourisme Intercommunal Ouest Corsica (OTIOC) est devenu une entité à part entière auprès du tribunal de commerce. Devant l'urgence que représentait l'arrivée imminente de la saison et le manque de moyens disponibles immédiatement, l'OTIOC n'a pas pu entreprendre les actions qu'il s'était fixé. Le bilan 2018 des actions entreprises par l'OTI est un bilan essentiellement composé de recherches et études en internes, mais aussi de beaucoup d'administratif et de transferts de nombreux contrats qui ont mobilisés 2 personnes pendant près de 3 mois.

LES ACTIONS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION

Les actions promotionnelles

Aucune action promotionnelle n'a été faite directement par l'OTIOC en 2018. Néanmoins, il a programmé pour début 2019, le Salon des Vacances de Bruxelles (Belgique), salon grand public et professionnels de 5 jours sur une cible de clientèle importante sur notre territoire

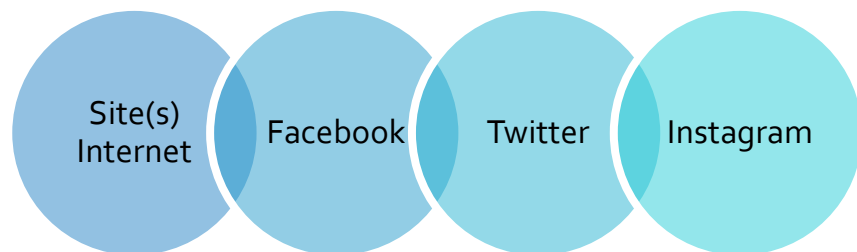


Les actions de communication

En 2018, une première ébauche de changement dans la charte visuelle a été entreprise. L'idée était de revenir aux couleurs du logo d'origine (vert et bleu) représentant mieux notre territoire dans sa dimension mer/montagne complémentaire et symboliquement en adéquation avec l'image de ressourcement que l'OTIOC souhaite développer et véhiculer. L'axe choisi pour cette nouvelle campagne tourne donc autour du ressourcement avec un slogan simple "Ressourcez-vous !". Cette thématique a été choisie comme axe principal dans le développement du projet d'accueil d'influenceurs travaillé en 2018 et prévue pour Pâques 2019.

De nombreux contacts presse ont été traités par téléphone et/ou mail cette année (une vingtaine environ) avec plus ou moins d'impact direct. Le développement et la recherche de moyens pour accroître la visibilité de la région Ouest Corsica dans les médias fera l'objet d'une étude pour 2019.

Internet et les réseaux sociaux



- Accompagnement Stratégie numérique

Un accompagnement a été entrepris pour analyse de l'ensemble des supports existants et l'utilisation qui en était faite en matière de communication digitale.

Après une phase d'analyse et de prise de décision, une stratégie digitale sera déterminée et des objectifs de résultats seront fixés. Projet qui doit se poursuivre a minima jusqu'à fin 2019.

- Les réseaux sociaux

Les nombreux supports ont là aussi été analysés. Un meilleur usage des réseaux sociaux a été entrepris et une ébauche de politique éditoriale faite. Désormais, sur Facebook, la page Ouest Corsica sera dédiée à la promotion du territoire. Une page agenda sera spécialement créée pour promouvoir les événements se déroulant dans la région. Le but étant de créer un véritable engagement des fans plutôt que la simple augmentation du nombre de like, permettant ainsi de pouvoir toucher un plus grand nombre de personnes sur nos publications.

La page Instagram Porto Tourisme a été transformée en Ouest Corsica permettant de conserver la petite base d'instagrammers constituée.

Une stratégie e-marketing devra être pensée et globalisée pour une meilleure animation de ces réseaux, en conformité avec les attentes des utilisateurs et les objectifs de l'OTIOC. Cependant le manque de temps consacré par le personnel dédié pourra freiner une utilisation optimale de ces réseaux.

- Multisupports internet

Des sites internet différents et plus ou moins vieillissants, de grandes disparités de fréquentation et référencement, des choix de communication différents, c'est le constat effectué. En 2018, les sites internet ont été conservés en l'état pour suite d'analyse mais devront être supprimés d'ici juin 2019 pour ne conserver que le site ouestcorsica.com. Une simple redirection sur les anciennes adresses sera effectuée.

En attendant une refonte totale du site internet espérée pour 2020, le site internet a subi de légères restructurations permettant un meilleur référencement naturel. Une étude sur une maintenance visuelle plus moderne est en cours.

L'administration du site est toujours faite par l'office de tourisme, mais est encore dépendante de la syndication avec l'ancien système d'information touristique régional ce qui permet une actualisation journalière.

RAPPORT D'ACTIVITES 2018

Les éditions

Un seul dépliant a été édité en 2018 du au manque de fonds. Un travail a été fait à partir de la fin de l'été pour la conception d'une carte touristique du territoire.

La boutique

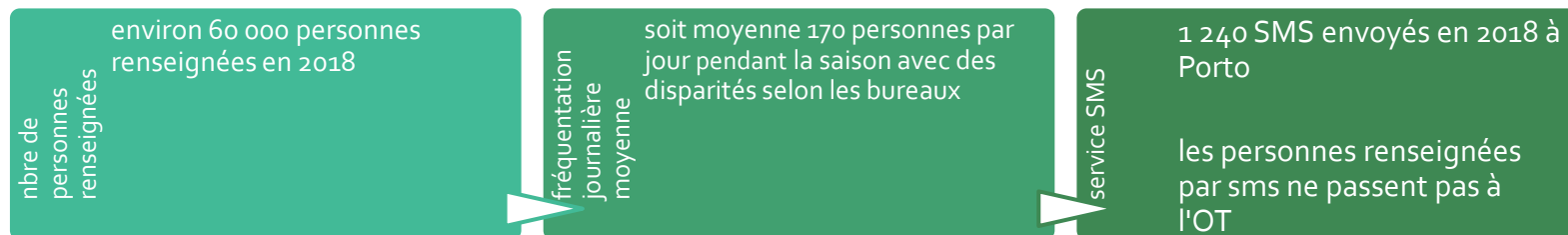
Un inventaire des produits boutique a été fait dans le but d'harmoniser la présence des produits vendus sur tous les bureaux. Malheureusement, des problèmes techniques avec un commande fournisseurs n'ont pas permis la mise en place de la régie dans l'ensemble des bureaux.

Pour 2019, une véritable harmonisation de la boutique sera étudiée.

L'ACCUEIL GRAND PUBLIC

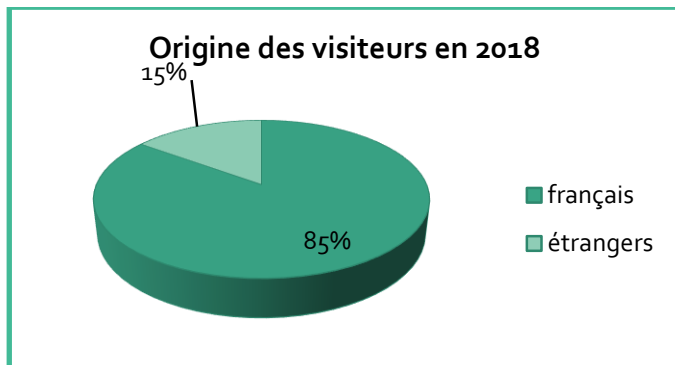
La fréquentation touristique

- Les chiffres clés 2018



Les chiffres présentés sont relatifs au travail de l'office de tourisme à l'accueil mais celui-ci n'est plus seulement le travail qui est aujourd'hui fait. Il ne se cantonne pas simplement à l'accueil des personnes au comptoir, mais il fait prendre en compte les renseignements donnés via les autres supports qui représentent eux aussi un volume de temps de traitement important (appels, mails, messages sur réseaux sociaux, SMS, site internet...). Il est préférable et plus juste de parler en nombre de personnes renseignées. Ainsi une nouvelle comptabilisation sera faite dès 2019.

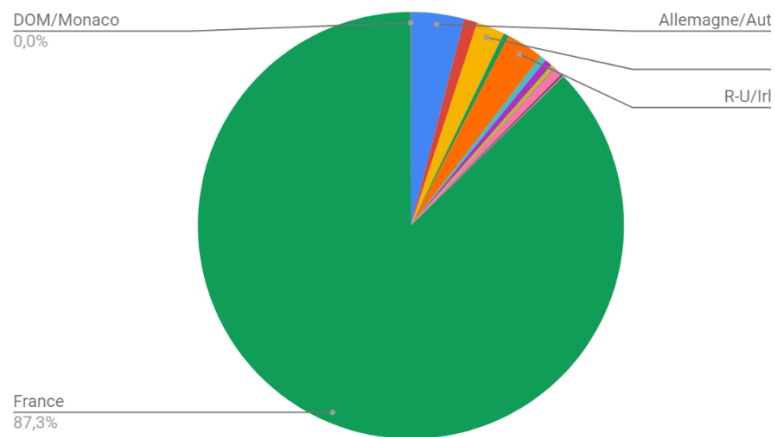
Fréquentation totale sur l'ensemble des bureaux



Top 5 des clientèles en provenance de France :

- ⇒ Ile-de-France
- ⇒ Bretagne
- ⇒ Auvergne-Rhône-Alpes
- ⇒ Occitanie
- ⇒ PACA

Cargèse, Evisa, Piana, Porto et Sagone



Top 5 des clientèles en provenance de l'étranger :

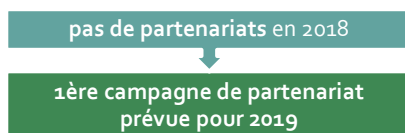
- ⇒ Allemagne/Autriche
- ⇒ Belgique/Luxembourg
- ⇒ Italie
- ⇒ Royaume-Uni/Irlande
- ⇒ Pays-Bas

Informations générales sur les actions faites ou reportées

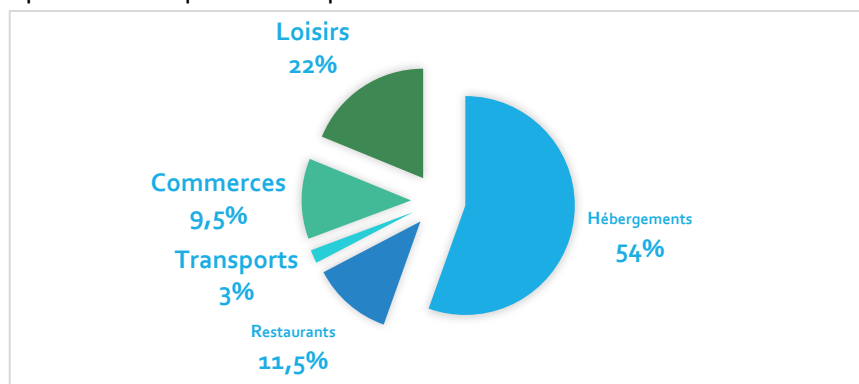
- Système d'Information Touristique = projet d'acquisition d'une base de données touristiques a été suspendu dans la mesure où l'Agence du Tourisme de la Corse a acquis une nouvelle solution et va la mettre à disposition des OT. De fait, la refonte du site est reportée. De simples maintenances correctives. Il en découle une refonte minimaliste du site internet existant. Dès mise en place du nouveau SIT par l'ATC, un nouveau site internet devra être commandé.
- Uniformisation de l'accueil = partiellement faite. Tout ce qui a pu être mis en place dans l'urgence et avec pas ou peu de budget a été fait. Toute la partie acquisition de nouveau mobilier et communication promotionnelle et signalétique a été reporté faute de budget.
- Photothèque/vidéothèque : en cours en interne. Mise à disposition d'une partie à destination des professionnels reportée à 2019. Acquisition en externe prévue en partie sur 2019.
- Accompagnement numérique : partie diagnostic achevée. Mise en place de la stratégie en cours.
- Promotion/Communication : récupération et mise à jour de la base existante. Pas d'opération presse faute de budget, mais des contacts pour des reportages pris. Opération influenceurs programmée pour Pâques 2019.
- Développement des filières : réflexions essentiellement concentrées autour de la filière Tourisme, Spiritualité et Ressourcement. Projet de coordination concernant les activités de pleine nature (randonnées) + projet de nouvelle édition randonnée
- Commercialisation : reprise de la solution de vente en ligne sur le site + à disposition des professionnels. Immatriculation Atout France à envisager plutôt dans les 3 à 5 ans à venir selon l'évolution de l'OTI. Formation de 2 conseillères en séjour au classement des meublés de tourisme. Audit d'habilitation de la structure à prévoir en 2019.
- Cible enfants/famille : projet mis de côté faute de temps et de budget.
- Accueil mobile : Préprojet effectué. Premier calendrier étudié Approfondissement du coût, des prestataires de l'opération et de la charte d'utilisation à faire. Convention de mise à disposition à finaliser et faire vérifier par juriste.

RAPPORT D'ACTIVITES 2018

LES PARTENAIRES



Répartition des partenaires par activités



Pour 2018, aucune campagne de partenariat n'a été entreprise dans la mesure où la structure n'avait pas encore été créée. En fin de saison et malgré une saison jugée plutôt mauvaise et sa création très récente, l'OTIOC a lancé sa première campagne de partenariat pour la saison 2019. Il est à noter tout de même une faible participation des socioprofessionnels. Pour inciter davantage les professionnels à travailler avec l'OTIOC, l'office devra recréer une relation de confiance et réfléchir à une nouvelle stratégie à adopter auprès de ses partenaires.

Comme toujours, l'ensemble des prestataires connus de l'office de tourisme sont démarchés sur l'ensemble des 33 communes composant la zone de chalandise de l'OTIOC.

Un ensemble de services a été préparé pour mise à disposition en téléchargement sur le site internet dès création de la partie ESPACE PRO :

- création des fiches pratiques à destination des professionnels et/ou de leur personnel et/ou de leur clientèle
- diffusion des études et autres rapports
- section statistiques avec un questionnaire à destination des professionnels ainsi que les diverses statistiques de l'OTIOC
- espace PRESSE avec les dossiers de presse (une nouvelle édition des dossiers de presse est en cours)
- section Marchés publics

Un ensemble de nouvelles fiches est à l'étude pour une éventuelle mise en place courant 2019.