

Bastia

# Office de tourisme : « Si stà bè ind'è noi », pour vivre un bel été

Par: Hélène Romani

Publié le: 24 juin 2020 à 17:45

Dans: Economie



*Christian Buffa*

**Au plus près des socioprofessionnels pour participer à la relance de l'économie touristique à travers une grande campagne digitale destinée à la population régionale. Objectif, inciter les locaux à séjourner et consommer sur leur territoire**

On attend beaucoup de la remise en service dès vendredi, de l'aéroport d'Orly qui devrait logiquement donner le coup d'envoi de l'été mais les professionnels du tourisme demeurent circonspects. Les premiers frémissements de réservations en cette fin de mois de juin ne permettent pas encore de se projeter plus avant. Les hôteliers n'en sont pas moins mobilisés, prêts à tout mettre en œuvre pour sauver la saison.

L'office intercommunal du tourisme de Bastia n'est pas resté inactif non plus ces dernières semaines, un plan d'actions de rebond a été élaboré pour soutenir et accompagner les socioprofessionnels, redynamiser l'économie locale en incitant les résidents à séjourner sur le territoire et consommer localement.

Ce plan de sortie de crise s'articule notamment autour d'une campagne digitale destinée à la population régionale et d'actions de proximité englobant les hôtels, cafés, bars et restaurants.

« Ensemble, vivons un bel été... Si stà bè ind'è noi », c'est le slogan incitatif de la campagne digitale que les abonnés de l'office de tourisme ont pu visionner dès la mi-mai sur Facebook et Instagram, une invitation à découvrir ou redécouvrir leur territoire et un message aussi adressé aux insulaires qui peuvent être les premiers acteurs de cette relance tant espérée.

## « Le temps presse »

*« L'idée est de donner un supplément d'âme au produit hôtelier en favorisant le circuit court, expliquait Véronique Valentini-Calendini, directrice de l'OTI, lors d'une conférence de presse sur la superbe terrasse panoramique de l'hôtel Calavita, route du Cap, à San Martino di Lota, en présence de Rose-Marie Marchioni, chargée de mission et des hôteliers. Nous appelons les locaux à se montrer solidaires, à prendre leur part à la redynamisation de notre économie. Le temps presse, la saison sera très courte et la concurrence rude au plan des tarifs à l'échelle internationale. »*



Élément phare de cette démarche qui s'adresse notamment aux jeunes, aux couples et aux familles, le teaser diffusé depuis le 7 mai a été vu par plus de 30 000 personnes. Réalisé avec le concours de l'agence AGEF à partir de la vidéo promotionnelle Dolce Vita en Pays Bastiais, ce support permet aussi de toucher la diaspora.

*« Son lancement a été suivi de campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux à travers lesquelles sont dévoilés des visuels évoquant la richesse et la diversité de l'île et l'offre en matière de contenu séjours, soulignait-elle.*

*« Le message est clair : nul besoin d'aller chercher ailleurs ce que nous avons chez nous. Les Corses voyagent beaucoup, en cette période particulière, nous voulons les encourager à privilégier la proximité cet été. »*

## **Des remises de bienvenue**

Dans cet esprit, un jeu concours est proposé chaque semaine, récompensé par des nuits d'hôtels, des activités, des pièces de créateurs et des paniers de produits régionaux.

Cette campagne bénéficiera à tous les professionnels, une dizaine d'hôteliers de l'agglomération bastiaise s'y sont plus étroitement associés en proposant une offre spéciale pour les résidents qui se verront offrir une remise de 15 % sur le tarif d'une chambre, mais aussi des petits-déjeuners, un cadeau de bienvenue ou des places pour les visites Légendines et Bastia in Cantu proposées par l'office de tourisme.

Les offices de tourisme de Calvi, L'Île-Rousse et Porto-Vecchio, membres du Cluster Littoral d'Atout France ont adhéré à cette démarche, adoptant cette volonté commune d'utiliser la force de frappe des réseaux sociaux (110 000 abonnés pour les 4 OT) pour valoriser l'offre touristique.

Le grand public participe déjà activement en postant des photos d'expériences, de lieux, d'activités ou de restaurants préférés avec le #Si stà bè ind'è noi ou en utilisant des stickers spécialement créés. Les professionnels, quant à eux, disposent d'une vitrine promotionnelle supplémentaire en partageant leurs offres avec le #offreSSBIN.

## « Un troisième hiver... »

Les hôteliers associés à cette campagne se réjouissent de ces initiatives tout en exprimant leur inquiétude, *« il y a toujours un aspect positif dans une crise et ce partenariat en est l'exemple, confie Hugo Allegre de l'hôtel-restaurant Calavita, ce tarif résident est un message de bienvenue à l'adresse des locaux.*

*« Le taux d'occupation du mois de juin a été limité à 10 % et nous abordons la saison sur un planning à zéro.*

*«Nous maintenons une bonne activité grâce à la restauration, mais ce n'est pas le cas de tous les professionnels. Les réservations se font lentement, la situation reste fragile, il faudra du temps pour rétablir la confiance» .*

Même sentiment de Dominique Giudicelli pour les hôtels *Port Toga* et *Lido de la Marana* qui affichaient 80 % d'occupation en juin 2019, contre 10 % cette année :

*« Le retard sera difficile à compenser; la saison n'a pas démarré en raison de l'insuffisance des transports alors que des packs ont été proposés dans de nombreuses régions mais pas en Corse ! À ce jour, nous n'avons aucune visibilité pour recruter du personnel. De fait, je me projette au 15 juillet pour mettre les effectifs en place, ce qui est très tardif. Nous restons très déterminés, tout en sachant que les mois à venir seront difficiles. L'hôtellerie va connaître un troisième hiver... »*

## **Des dates à retenir**

Les cafés et restaurants ne sont pas oubliés dans cette campagne, des événements sont programmés pour stimuler la fréquentation les jeudis 16 juillet et 6 août.

La place Saint-Nicolas sera le théâtre de *Si stà bè in Piazza*, deux dates axées sur la valorisation régionale avec un showroom dédié aux créateurs insulaires et la mise en lumière d'artistes. À noter aussi : une soirée animée par Thomas Bronzini et ses musiciens est prévue le jeudi 30 juillet sur le kiosque à musique qui vient d'être rénové.

Enfin, chaque vendredi soir à compter du 10 juillet, l'office de tourisme proposera une soirée musicale sur les rooftops des hôtels partenaires de la campagne.

*Parmi les hôtels partenaires, Calavita, Storia, Alivi, Best Western, Les voyageurs, Bonaparte, Port Toga, Lido Marana, Ostella, et Pietracap*