



BONIFACIO

Note d'opportunité

Stratégie de promotion et de communication « L'utopie d'aujourd'hui est la réalité de demain »

Cette phrase de Yann Arthus Bertrand est un bon préambule pour se demander quel est notre rêve pour Bonifacio demain.

Le tourisme durable est aujourd'hui passé d'une niche réservée à un microcosme militant à une tendance profonde de société touchant un public large et varié. Une évolution de comportement qui apporte dans son champ, des impacts positifs profonds sur les économies locales et la qualité de vie des habitants.

Notre territoire porte en lui cette authenticité et ces richesses naturelles nécessaires à répondre à cette nouvelle demande. Nous avons une carte à jouer pour devenir les pionniers de cette nouvelle économie touristique.

Éléments de réflexion

Contexte mondial : Actuellement, la demande pour un tourisme durable est en pleine expansion

Une étude d'Atout France a identifié les nouvelles sensibilités qui se dessinent, les motivations et les profils de consommation des touristes d'aujourd'hui et de demain.

On dénombre des éléments de motivation liés à des avantages personnels... :

Le plaisir de consommer local : Un restaurant proposant des produits uniquement locaux ou de saison : 90 % des personnes interrogées se déclarent intéressées ou très intéressées.

La découverte d'une nature préservée : Les activités dans la nature comprenant de l'information sur la faune et la flore : 84 % des personnes se déclarent intéressées ou très intéressées.

Le no stress, no pollution, du « sans voiture » : Une destination sans voiture [parking surveillé avec possibilité de mise à disposition de voitures électriques et de vélos] : 84 % des personnes se déclarent intéressées ou très intéressées. ...

Et des motivations liées à des avantages plus collectifs

L'économie territoriale : Une activité s'engageant sur la redistribution de retombées économiques aux populations locales : 86 % des personnes se déclarent intéressées ou très intéressées.

La prise en compte de l'environnement : Un hébergement qui a inscrit le respect de l'environnement dans son mode de construction : 82 % des personnes se déclarent intéressées ou très intéressées.

Le plus grand outil de réservation en ligne, Booking.com, plateforme certes controversée, confirme cette tendance. Un sondage révèle que 87 % des voyageurs expriment leur désir de voyager de façon durable et 72% mentionnent qu'il faut agir maintenant, ce qui est particulièrement vrai pour ceux âgés entre 46 à 55 ans et pour les millénariaux. Toujours selon cette étude, ceux qui s'engagent à voyager de façon durable le font non seulement par principe, mais aussi pour ajouter une expérience positive à leurs vacances. Démarche intéressante qui permet de toucher également des personnes qui ont, eux aussi, cette recherche d'activités alternatives et innovantes. Des activités qui leur permettent de réinventer leurs vacances.

Parmi les activités privilégiées, on trouve :

Acheter des produits locaux (53 %);

Utiliser un transport collectif plutôt qu'un taxi (52 %);

Dénicher un restaurant qui n'utilise que des produits locaux (41 %);

Sortir des sentiers trop touristiques (40 %);



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr





Choisir un hébergement unique et certifié écoresponsable (30 %).

Le tourisme évolue, les indicateurs sont là et la crise sanitaire accélère cette tendance

Cette transition, exacerbée par la crise sanitaire due à la COVID 19, a bousculé profondément la hiérarchie des valeurs de chacun. Elle s'exprime aujourd'hui vers plus de conscience des enjeux environnementaux, d'une quête de sens et d'authenticité, d'une préférence à vivre des expériences plutôt que de posséder et à privilégier les rencontres plutôt que la consommation rapide. Les offres durables éclosent de partout, répondant à ces nouveaux besoins et construisent de nouveaux possibles pour les voyageurs.

Atout France est très clair « Intégrer progressivement les critères de durabilité dans l'offre, apparaît comme une stratégie majeure pour l'avenir ».

Bonifacio possède tous les potentiels

Dans ce contexte, la destination Bonifacio et ses professionnels ont une opportunité réelle pour devenir des leaders dans cette transition et pour proposer des voyages et des prestations fondés sur les nouvelles valeurs des consommateurs. Bonifacio possède tous les potentiels et les atouts : des produits alimentaires et identitaires d'excellence grâce à la typicité de son terroir et de ses savoir-faire ancestraux, une culture locale forte, un patrimoine matériel et immatériel très riches, une nature, une mer et une biodiversité préservées, exceptionnelles et unique au monde et des professionnels reconnus déjà engagés dans la démarche.

L'OMT de Bonifacio peut accompagner ce mouvement

- En révélant autrement, avec plus de profondeur et de récit, nos paysages, nos richesses naturelles, notre histoire.
- En intégrant l'angle de la durabilité dans la description de nos offres
- En révélant d'autres richesses autour du terroir, de la campagne, de notre territoire d'oliviers centenaires
- En valorisant de nouvelles offres mettant en avant l'authenticité toujours avec élégance
- En rendant l'offre touristique plus accessible et visible et en renforçant la capacité de notre territoire à innover, à être créatif dans sa proposition d'expériences pour nos visiteurs
- En sensibilisant l'écosystème touristique de Bonifacio à ces nouvelles aspirations et en proposant des solutions durables
- En adaptant la commercialisation et la communication à la dimension novatrice du développement durable

Ces propositions permettront d'enrichir l'offre, d'être compétitif et attrayant. Cette capacité de réinvention, d'innovation est un levier pour diversifier et capter de nouvelles clientèles, fidéliser la clientèle de proximité et ainsi créer de nouveaux flux économiques et touristiques.

Nous allons faire évoluer le positionnement de notre destination et de notre stratégie de communication.

2021 peut marquer une transition phare **pour Bonifacio pour devenir la destination touristique durable de Méditerranée !!!**

Contexte local : Une ambition politique locale clairement affichée pour faire face à ces enjeux

globaux. Orientation vers un développement économique et touristique durable et responsable en s'appuyant sur un projet de territoire :

= Bonifacio : Terre Exemplaire, Laboratoire de Demain

- Bonifacio sans plastique : Supprimer le plastique de l'offre sur l'intégralité du territoire
- Vers une production agricole auto-suffisante, biologique et labellisée
- Mobilité verte et douce : mise en place d'une flotte verte et écoresponsable



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scamaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr





- La Charte de Bonifacio : feuille de route pour la ville qui sensibilise aussi les touristes aux enjeux de leur séjour sur une île et à Bonifacio
- Centre d'innovation : un lieu de rencontre, d'échange et d'éducation qui ferait de Bonifacio un laboratoire d'innovation

= **Bonifacio dans une démarche d'Opération Grand Site de France** qui répond aux enjeux suivants :

- Garantir la préservation des paysages et l'épanouissement des résidents d'aujourd'hui et de demain,
- Partager une approche durable et innovante de gestion du territoire dans l'objectif de préserver les paysages remarquables soumis à de fortes pressions
- Améliorer l'accueil sur le territoire dans toutes ses composantes : mobilité, valorisation patrimoniale, valorisation des productions locales...
- Accompagner un développement économique qui soit en adéquation avec le respect des sites, des paysages et leurs habitants.

= **Bonifacio, produire et consommer local - circuit court alimentaire**

- Agir sur les activités agricoles, élevage et pêche faisant la promotion de la gastronomie corse/bonifacienne et des circuits courts
- Favoriser et assister le développement des circuits de production et de distribution alimentaire locaux vers l'hôtellerie & la restauration
- Aller vers une consommation locale et responsable : alimentation de produits de qualité, de circuit court, de saison, certification AB

= **Bonifacio, destination écotouristique – DestiMED+**

- Créer des produits écotouristiques de haute qualité et à faible impact environnemental au sein de la Réserve Naturelle des Bouches de Bonifacio et des grands espaces naturels du territoire.
- Incarner des exemples de bonnes pratiques en termes de commercialisation de produits écotouristiques
- Cibler les clients sensibles à la préservation de l'environnement et à des activités expérientielles
- Accompagner les professionnels vers l'excellence en répondant au cahier des charges exigeant « zéro empreinte écologique »

Positionnement touristique de Bonifacio/projets 2021

Enjeu. La communication de l'OMT doit répondre à cette tendance croissante d'un tourisme durable et refléter le positionnement durable de la Ville.

L'enjeu de la nouvelle stratégie de promotion et de communication est de faire évoluer l'image « carte postale » de Bonifacio et de présenter notre destination avec cette nouvelle approche, basée sur l'affirmation de l'esprit des lieux de nos grands paysages (nature, mer et biodiversité), l'accès à des offres durables, la révélation d'offres innovantes avec ses expériences atypiques autour de la campagne, de découvertes de terroirs, de l'authenticité, en lien avec son identité, son histoire et ses Hommes et respectueuse de ses habitants et de ses paysages.

Cette nouvelle ambition doit ainsi figurer sur l'ensemble des outils et supports de promotion utilisés par l'OMT dans sa stratégie d'image. Chaque action de communication engagée par l'OMT devra être réalisée sous cette nouvelle bannière et sera en synergie avec les outils de communication de la Ville et de Bonifacio Marina.



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scamaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr





Axe stratégique de communication : travailler sur la performance marketing du nouveau positionnement de la destination

Objectifs :

- Faire évoluer l'image de Bonifacio et s'adresser avec conviction à des nouvelles cibles de clientèles
- Faire évoluer les motivations de visites
- Améliorer la e-réputation de la destination via une stratégie multicanal basée sur de nouveaux contenus de promotion
- Encourager au séjour toute l'année
- Donner du sens à nos services et produits touristiques
- Donner envie de séjourner sur le Territoire grâce à la mise en avant d'idées de séjours originaux
- Référencer la destination, lieu de séjour et de vacances auprès des opérateurs de voyages
- Valoriser des produits privilèges, qualitatifs en petits groupes et mini-groupes
- Montrer autre chose que les incontournables
- Proposer des expériences à vivre au travers de rencontres et pratique d'activités expérientielles
- Définir des couples marchés/produits = marketer les offres pour des segments de clientèles pré-définies
- Développer l'attractivité sur les ailes de saison

Actions sur le www.bonifacio.fr

- Rédiger une nouvelle **stratégie éditoriale** correspondant à une charte et des codes de langages qui lui sont associés pour traduire le nouveau positionnement.
- **Refonte du site internet**, vitrine numérique de Bonifacio, en lien avec le nouveau positionnement de la destination et des attentes et comportements des clientèles : mise en avant des prestataires engagés et les expériences green à valoriser et/ou à créer
- Renouvellement et **production de contenus** de promotion et de conviction (argumentaires) autour d'une **ligne éditoriale** « de positionnement » en s'appuyant sur les thématiques sur tout le site : Home page, « expériences »
Ex du Terroir : produits du terroir bonifacien, produits de saison, permaculture, biologique, raisonnée, pêche durable, préservation des richesses de notre terroir, préservation de nos richesses naturelles, Bonifacio est un écrin naturel
Ex sur l'Histoire : Promouvoir le label Ville d'Art et d'Histoire, Bonifacio médiéval, la pierre bonifacienne, Ulysse, le Roy d'Aragon, les confréries, la gestion de l'eau...
- **Cartographie** : améliorer la navigation, localiser tous les acteurs, améliorer les fonctionnalités, positionner les produits touristiques, changer de fond de carte,
- Générer des pages de contenus valorisant de **nouvelles offres** sous l'axe du nouveau positionnement que les prestataires pourraient intégrer directement (et simplement) à leur site internet respectif via l'intégration de widget.
- Entrées segments et offres de séjours
- Entrées « pros »

Actions social-médias

- Développer une **stratégie social-médias** associant le visiteur dans la production de contenus : communication personnalisée, partage d'expériences (exemple d'opérations type concours Instagram ou implication de blogueurs).
- Continuer à concentrer les efforts de notre stratégie sur les espaces et supports qui offrent une visibilité et des taux d'engagements les plus opportuns.
 - **Instagram** pour regrouper une communauté autour de contenus visuels



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scamaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr





BONIFACIO

- Créer nos propres contenus, des vidéos avec des portraits de producteurs, de commerçants, d'hôteliers... Etoffer les légendes, alterner anecdotes/ histoire/ recettes / récits mettant en valeur nos paysages avec des mots clés
- Mettre des stories à la une : agenda, à ne pas manquer, consommer local, expériences green, visites guidées...
- Publier des stories éphémères : repost influenceurs/visiteurs en instantané, repost stories Mairie/Port pertinentes pour les visiteurs, repost stories des producteurs, restaurateurs...
- Créer des RDV et animations pour une interactivité : jeux, anecdotes, QCM, Wall papers
- Valoriser nos idées de séjours
- S'appuyer sur des ambassadeurs pour des prises de parole : influenceurs locaux, balade avec un guide conférencier, un producteur, un guide de moyenne montagne

- **Facebook** pour réunir sa communauté, l'informer et l'inviter à s'engager :

- Mettre en place un planning éditorial
- Continuer à mettre des vidéos de prestataires à mieux les cadencer par la création de RDV
- Privilégier les albums photo avec une légende qui raconte...
- Posts focus sur les thématiques : nature, terroir, gastronomie, histoire, rencontre d'un savoir-faire...
- Animer la communauté en la faisant réagir (poser des questions)
- S'appuyer sur des ambassadeurs pour des prises de parole : influenceurs locaux, guide
- Offres de séjours et activités

- **Twitter** pour une communication instantanée et de l'information immédiate.

- Tweet idée de séjour avec lien vers le site
- Tweet sur nos pépites
- Retweet presse
- Retweet mairie

- **Youtube** pour regrouper l'ensemble des contenus vidéos liés à la destination.

- **LinkedIN** pour reprendre les offres de séjours, les activités

- En veillant à l'e-réputation de la destination via la sensibilisation et l'accompagnement des professionnels aux enjeux de ces nouvelles vitrines

Actions auprès des prestataires

- Soutenir le commerce de proximité, la consommation de proximité. Faciliter une consommation locale, vertueuse, inclusive, circulaire, liée aux dynamiques de l'économie sociale et solidaire... via la démarche déjà engagée de la communication #S0apertu
- Déployer l'engagement des restaurateurs sur les circuits courts. L'empreinte locale doit envahir les menus. Accompagner les restaurateurs sur la valorisation des produits du terroir, de la pêche locale ou de la pêche d'élevage label rouge sur les menus. Aider les établissements à présenter la liste des producteurs sur une ardoise
- Bâtir de nouvelles expériences, innover, être créatif, designer de nouveaux produits
- Créer un référencement commercial des offres packagées « Bonifacio par amour de la nature » auprès de distributeurs et TO qui vendent la France. Le rôle de l'OMT étant de démarcher ces distributeurs afin de faire connaître les offres.
- Assurer la vente directe en back office et front office sur des prestations sèches ou combinées à sélectionner : « les pépites »



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr





- Se lancer sur la vente directe de week-ends packagés uniquement sur les ailes de saison afin de donner envie grâce à des produits très innovants et différents de venir séjourner sur le Territoire de Bonifacio.
- Accompagner les pros dans leur montée en compétence = stratégie durable et commerciale
- Animer des groupes de travail autour des thématiques durables et commerciales
- Conventionner avec les professionnels
- Packager des produits tout au long de l'année et les mettre en avant sur le site internet, médias sociaux, communiquer sur des bases de données (actions de fidélisations), créer des newsletters destinées aux marchés cibles et les diffuser régulièrement à partir d'un plan d'actions prédéfini

Poste budgétaire

Création audiovisuelle : Prise d'image et montage de nouvelles vidéos (balade virtuelle avec les guides, présentation des producteurs, de restaurateurs, de prestataires d'activités, d'ambassadeurs) et teaser des offres séjours

= 10 000€ = 5 000€

Création graphique : des visuels d'offres produits « Bonifacio, par amour de la nature » et idées we = 5 000€

Fiches produits et manuel des ventes (fiches techniques détaillées remises aux professionnels du voyage) = 3 000€

Site internet hébergement (800€), maintenance (800€), développement carte interactive (1 000€) et spécifications techniques et fonctionnelles (2 500€) = 5 100€

Accueil presse et influenceur : 5 000€ = 3000

Editions : 5 000€ = 3758



Office Municipal de Tourisme
2, rue Scamaroni - 20169 Bonifacio
Tél. : +33 (0)4 95 73 11 88 • Mob. : +33 (0)6 12 34 59 77
Mail : direction@bonifacio.fr / www.bonifacio.fr

