

## ACTIONS DE PROMOTION 2010

Opérations proposées aux partenaires



FRANCE

## SALON DE LA PLONGEE SOUS-MARINE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : salon de la plongée sous-marine.

Lieu : Paris – hall 5 – porte de Versailles.

Type : spécialisé.

Dates : 15 au 18 janvier 2010.

Cibles : visiteurs pratiquant les activités de plongée sous-marines.

Objectifs : conforter l'image de la Corse comme destination plongée face à la concurrence du bassin méditerranéen, notamment en mer rouge.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants en 2009 : 400 exposants sur environ 15.000 m<sup>2</sup> d'exposition

Nombre de visiteurs en 2009 : 39.144 visiteurs dont 60 % visiteurs de province et 25% de nouveaux visiteurs.

### Descriptif

Au niveau national, le salon de la plongée sous-marine de paris reste la manifestation la plus importante sur cette filière d'activités. Tous les visiteurs (français et étrangers) découvrent les services, les matériels, toutes les nouveautés dans un espace dédié au monde subaquatique.

Le salon international de la plongée sous-marine de paris est une vitrine pour tout un secteur d'activité. Il tient son rôle en matière de communication et rayonne au profit de la plongée, bien au-delà du parc des expositions.

### Conseil

Seules les structures commerciales agréées s.c.a. pourront participer a cette manifestation.

### Commentaires

En 2010, le salon de la plongée est sur la thématique « des îles à l'honneur ». Chaque destination insulaire pourra proposer des animations avec le soutien des responsables du salon, tant d'un point de vue organisationnel, que dans la communication générale de l'évènement. De plus, en 2010, une exposition est prévue sur le « thème de la corse », liée a la sortie d'un ouvrage réalisé en collaboration avec Nicolas Barraque : « les 100 plus belles plongées en corse ». Sur un espace d'environ 70 m<sup>2</sup>, l'exposition présentera une cinquantaine de photos encadrées, sélectionnées parmi celles du livre qui, lui-même, sortira en avant première lors du salon de la plongée.

## SEMINAIRES BUSINESS EVENTS

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Séminaires business events

Lieu : Lyon

Type : professionnel

Dates : 21/22 janvier 2010

Cibles : organisateurs de séminaires, incentives, congrès.

Objectifs : faire connaître, véhiculer l'image de la destination sur le segment « affaires » en région Rhône Alpes.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants: 300 exposants

Nombre de visiteurs : 2500 visiteurs

### Descriptif

Workshop consacré à l'organisation des manifestations d'entreprises et du monde événementiel.

Les exposants représentent essentiellement des lieux d'événements, des destinations, des hôtels, des agences incentives et team building ainsi que des prestataires du réceptifs.

### Conseil

Principalement réservé aux professionnels du tourisme d'affaires, des congrès et des incentives désireux de rencontrer des prospects sur ce secteur.

Se munir de dossiers très complets et précis (transports, hébergements, location de salles, activités et prix).

**Responsable du dossier : Marie-Ange Battistelli - Tél : 04.95.51.77.57 / [macelli@ctc-atc.com](mailto:macelli@ctc-atc.com)**

## SALON BEDOUK MC et IT

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Salon bedouk mc & it

Lieu : Paris-expo porte de Versailles

Type : Salon professionnel

Dates : 3 & 4 février 2010

Cibles : Ensemble des décideurs en matière d'événements professionnels.  
(visitorat ciblé sur fichier qualifié).

Objectifs : Positionner la Corse en tant que destination incentive & séminaire.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 580 (dont 390 représentant le marché français)

Nombre de visiteurs : 7812 visiteurs, soit 16 % d'augmentation par rapport à l'édition précédente (source organisateurs).

### Descriptif

Rendez-vous annuel de l'ensemble des professionnels du tourisme d'affaires : les principaux décideurs en matière d'organisation d'événements professionnels se retrouvent chaque année sur le salon bedouk mc & it, qui permet un contact direct avec les principaux clients, organisateurs, de séminaires, de congrès et d'événements français et internationaux.

### Conseil

Principalement réservé aux professionnels du Tourisme d'Affaires, des congrès et des incentives, désireux de se positionner sur le segment.

### Commentaires

Typologie des visiteurs :

- 55 % corporate,
- 38 % d'agences spécialisées,
- 7 % d'associations.

Le salon bedouk mc & it constitue un rendez-vous incontournable du Tourisme d'Affaires et des événements professionnels. L'ensemble de l'offre du marché français y est représenté ainsi que de nombreuses destinations internationales : chaînes hôtelières, hôtels indépendants, châteaux, palais des congrès, agences d'événements et incentives, agences réceptives, dmc, offices de tourisme.

Responsable du dossier : Marie-Ange Battistelli - tél : 04.95.51.77.57 / [macelli@ctc-atc.com](mailto:macelli@ctc-atc.com)

## TOURISSIMA

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Tourissima

Lieu : Lille

Type : Grand public

Dates : 26, 27, 28 février 2010

Cibles : Tous publics

Objectifs : Promotion de la Corse dans la région nord, proche Belgique et Angleterre. De plus le Nord pas de Calais, au départ de l'aéroport de Lille lesquin bénéficie de liaisons régulières avec la corse. Une zone de chalandise euro régionale unique en France (franco/belge)

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants en 2009 :500

Nombre de visiteurs en 2009 :47.000 dont 2.500 visiteurs professionnels

### Descriptif

La participation à Tourissima permet d'exploiter un besoin de clientèle transfrontalier : le Nord-Pas-de-Calais représente 4 millions d'habitants. Région la plus jeune de France a majorité urbaine : 7.500.000 séjours d'une durée moyenne d'une semaine sont réalisés chaque année. Parmi eux, 70,8% sont passés a l'extérieur de la région Nord Pas de Calais. Mais le nordiste n'est pas le seul visiteur de Tourissima; la Belgique envoie elle aussi ses vacanciers potentiels : flamands et wallons, la clientèle belge étant aujourd'hui la première clientèle étrangère du salon.

### Conseil

Tourissima présente une offre qui développe et couvre trois marchés complémentaires : l'international, la France et l'Euro-région. De part son positionnement, Lille représente un grand pôle d'attraction pour les exposants, mais aussi pour les professionnels du tourisme nord européen, les 2 millions d'habitants, représentent près de 70 % des visiteurs du salon. Adapter une offre produit a ces marchés.

### Commentaires

2010 : un partenariat sera établi entre Tourissima et la destination Corse sur la thématique « nature » en partenariat entre les parcs régionaux du nord-pas de calais et le parc régional de corse.

Responsable du dossier : [Lena Franchini – tél : 04.95.51.77.62 / aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

## SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

### [Description de la manifestation](#)

Nom de l'opération : Salon International de l'Agriculture

Lieu : Paris Palais des Expositions

Type : Grand public spécialisé

Dates : du 27 février au 7 mars 2010

Cibles : Paris + toute la France (acheminement car)

Objectifs : Promotion du monde agricole, agro-alimentaire et artisanal à travers l'ensemble des activités et des filières.

### [Fréquentation 2009](#)

Nombre d'exposants en 2009 : tous les halls de la porte de Versailles

Nombre de visiteurs en 2009 : 600.000 visiteurs

### [Descriptif](#)

Promotion du tourisme vert et de l'ensemble des filières agricoles de la Corse. Six d'entre elles ont obtenu un signe officiel de qualité, elles travaillent dans le respect de l'environnement et de l'héritage des savoir-faire locaux.

### [Commentaires](#)

Cette opération est rendue possible par l'action de la collectivité territoriale de Corse qui en assure la maîtrise d'ouvrage et coordonne l'organisation entre les différents partenaires institutionnels.

**Responsable du dossier : Lena Franchini – tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)**

## LE SALON DU RANDONNEUR

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : le Salon du Randonneur

Lieu : Lyon

Type : Grand public – spécialisé

Dates : 19, 20, 21 mars 2010

Cibles : Celle des randonneurs naturellement - spécialisation de l'offre

Objectifs : Faire connaître les activités de pleine nature de notre région sur le bassin Rhône Alpes.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants en 2009 : environ 250

Nombre de visiteurs en 2009 : 12.142 visiteurs : dont : 89% sont satisfaits de leur visite.

94% se déclarent prêts à visiter l'édition 2010.

### Descriptif

Un espace « proximité » pour les offres à moins de 2h du Rhône.

Un espace « évasion » pour les offres sur le reste de la France et du monde. Une implantation qui facilite le parcours des visiteurs et améliore la qualité des contacts.

Comme en 2009, pour maintenir la qualité des contacts entre exposants et visiteurs, la surface de stand commercialisée sera limitée à 1.400 m<sup>2</sup>.

### Commentaires

Le salon du randonneur s'appuie sur des partenaires de qualité sélectionnés en adéquation avec les objectifs des exposants.

- Partenariat media : tlm, le progrès, Lyon plus et nostalgie
- Partenariat institutionnel : fédération française de randonnée pédestre Rhône-Alpes,
- Accompagnateurs de montage, fédération Rhône-Alpes de protection de la nature.
- Marketing direct auprès de 70.000 randonneurs potentiels
- Annonces presse, télévision, radios
- Le site internet du salon met à disposition du public une base de données sur la randonnée et la balade, ouvert gratuitement aux participants. Il leur permet de promouvoir tout au long de l'année leurs produits et destinations.

**Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)**

## CARREFOUR C.E. PARIS

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Carrefour CE Paris

Lieu : CNIT la Défense

Type : Salon professionnel

Dates : 23 au 25 mars 2010

Cibles : Responsables comités d'entreprises

Objectifs : Faire connaître aux 6.936 c.e. et à travers eux, aux 4.006.640 salariés qu'ils représentent, la destination « corse ».

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants en 2009 : 450

Nombre de visiteurs en 2009 : 7.319 visiteurs et 2.435 sociétés représentées.

### Descriptif de l'espace corse

Le salon carrefour CE de Paris comprend un espace d'exposition, des salles de conférence et une salle de congrès pour les représentants du personnel.

### Conseil

Prévoir des « flyers » avec des offres promotionnelles spéciales C.E.

### Commentaires

Indépendamment du bassin de clientèle paris Ile de France, participer au salon C.E de paris permet avec leur site « dedishop » de rester connecté tout au long de l'année au marché des C.E.

26.000 élus connectés par mois et plus de 700 fournisseurs référencés. De plus, un espace nouveautés pour présenter des offres exceptionnelles toute l'année.

Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

## Destination Nature Salon de la Randonnée et des Sports

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Destination Nature Salon de la Randonnée et des Sports Nature

Lieu : Paris

Type : Salon Grand Public

Dates : 27 au 29 mars 2010

Cibles : Tous publics (zone : Paris, Ile de France)

Objectifs : Développer le tourisme vert et pleine nature toute l'année.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants en 2009 : 400

Nombre de visiteurs en 2009 : 55.000

### Descriptif

Ce salon évolue d'une opération de promotion de la randonnée pédestre vers un salon pleine nature multi disciplinaire : il est devenu le rendez-vous de tous les professionnels acteurs du marché.

Le tourisme vert bénéficie aujourd'hui d'un engouement renouvelé, conséquence directe du changement des français dans le mode de choix de leurs loisirs.

### Commentaires

Ce salon s'est enrichi d'une offre valorisant les loisirs de plein air. En effet, la randonnée concerne aujourd'hui une gamme plus large de clientèle. Des formules très différentes sont proposées : du parcours itinérant classique, au circuit découverte en passant par la randonnée en liberté ; d'où la difficulté de commercialiser ces voyages via des intermédiaires non spécialistes. Les t.o (exceptés les t.o spécialistes des activités de pleine nature « terre d'aventure, « alibert »...) et les distributeurs, ne captent quasiment rien de ce marché en pleine expansion. Aussi, ce salon bien ciblé, correspond aux souhaits du public adepte de la randonnée pédestre. Pour la Corse, une évolution importante de la clientèle est à noter depuis 10 ans. La clientèle française y est largement dominante. Ce nombre évolue sensiblement et en adéquation avec le flux des touristes qui viennent en corse.

Nature : un mot qui fait de plus en plus rêver les citadins et les vacanciers à la recherche d'authenticité et de rupture avec le stress quotidien.

Plus qu'un phénomène de société, la randonnée est devenue « un mode de vie », une tendance et la Corse doit se positionner comme une destination de tourisme durable.

Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

## International French Travel Market: ex Top Résa

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : International French Travel Market: ex Top Résa

Lieu : Paris

Type : Salon professionnel

Dates : Du 21 au 24 septembre 2010

Cibles : Agents de voyages, responsables réseaux

Objectifs : Sensibilisation des réseaux professionnels.

### Fréquentation 2008

Nombre d'exposants en 2008 : 380

Nombre de visiteurs en 2008 : 26.320

### Descriptif

Pour sa 30ème édition: l'iftm 2009 s'est élargi à l'ensemble des acteurs de la profession (la destination loisirs, le voyage d'affaires, le tourisme d'affaires, le tourisme de groupe, la production, le réceptif, et la destination France).

### Conseil

Cette manifestation est exclusivement réservée aux opérateurs proposant une offre de produits touristiques.

### Commentaires

Sur le marché français, seuls 18 % des forfaits sont vendus par le réseau. Participer à l'iftm permet pourtant à la Corse de sensibiliser les agents de voyage sur notre destination.

IFTM présente, sur 27.200 m<sup>2</sup> de surface d'exposition : 1.300 marques dont 78 nouvelles avec 33 % de marques françaises et 67 % de marques internationales.

Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62/ [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

## SALON REUNIR

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Salon Réunir

Lieu : Paris

Type : Professionnel

Dates : septembre 2010

Cibles : organisateurs de séminaires, groupes, établissements indépendants, agences incentives (venant de toute la France et quelques uns de l'étranger).

Objectifs : faire connaître, véhiculer l'image de la destination sur le segment « affaires » en ile de France. Mettre les operateurs en contacts avec les organisateurs de séminaires.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants:163 exposants

Nombre de visiteurs : 4300 visiteurs qualifiés

### Descriptif

Salon consacré à l'organisation des manifestations d'entreprises et des meetings.

Les exposants représentent essentiellement des hôtels et établissements indépendants, groupes hôteliers nationaux et internationaux, centres de congres, agences et prestataires français.

### Conseil

Principalement réservé aux hôteliers travaillant sur le secteur mice, désireux de rencontrer des prospects sur ce secteur.

Se munir de dossiers très complets et précis (tarif, offre séminaire détaillée avec location de salles et prestations adéquates, proposition d'activités).

### Commentaires

Ce Workshop est complémentaire à Bedouk : c'est une des seules manifestations d'envergure dans ce domaine d'activité

1ere participation de l'atc à cette manifestation, un abonnement et un référencement au guide « réunir » sont obligatoire pour pouvoir se positionner sur ce salon.

Ce guide est envoyé chaque année a 18500 abonnées, décideurs en entreprises ou en agences. Système de classement tri-critères (région, en ville ou hors ville, capacité)

**Responsable du dossier : Marie-Ange Battistelli - tél : 04.95.51.77.57 / [macelli@ctc-atc.com](mailto:macelli@ctc-atc.com)**

## SALON EQUITA'

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : salon equita'

Lieu : Lyon

Type : salon grand public

Dates : du 28/10 au 1/11 2010

Cibles : visiteurs pratiquants les activités équestres

Objectifs : développer le tourisme équestre en Corse

### Fréquentation 2008

Nombre d'exposants en 2008 :

Nombre de visiteurs en 2008 : 83.000 visiteurs (80.100 en 2007)

### Descriptif

83.000 visiteurs pendant cinq jours de concours, de compétitions et de shows accompagnés de l'orchestre symphonique lyonnais....

Un évènement médiatisé et une communication efficace avec plus de 60 h de retransmission tv, 359 articles parus dans la presse spécialisée et grand public, 420 000 visiteurs en 2 mois sur le site internet, 180 spots radios, une campagne d'affichage nationale, 100 000 dépliant.

### Commentaires

Première participation de l'ATC.

Responsable du dossier : Lena Franchini - Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

## SALON DU CHEVAL ET DU PONEY

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Salon du Cheval et du Poney

Lieu : Paris

Type : Salon Grand Public

Dates : Fin novembre, début décembre 2010

Cibles : Visiteurs pratiquants les activités équestres

Objectifs : Développer le tourisme équestre en corse.

### Fréquentation 2008

Nombre d'exposants en 2008 : 450 (13 nations représentées)

Nombre de visiteurs en 2008 : environ plus de 170.000.

### Descriptif

170.000 visiteurs pendant neuf jours de concours, de compétitions et de shows.

L'engouement des français pour l'équitation est une des raisons qui expliquent l'excellente tenue de la manifestation.

### Commentaires

Le salon du cheval de paris est devenu un évènement international. C'est le rendez-vous de référence de la profession, des passionnés et des amateurs avec une clientèle en renouvellement constant.

Classé au 2ème rang des salons équestres en Europe et bien sûr 1er en France, le Salon du Cheval de Paris a atteint une renommée et une notoriété inégalées.

**Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)**

## SALON NAUTIQUE INTERNATIONAL DE PARIS

### [Description de la manifestation](#)

Nom de l'opération : Salon Nautique International de Paris

Lieu : Paris

Type : Salon Grand Public

Dates : 1ère quinzaine de décembre 2010

Cibles : Tous publics

Objectifs : Développer la plaisance en Corse

### [Fréquentation 2008](#)

Nombre d'exposants en 2008 : Plus d'1 millier prévus.

Nombre de visiteurs en 2008 : Environ 300.000 visiteurs.

### [Descriptif](#)

Le Salon Nautique International de Paris regroupe sur quatre bâtiments du parc des expositions de la porte de Versailles, toutes les activités liées au nautisme : matériel, bateaux, accastillage, tourisme, nautisme.

### [Conseil](#)

Documentation spécifique nautisme nécessaire (avec mention des prix)

### [Commentaires](#)

Manifestation très intéressante pour les ports de plaisance et les professionnels des activités nautiques.

Le nautisme en corse s'inscrit dans les thèmes prioritaires concourant au développement de l'activité au delà de la pleine saison d'été en corse.

Il s'appuie en corse sur 17 ports de plaisance, des centres nautiques réputés, de nombreux prestataires loueurs de bateaux et contribue a développer toute une offre commerciale périphérique.

Responsable du dossier : Lena Franchini - Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)

ETRANGER

## VAKANTIEBEURS

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Vakantiebeurs

Lieu : Utrecht, pays bas

Type : Salon mixte : 1 journée « professionnels », 4 journées « grand public »

Dates : 12 – 17 janvier 2010

Objectifs : Présenter l'offre touristique corse, contact avec le public, les opérateurs et transporteurs du marché.

### Fréquentation 2009

Nombre de visiteurs : 136 000 visiteurs.

### Descriptif

Salon grand public de référence sur le marché néerlandais, salon qui a réuni le plus grand nombre de visiteurs en 2009.

### Conseil

Disposer impérativement d'une documentation en langue néerlandaise ou a défaut en anglais.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

En 2009, près de 136.000 visiteurs se sont rendus sur ce salon, ce qui en a fait le salon le plus fréquenté de l'année en Europe. La demande se concentre sur les produits campings, la pleine nature, les gîtes. Cette opération est très fréquentée par les seniors. L'atc participe à ce salon après une interruption de plusieurs années.

Responsable du dossier : Hélène Fertin - Tél : 04.95.51.77.68 / [hfertin@ctc-atc.com](mailto:hfertin@ctc-atc.com)

## FERIENMESSE

### [Description de la manifestation](#)

Nom de l'opération : Ferienmesse

Lieu : Vienne / Autriche

Type : Salon

Dates : 14 au 17 janvier 2010

Cibles : Grand public / professionnels autrichiens et visiteurs des pays limitrophes.

Objectifs : Présenter l'offre touristique corse dans toute sa diversité.

### [Fréquentation 2009](#)

Nombre d'exposants : 823 exposants de 71 pays

Nombre de visiteurs : 105.439 visiteurs.

### [Descriptif](#)

Salon grand public de référence sur le marché autrichien.

### [Conseil](#)

Disposer impérativement d'une documentation en langue allemande et parler allemand.

### [Commentaires](#)

Opération gérée par maison de la France.

Fréquentation du salon en léger recul.

La qualité du public présent sur le salon est également à souligner : 1/3 des visiteurs s'intéresse au respect de l'environnement et plébiscite « l'écotourisme ».

La quasi totalité des visiteurs (96 %) ont qualifié le salon de plate forme importante et ¾ d'entre eux se seraient procuré, sur le salon, les informations souhaitées en vue d'une prochaine réservation.

Responsable du dossier : Céline Casanova - Tél : 04.95.51.77.67 / [ccasanova@ctc-atc.com](mailto:ccasanova@ctc-atc.com)

## C.M.T.

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : C.M.T.

Lieu : Stuttgart / Allemagne

Type : Salon Grand Public

Dates : 16 au 24 janvier 2010

Cibles : Grand public allemand/ professionnels allemands et visiteurs des pays limitrophes.

Objectifs : Présenter l'ensemble de l'offre touristique corse.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 1900 exposants de 95 pays (1800 exposants de 95 pays en 2008)

Nombre de visiteurs : 205.000 visiteurs (218 000 en 2008)

### Descriptif

Ce salon est une des manifestations grand public incontournables sur le marché allemand. Elle représente un potentiel certain compte tenu de la proximité du land « Baden-Württemberg » avec la France, et du pouvoir d'achat élevé de ce bassin au sud de l'Allemagne.

### Conseil

Disposer impérativement d'une documentation en langue allemande, parler allemand, disposer d'un site internet traduit en allemand.

### Commentaires

Opération gérée par maison de la France.

Très forte affluence durant les deux week-ends ; les tarifs ainsi que les offres promotionnelles sont fortement plébiscitées. Satisfaction générale des exposants et visiteurs.

Responsable du dossier : Céline Casanova - Tél : 04.95.51.77.67 / [ccasanova@ctc-atc.com](mailto:ccasanova@ctc-atc.com)

## FITUR

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : FITUR

Lieu : Madrid

Type : Mixte professionnel (20/22 jan) et grand public (22/24 jan)

Dates : 20 - 24 / 01 / 2010

Cibles : Professionnels internationaux et grand public

Objectifs : Promotion de l'offre touristique corse sur le marché espagnol et mondial. Initier une démarche de promotion sur le marché madrilène, développer la programmation de la destination corse.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 11 137 exposants pour 170 pays sur 88.000 m<sup>2</sup>

Nombre de visiteurs : + de 221 000 visiteurs dont 136 177 professionnels

### Descriptif

Ce salon constitue un des carrefours touristiques majeur en Europe. Madrid devient la capitale du tourisme et le référent de toute l'offre touristique nationale et internationale, notamment en provenance des pays latino-américains.

### Commentaires suite au salon fitur 2009

Opération gérée par Maison de la France.

Vocation internationale du salon : le FITUR regroupe l'ensemble de l'offre touristique mondiale, il constitue un véritable carrefour d'échanges, d'idées de promotion de destinations.

Origine des visiteurs : de nombreux professionnels des pays d'Europe centrale à la recherche d'agences réceptives insulaires et beaucoup de demandes d'informations des pays d'Amérique du sud, car leurs clients sont friands de nouvelles destinations.

Points positifs : ce salon constitue un très bon moyen de rencontrer l'ensemble des prestataires espagnols. Notamment les TO qui programment déjà la destination et souhaitent reconduire et intensifier le partenariat avec l'atc : participation à la campagne de communication, présence sur le stand de l'ATC au SITC de Barcelone au printemps.

Responsable du dossier : Olivier Lucchini - tél : 04.95.51.77.65 / [o.lucchini@ctc-atc.com](mailto:o.lucchini@ctc-atc.com)

## ALLEZ FRANCE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Allez France

Lieu : Genève, Berne, Zurich (suisse romande et alémanique)

Type : Workshop professionnel itinérant

Dates : 2, 3 et 4 février 2010

Objectifs : Rencontre et prise de contacts avec les professionnels suisses : tos, agences spécialisées et autocaristes.

### Fréquentation 2009

Nombre de visiteurs : Une centaine de visiteurs professionnels.

### Descriptif

Workshop professionnel itinérant : 3 soirées « workshop » avec rendez-vous de travail puis dîner rassemblant les participants au workshop.

### Conseil

Prévoir documentation en allemand et en français. Manifestation réservée aux réceptifs / dmc, hôteliers ou groupements.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Manifestation professionnelle permettant de rencontrer les professionnels des différentes zones du pays.

Responsable du dossier : Olivier Lucchini - tél : 04.95.51.77.65 / [o.lucchini@ctc-atc.com](mailto:o.lucchini@ctc-atc.com)

## HOLIDAY WORLD

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Holiday world

Lieu : Prague

Type : Salon mixte

Dates : 4 au 7 février 2010

Cibles : Professionnels (to, agv) et grand public

Objectifs : Développer la programmation de la destination corse auprès des To tchèques.  
Mettre en avant l'offre intermédiaire corse, notamment hors été.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 700 exposants

Nombre de visiteurs : Environ 30.000 visiteurs dont 7.000 professionnels.

### Descriptif

Le salon Holiday world permet de rencontrer de nombreux professionnels tchèques (tous les principaux voyagistes locaux sont présents en tant qu'exposants) et d'autres pays d'Europe centrale et orientale.

### Conseil

Documentation en tchèque fortement conseillée.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Il est opportun d'être présent sur ce marché, l'un des plus dynamiques parmi les nouveaux pays de l'union européenne. L'espace France est très fréquenté.

La destination corse bénéficie d'une image positive et d'une forte attractivité auprès de csp+, urbains, relativement jeunes et actifs. Intérêt pour les destinations du pourtour méditerranéen, notamment la Croatie, en pleine croissance économique et touristique.

L'arrivée d'Internet sur le marché et l'élévation des niveaux de vie ont considérablement fait progresser les taux de départ à l'étranger.

Responsable du dossier : Céline Casanova - Tél : 04.95.51.77.67 / [ccasanova@ctc-atc.com](mailto:ccasanova@ctc-atc.com)

## SALON INTERNATIONAL DES VACANCES, DU TOURISME ET DES LOISIRS

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Salon International des Vacances, du Tourisme et des Loisirs

Lieu : Bruxelles

Type : Salon touristique grand public

Dates : 04 au 08 février 2010

Cibles : Professionnels, to, agences de voyages, grand public belge et pays limitrophes

Objectifs : Promotion de la destination corse, valorisation de l'image de l'île.  
Renforcer le partenariat avec les to programmant la destination.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 700 (dont 116 français)

Nombre de visiteurs : 105.000 visiteurs

### Descriptif

Le plus important salon du tourisme en Belgique, fréquenté par 60% de néerlandophones et 40% de Francophones.

Visiteurs très intéressés et motivés. Salon important pour la clientèle flamande a fort pouvoir d'achat.

### Conseil

Disposer d'une documentation en français et en néerlandais.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Le vacancier belge cherche de plus en plus une offre sur mesure répondant à ses besoins, pose des exigences de qualité de plus en plus élevées, utilise de plus en plus la technologie de l'information.

Cette manifestation rencontre chaque année un grand succès tant au niveau de la fréquentation que de la qualité des visiteurs et notamment sur le stand de la Corse (hors zone maison de la France) où la demande d'information est chaque fois plus importante. En effet la Corse bénéficie d'une bonne image sur le marché belge, elle est désormais considérée comme une destination à part entière, elle jouit d'une certaine notoriété d'autant plus, que certains TO spécialisés sur la Corse sont installés en Belgique.

La clientèle belge avec une durée de séjours de 10,8 jours en moyenne en 2008 se positionne pour la Corse en 4ème place des principales clientèles étrangères.

**Responsable du dossier : Lena Franchini – Tél : 04.95.51.77.62 / [aberetti@ctc-atc.com](mailto:aberetti@ctc-atc.com)**

## BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Borsa internazionale del turismo

Lieu : Milan – nuova fiera milano, rho.

Type : Salon mixte, 2 journées « professionnelles », 2 journées « grand public »

Dates : 18 / 21 février 2010

Cibles : Agents de voyages, tour operators, transporteurs, journalistes et grand public

Objectifs : Conforter la notoriété touristique de la corse, mettre en relation la demande italienne et l'offre corse. Offrir une vitrine aux professionnels exposants sur le stand « corsica ».

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 5 000 sociétés exposantes au total, 6 exposants corses sur le stand de l'ATC.

Nombre de visiteurs : 153 800 visiteurs au total dont environ 101 000 visiteurs professionnels.

### Descriptif

L'Agence du Tourisme de la Corse participe à cette manifestation sur l'espace « France » mis en place par Maison de la France ; un nombre significatif d'entités touristiques corses participe à ce rendez vous majeur du marché italien, premier marché étranger émetteur pour la Corse (220.000 visiteurs pour l'année 2007). 2 journées sont consacrées aux professionnels de l'industrie touristique italienne et internationale et les 2 autres journées au grand public.

### Conseil

Ce salon mixte peut aussi bien s'adresser aux entités commerciales qu'institutionnelles (offices de pôles) ; incontournable salon mixte sur le premier marché étranger pour la corse.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Responsable du dossier : Olivier Lucchini - tél : 04.95.51.77.78 / [o.lucchini@ctc-atc.com](mailto:o.lucchini@ctc-atc.com)

## F.R.E.E.

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : f.R.E.E

Lieu : Munich nouveau parc d'expositions

Type : Salon grand public

Dates : 18 / 22 février 2010

Cibles : Grand public allemand/ professionnels allemands et visiteurs des pays limitrophes, tours opérateurs.

Objectifs : Présenter l'offre touristique corse dans toute sa diversité et conforter l'image de la destination.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 1600 exposants de 70 pays,

Nombre de visiteurs : + de 100.000 visiteurs contre (stable par rapport a 2008).

### Descriptif

Ce salon se trouve parmi les salons touristiques les plus importants d'Allemagne et regroupe les thèmes camping-caravaning, tourisme allemand et étranger.

La région de Bavière est un des principaux länder émetteur de touristes, en particulier pour la Corse (8 millions d'habitants) et une région a fort pouvoir d'achat. Le hall d'exposition dédié au tourisme est visité par près de 80 % des visiteurs et suscite toujours l'intérêt.

### Conseil

Disposer d'une documentation en langue allemande, d'un site Internet traduit en allemand. Il est impératif de parler allemand.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Forte demande pour les campings et les vacances actives (tarifs, offres promotionnelles)

Responsable du dossier : Céline Casanova - tél : 04.95.51.77.67 / [ccasanova@ctc-atc.com](mailto:ccasanova@ctc-atc.com)

## BOURSES FRANCE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Bourses france

Lieu : Montréal / Toronto

Marché : Canada

Type : Workshop classique

Dates : 23 au 24 mars 2010

Cibles : Tours opérateurs / agences de voyages / journalistes

Objectifs : Promotion et commercialisation de la destination corse. Faire connaître la destination corse aux professionnels canadiens. Contact direct avec les réseaux de distribution et les tours opérateurs

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : Environ 75 exposants français : hôtels / agences réceptives / crt / cdt

Nombre de visiteurs : Montréal : 320 agv et to

Sur l'ensemble du workshop, mdlf prévoit environ 1.200 visiteurs

### Descriptif

Ce workshop classique constitue chaque année « l'événement France » au Canada. Les exposants français rencontrent les professionnels qui se déplacent en nombre. Depuis 4 ans, l'ATC organise une journée de démarchage et de présentation de la destination, auprès des to à Montréal (à confirmer pour Toronto).

### Conseil

Opération principalement réservée aux agences réceptives et groupements hôteliers. Beaucoup de demandes concernant les activités de pleine nature.

### Commentaires

Les professionnels insulaires font régulièrement remarquer que les touristes canadiens sont de plus en plus nombreux en Corse.

Lors de l'édition 2009, les professionnels québécois ont réservé un accueil enthousiaste à la Corse. La demande pour la destination est importante au Québec. De plus en plus de grossistes (to) proposent la Corse, dont vacances air transat qui relance sa programmation en 2009 (6 pages brochures). Le groupe transat vole sur Nice (4 vols hebdomadaires) et Marseille (3 vols hebdomadaires) en saison.

### L'édition précédente

Montréal : les représentants de la destination ont été « assaillis » par les professionnels. Des rdv préprogrammés étaient organisés, toutes les plages horaires étaient remplies. Il fallait répondre en même temps aux malchanceux qui n'avaient pas de rdv...

Toronto : pour sa première participation au workshop de Toronto, l'atc a enregistré beaucoup de demandes : informations générales sur la destination.

Partenaires corses : l'atc était accompagnée d'une entreprise insulaire, satisfaite des différents contacts obtenus.

Ollandini voyages a un représentant installé au Québec, qui effectue un travail important de promotion de la destination : présentation de la destination aux réseaux d'agences de voyages, prospection auprès des tours opérateurs... ce travail porte ces fruits : augmentation des produits dédiés a la corse chez les tours opérateurs généralistes.

Principales demandes des professionnels : importance de la rapidité des réponses des agences réceptives insulaires, le temps est une denrée rare en Amérique du Nord. Les clefs du succès : rapidité des réponses, confirmation immédiate.

Les tours opérateurs ont des difficultés à répondre a la demande, car les transports pour la France sont souvent complets, de plus les hébergements font défauts aux périodes souhaitées

**Responsable du dossier : Marie Folacci - tél : 04.95.51.77.80 / [mfolacci@ctc-atc.com](mailto:mfolacci@ctc-atc.com)**

## RENDEZ-VOUS FRANCE 2010

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Rendez-vous France 2010

Lieu : Nice

Type : Workshop professionnel

Dates : 30 mars et 31 mars 2010

Cibles : Tours opérateurs internationaux

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 600 exposants / offre touristique française

Nombre de visiteurs : 750 tours opérateurs généralistes et spécialistes / monde entier (62 nationalités) (17.805 rendez-vous d'affaires pré programmes)

### Objectifs

Présenter dans un même lieu l'ensemble de l'offre touristique française pour une commercialisation internationale ou en France (présence d'acheteurs français)

### Descriptif

Cette opération d'envergure regroupe l'ensemble de l'offre touristique française, et la demande (tours opérateurs) du monde entier, occasion annuelle pour les acteurs du tourisme français et étrangers de renforcer leurs liens commerciaux. Les équipes d'atout France (ex maison de la France) sont chargées de sélectionner et d'inviter des tours opérateurs intéressés par les régions françaises. Les rendez vous sont pré programmés à l'avance : les tours opérateurs prennent rdv avec les prestataires français, qui les reçoivent pendant les deux jours de workshop. Cette opération est exceptionnellement riche de contacts professionnels. Elle est devenue incontournable pour qui veut traiter avec des tos étrangers.

### Conseils

Les outils de promotion des exposants doivent être adaptés à la demande internationale : brochures en anglais, sites bilingues, pratique de l'anglais indispensable,...

Si vous avez le souhait et la possibilité de commercialiser votre offre à travers le tour opérating mondial, cette opération constitue un excellent moyen. De plus la proximité du lieu (Nice) peut réduire les coûts liés au transport.

**Responsable du dossier : Marie Folacci - Tél : 04.95.51.77.80 / [mfolacci@ctc-atc.com](mailto:mfolacci@ctc-atc.com)**

## SITC (Salon International du Tourisme Catalogne)

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : SITC (salon International du Tourisme Catalogne)

Lieu : Barcelone

Type : grand public

Dates : 15 au 18 avril 2010

Cibles : grand public catalan

Objectifs : promotion de l'offre touristique corse sur le marché catalan

### Fréquentation 2009 :

Nombre d'exposants : Environ 1.300 exposants de 55 pays sur 4.500 m<sup>2</sup> (4 pavillons+grande place)

Nombre de visiteurs : Environ 200 000

### Descriptif :

Seule manifestation grand public de Catalogne. Le salon est très fréquenté et a constitué tout au long de ces années un très bon moyen de faire connaître la destination corse. Les professionnels insulaires sont d'ailleurs nombreux à participer au salon, sur le stand de l'ATC.

### Conseil :

Opération principalement réservée aux agences réceptives, groupements hôteliers, ot, offices de pôles...

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

**Responsable du dossier : Olivier Lucchini - Tél : 04.95.51.77.65 / [o.lucchini@ctc-atc.com](mailto:o.lucchini@ctc-atc.com)**

## SALON IMEX

### Description de la manifestation :

Nom de l'opération : Salon IMEX

Lieu : Francfort

Type : Salon professionnel

Dates : 25/27 mai 2010

Cibles : Ensemble des décideurs en matière d'événements professionnels

Objectifs : Positionner la Corse en tant que destination d'affaires et d'organisation d'événements.

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : 3.500 exposants venant de 150 pays internationaux

Nombre de visiteurs : 8.500 visiteurs (contre 7600 en 2007), dont 3600 hosted buyers provenant de 57 pays et 4900 Trade visiteurs. Il faut noter également que 270 organisateurs de congrès au sein des associations ont pris part à l'Imex cette année.

### Descriptif

Salon professionnel consacré au tourisme d'affaires mettant en relation, par le biais de rendez-vous préprogrammés, les acheteurs et l'offre

### Conseil

Principalement réservé aux professionnels du tourisme d'affaires, des congrès et des incentives, désireux de se positionner sur le segment « affaire » sur les marchés internationaux.

La pratique de la langue anglaise et une documentation en anglais sont obligatoires.

### Commentaires

Un des salons les plus importants sur le plan international avec l'EIBTM de Barcelone, permettant à l'atc de rencontrer une clientèle essentiellement nord européenne.

C'est également l'occasion de développer et nouer de nouveaux contacts avec les agences allemandes intéressées par la diversité de l'offre corse et le potentiel de l'île en matière d'activités incentives.

Responsable du dossier : Marie-Ange Battistelli - Tél : 04.95.51.77.57 / [macelli@ctc-atc.com](mailto:macelli@ctc-atc.com)

## WORKSHOP FRANCE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Workshop France

Lieu : Grande-Bretagne

Type : Workshop professionnel sur rendez vous pré-programmés

Dates : Début juin 2010

Cibles : pro : agences de voyage et Tour Operateurs

Objectifs : Mettre en relation l'offre corse et la demande des professionnels Britanniques.

### Fréquentation 2008 (opération biennale)

Nombre d'exposants : Environ 40 : destinations (régions / villes) et transporteurs, hôteliers et groupements, agences réceptives, parcs d'attractions, etc...

Nombre de visiteurs : Environ : 150.

### Descriptif

Les professionnels britanniques se rendent à la rencontre des exposants français avec qui ils prennent rendez vous à l'avance. Le workshop se déroule sur une journée ; auparavant organisé mi janvier, les dates ont été modifiées car le début de l'année est traditionnellement un bon mois pour les réservations en UK et les professionnels hésitaient à se déplacer, au détriment du succès de cette manifestation.

### Conseil

Documentation en anglais et pratique de l'anglais indispensables.

[Responsable du dossier : Hélène Fertin - tél : 04.95.51.77.68 / hfertin@ctc-atc.com](#)

## WORKSHOP FRANCE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Workshop France

Lieu : Suède : Stockholm/ Danemark : Copenhague / Norvège : Oslo

Type : Workshop classique

Dates : Septembre 2010

Cibles : Tours opérateurs / agences de voyages / journalistes

Objectifs : Promotion et commercialisation de la destination Corse

Faire connaître la destination corse aux professionnels scandinaves

### Fréquentation 2009 (opération biennale)

Nombre d'exposants : Environ 30

Nombre de visiteurs : Environ 300 sur les 4 villes : Helsinki, Stockholm, Oslo, Copenhague

### Descriptif

Ce workshop classique organisé par maison de la France, nous permet de rencontrer les professionnels des 4 pays de la zone.

### Conseil

Opération principalement destinée aux agences réceptives et groupements hôteliers.

### Commentaires

Opération gérée par maison de la France.

Fort intérêt des professionnels scandinaves pour la destination ; un eductour devant être organisé fin 2009, fait suite a une opération de présentation réalisée au printemps 2009 auprès des professionnels scandinaves et de contacts établis entre atc, cci 2b , transporteurs et tos potentiellement intéressés par la destination.

[Responsable du dossier : Hélène Fertin - tél : 04.95.51.77.68 / hfertin@ctc-atc.com](#)

## TRAVEL ! THE WORKSHOP

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Travel ! The workshop

Lieu : Bruxelles

Type : Workshop professionnel classique

Dates : Octobre 2010 (durée : 1 jour) date encore a déterminer

Cibles : Agents de voyages, tos, autocaristes, monde associatif, presse

Objectifs : Mise en relation commerciale / favoriser la programmation « groupes » et « individuels » belges de la destination

### Fréquentation 2009

Première participation de l'atc.

Nombre de visiteurs en 2009 : 520 visiteurs professionnels sont venus à la rencontre de plus de 100 exposants de France, Pays-Bas, GB, Luxembourg...

### Descriptif

Le workshop réunit 4 destinations de proximité pour l'industrie touristique belge : la France, la Grande Bretagne, le Luxembourg et les pays bas. L'offre de ces 4 destinations se retrouvent a la rencontre des professionnels du tourisme belge pour une journée de rendez vous pré programmés.

### Conseil

Manifestation conseillée aux agences réceptives, prestataires de services, structures ou centrales hôtelières, transporteurs.

[Responsable du dossier : Hélène Fertin - tél : 04.95.51.77.68 / hfertin@ctc-atc.com](mailto:hfertin@ctc-atc.com)

## WORKSHOP FRANCE

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Workshop France

Lieu : Moscou / Saint Petersburg

Type : Workshop classique

Dates : 04 - 08 octobre 2010

Cibles : Tours opérateurs / agences de voyages / journalistes

Objectifs : Promotion et commercialisation de l'offre Corse

Faire connaître la destination corse aux professionnels russes

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants : Environ 30 exposants français : hôtels / agences réceptives / crt cdt

Nombre de visiteurs : Moscou : 120 professionnels / 80 Saint-Petersbourg / 50 Ekaterinbourg.

### Descriptif

Ce workshop classique constitue chaque année « l'événement France ».

Les exposants français rencontrent les professionnels des principales villes russes.

### Conseil

Opération ouverte aux agences réceptives et groupements hôteliers.

Pratique de l'anglais et documentation en anglais indispensable.

### Commentaires

Opération gérée par Atout France.

Chaque année, mdlf invite 150 tours opérateurs russes accrédités par le consulat de France.

Les professionnels montrent beaucoup d'intérêt pour la destination : nombreuses demandes des tours opérateurs et des agences de voyages.

### Les principales demandes

Hébergement 4\* & 4\* luxe pieds dans l'eau / plages aménagées / les établissements de charme / les villas de luxe. Questions concernant les coordonnées des agences réceptives insulaires.

Les professionnels rencontrent beaucoup de difficultés pour trouver des chambres en été dans les établissements 4\* / l'aspect balnéaire est déterminant pour les russes

### L'offre corse

Ouverture d'une agence réceptive spécialisée marche russe : originaire du pays installée en Corse.

### [Les demandes concernant les filières](#)

Le tourisme d'affaires : quelques agences souhaitent recevoir des informations sur les dmc, sur la possibilité de réaliser des incentives en Corse. Les Russes sont friands de nouvelles destinations, les destinations méditerranéennes sont connues et l'éloignement ne fait pas peur.

Responsable du dossier : Marie Folacci - tél : 04.95.51.77.80 / [mfolacci@ctc-atc.com](mailto:mfolacci@ctc-atc.com)

## FRENCH AFFAIRS

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : French Affairs

Marché : USA

Lieu : (à confirmer)

Type : Workshop / séminaires / échanges

Dates : 24 & 26 octobre 2010

Cibles : 120 to américains

Objectifs : Faire connaître la destination

Connaître les attentes du marché américain

### Fréquentation 2009

Nombre d'exposants: 40 institutionnels / professionnels français

Nombre de visiteurs: 100 tours opérateurs.

### Descriptif

Rencontre entre les tours opérateurs us programmant la France et les partenaires français du tourisme.

### Partenaires

Agences réceptives / groupements hôteliers

### La précédente édition

Atout France profite de cette opération pour remercier les tours opérateurs les plus dynamiques à travers remises de prix et animations diverses : awards du meilleur site, du meilleur to...

L'ATC a participé pour la première fois à cette opération en 2009, suite aux très bons contacts enregistrés avec les to américains pendant les rdv France précédents. A Chicago, de nombreux tours opérateurs avaient pris rdv avec l'atc.

### A retenir

Positionnement de la destination : authentique, préservée, potentiel important peu connue des américains : importance des articles de presse qui stimulent la demande

Saison souhaitée : printemps : avril mai et automne : septembre octobre.

Les hébergements recherchés : hôtels haut de gamme, hôtels de charme, villas luxe.

Les clientèles : groupe et individuels, importance de la clientèle croisière.

Les typologies produites : plébiscite pour les séjours actifs : vélos, trekking. Beaucoup d'intérêt pour les produits de découverte du terroir, style « route des sens authentiques »

Produit difficile à trouver en Corse et très recherché : voiture + chauffeur privé parlant anglais (car les américains ont peur de conduire sur les routes montagneuses et sont peu habitués aux voitures non automatiques).

Difficulté pour trouver des prestations haut de gamme.

La programmation us actuelle de la Corse est rare : quelques TO la proposent sur leur site.

Beaucoup de demandes sont traitées « sur mesure ».

Préconisations concernant d'éventuels contrats :

- Efficacité des interlocuteurs, rapidité des réponses, simplification de la réservation,
- Nécessité de disposer de visuels libres de droit pour mise en ligne sur les sites,
- Eductour : les TO ont manifesté leur souhait de découvrir la Corse lors de voyage de familiarisation.

**Responsable du dossier : Marie Folacci - Tél : 04.95.51.77.80 / [mfolacci@ctc-atc.com](mailto:mfolacci@ctc-atc.com)**

## ZENITH

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : Zénith

Lieu : Bruxelles – parc expo Heysel

Type : Salon grand public spécialisé seniors

Dates : Fin novembre 2010

Cibles : Jeunes seniors et seniors

Objectifs : Présentations de l'offre touristique corse dans toute sa diversité.

### Fréquentation 2008

Nombre d'exposants : 243 exposants tous secteurs confondus

Nombre de visiteurs : 38.687 visiteurs

### Descriptif

Plus important salon grand public européen s'adressant à une clientèle 50 + et sénior. Il permet de mettre en valeur des produits et des services destinés à ce type de clientèle (voyages, investissements, retraite, santé, mode et loisirs, multimédia et technologie, maison, mobilité).

- 71 % des visiteurs ont entre 51 et 70 ans,
- L'âge moyen des visiteurs est de 64 ans
- 70 % sont néerlandophones et 30 % francophones
- 57 % sont des femmes.

### Conseil

Prévoir de la documentation en français et en néerlandais.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

Les seniors, d'une manière générale, sont intéressés par les voyages hors saisons, les propositions avantageuses, les courts séjours, les voyages à thème... ce sont des consommateurs critiques et soucieux du rapport qualité / prix.

Responsable du dossier : Denise Andre - Tél : 04.95.51.77.91 / [dandre@ctc-atc.com](mailto:dandre@ctc-atc.com)

## WORLD TRAVEL MARKET

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : World Travel Market

Lieu : Excel exhibition centre, East London, Londres

Type : Salon professionnel

Dates : Dates 2010 inconnues a ce jour

Cibles : Professionnels

Objectifs : Conforter la notoriété touristique de la destination corse,  
Mettre en relation la demande britannique et l'offre corse.

### Fréquentation 2008 (édition 2009 à venir)

Nombre d'exposants : 19 000 sociétés exposantes au total pour + de 200 destinations.

5 exposants corses sur le stand de l'ATC

Nombre de visiteurs : 31 000 visiteurs professionnels dont 48 % de Grande-Bretagne,  
52 % hors Grande-Bretagne et 2.800 journalistes internationaux.

### Descriptif

Salon professionnel mondial du tourisme, un des plus grands rendez-vous mondiaux de l'industrie du tourisme, exclusivement réservé aux professionnels, destiné à mettre en avant l'ensemble de l'offre touristique.

### Conseil

Prévoir impérativement une documentation complète en anglais et parler l'anglais.

**Responsable du dossier : Hélène Fertin - tél : 04.95.51.77.78 / [hfertin@ctc-atc.com](mailto:hfertin@ctc-atc.com)**

## EIBTM

### Description de la manifestation

Nom de l'opération : EIBTM

Lieu : Barcelone

Type : Salon professionnel

Dates : 1 - 3 décembre 2010

Cibles : Organismes de séminaires, incentives, congrès

Objectifs : positionner la Corse en tant que destination incentive & séminaire

### Fréquentation 2008 (édition 2009 en cours)

Nombre d'exposants: 2411

Nombre de visiteurs : en attente prochaine édition

Edition 2007 : 2790 hosted buyers en provenance de 58 pays

3200 trade visitors

### Descriptif

Salon professionnel consacré au Tourisme d'Affaires (priorité aux membres du cftar)  
45 stands dans la zone France.

### Conseil

Principalement réservé aux professionnels du Tourisme d'Affaires, des congrès et des incentives en Europe.

Se munir de dossiers très complets et précis (transports, hébergements, location de salles, activités et prix), en français et en anglais.

### Commentaires

Opération gérée par Maison de la France.

L'E.I.B.T.M est devenu le numéro un mondial en matière d'incentives, de voyages d'affaires et de congrès. Les opérateurs sont de plus en plus intéressés par l'organisation d'incentives et de petits séminaires, dans ce contexte la Corse se positionne comme alternative de charme pour petits groupes.

**Responsable du dossier : Marie-Ange Battistelli - tél : 04.95.51.77.57 / [macelli@ctc-atc.com](mailto:macelli@ctc-atc.com)**