

■ tourisme

## La délégation corse du Club littoral affiche sa complémentarité

Avec ses 1 000 km de côte, la Corse affiche un potentiel littoral exceptionnel... Les cités balnéaires veulent jouer de cet atout, sans pour autant rester enfermées dans un cliché. Afin de promouvoir ce potentiel, dans une démarche décalée et originale, cinq offices de tourisme insulaires ont rejoint le Club littoral d'Atout France. Il s'agit de d'Ajaccio, Bastia, du pôle de Porto-Vecchio, Balagne et tout récemment du Sartenais-Valinco-Taravo.

Ces partenaires insulaires du Club littoral étaient réunis à l'hôtel *Moby Dick* à Santa Giulia sur la commune de Porto-Vecchio afin d'aborder leur plan d'action et dresser un premier bilan.

### « Une destination opérationnelle dès le printemps ! »

Il existe onze clubs au sein d'Atout France, organisme sous tutelle du ministère chargé de promouvoir la destination France en dehors de nos fron-

tières. Le Club littoral est l'un d'eux. Il a été créé en 2010 afin de promouvoir la diversité de l'offre littorale française au-delà du balnéaire. Alexandre de Lanfranchi, directeur de l'office de tourisme d'Ajaccio et président du Club littoral, qui compte actuellement 24 membres sur l'ensemble du territoire français, a rappelé les objectifs du Club : « *Notre priorité est d'allonger les saisons en mettant en avant des événements culturels et des richesses notamment dans l'arrière-pays. Nous menons des actions plus spécifiques sur des marchés qui nous concernent. Le club, qui a désormais plus de dix ans, est né d'une frustration, celle de n'avoir qu'une existence éphémère l'été. Il s'agit d'affirmer notre identité et notre originalité en cassant ce positionnement exclusivement soleil et balnéaire. Nous travaillons sur ce décalage par rapport à l'image touristique* ».

Le plan d'action 2011 a ainsi été l'oc-

casation d'exporter les charmes de ces stations à travers une exposition de photos *France by sea*, des diffusions de clips, des jeux concours et des relais internet lors d'événements et de workshop dans les grandes capitales telles que Berlin, Amsterdam ou encore Londres. Le message est sans ambiguïté : affirmer une réalité touristique littorale sur l'année en structurant l'offre locale dès le printemps. « *Notre but est également de peser sur la stratégie régionale* », poursuit Alexandre de Lanfranchi, « *en Corse, nous avons intérêt à mutualiser nos moyens. Nous ne sommes pas en opposition stratégique, mais complémentaires* ». La Corse balnéaire a plus d'une corde à son arc... Qu'on se le dise !

### NADIA AMAR

Étaient présents : Alexandre de Lanfranchi (Ajaccio), Jean-Pierre Cucchi (Porto-Vecchio), Véronique Calendini (Bastia), Marie-Pierre Piazzoli (Calvi-Balagne), Valérie Matteos (sartenais-Valinco-Taravo).



Réunis à l'Hôtel *Moby Dick* de Santa Giulia à Porto-Vecchio, les partenaires insulaires du Club littoral d'Atout France ont tiré le premier bilan de leurs actions à l'aube de la saison 2011.

(Photo Alain Pistoresi)