



PROCES-VERBAL

DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU 4 DECEMBRE 2024

CUNTURESU DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 4 DI DICEMBRE DI U 2024

Le conseil d'administration de l'Agence du Tourisme de la Corse s'est réuni le mercredi 4 décembre 2024 à 14h30 dans la salle Henri Matisse du Palais des Congrès d'Ajaccio, sous la présidence de Madame Angèle BASTIANI, Conseillère exécutive, Présidente de l'ATC.

ETAIENT PRESENTS :

*Mmes et MM. François SORBA, Muriel FAGNI, Hervé VALDRIGHI, Don Joseph LUCCIONI, Paul-Joseph CAITUCOLI, Christelle COMBETTE, Dominique DI MENZA, Marc SIMONI, Attilius CECCALDI, Ludovic SUSINI.

ETAIENT ABSENTS ET AVAIENT DONNE POUVOIR :

*Mme Marie-Antoinette MAUPERTUIS à Mme Angèle BASTIANI ;
*Mme Vannina CHIARELLI-LUZI à Mme Muriel FAGNI ;
*M. Ghjuvan'Santu LE MAO à M. François SORBA ;
*Mme Eveline GALLONI D'ISTRIA à M. Don Joseph LUCCIONI ;
*Mme Juliette PONZEVERA à M. Hervé VALDRIGHI ;
*M. Jean-Michel SAVELLI à Mme Christelle COMBETTE ;
*M. Benoît CHAUDRON à M. Ludovic SUSINI.

ETAIENT ABSENTS OU EXCUSES :

*Mmes et MM. Georges MELA, Charlotte TERRIGHI, Jean-Christophe ANGELINI, Pierre POLI, Véronique PIETRI, Serena BATTESTINI, Pierre NEGRETTI, Jean-Charles MARTINELLI, Jean-Marc VENTURI, Guy LANNOY, Christian COSTA, Pierre-Jean RUBINI, Paul-André ACQUAVIVA, Carole LECCIA, Eric CASCIO, Jacques COSTA, Jean TOMA.

MEMBRE CONSULTATIF PRESENT :

*Mme Martine STAEBLER, Payeur Régional de Corse.

MEMBRES CONSULTATIFS ABSENTS EXCUSES ET NON REPRESENTES :

*M. le Président du Conseil Exécutif de Corse ;
*M. le Préfet de Corse ;
*M. le Président de l'Agence de Développement Economique de la Corse ;
*M. le Président de l'Agence d'Aménagement Durable, d'Urbanisme et d'Energie de la Corse ;
*M. le Président de l'Office de l'Environnement de la Corse ;
*M. le Président de l'Office de Développement Agricole et Rural de la Corse ;
*M. le Président de l'Office Hydraulique de la Corse ;
*Mme la Présidente de l'Office des Transports de la Corse.

ETAIENT EGALEMENT PRESENTS :

Pour l'Agence du Tourisme de la Corse :

*M. Frédéric PETRUCCI, Directeur ;
*M. Gérard PERALDI, Secrétaire général ;
*M. Jean-Guillaume FILIPPI, Responsable Ressources Humaines ;
*M. Jean-Louis MORETTI, Responsable du pôle Ingénierie-Développement

*M. Marc SIMONI, Responsable de la mission Observation Touristique ;

*Mme Marie-Madeleine AMBROSINI, Assistante de la Présidente.

Pour la Collectivité de Corse :

*M. Roch de GIACOMONI, Direction des opérateurs et de l'évaluation des politiques publiques.

Au regard du nombre des membres présents et représentés, le quorum est atteint et le conseil d'administration peut valablement délibérer.

Mme la présidente ouvre la séance en tenant à saluer l'engagement constant des membres du conseil au service du développement touristique de la Corse. Elle indique que malgré les craintes exprimées il y a quelques mois par certains acteurs et commentateurs, l'année écoulée s'est révélée être positive pour le tourisme de notre île avec une vision renouvelée portée par des résultats encourageants : une hausse significative de la fréquentation hors-saison en 2024, du tourisme étranger, du tourisme d'affaires, un nombre de passagers en hausse, la mise en œuvre du programme d'achat de flux aérien et le projet avancé de la Maison de la Corse en Italie, symbole de notre ouverture et de notre capacité à innover afin de positionner la Corse comme une destination exemplaire en termes de durabilité, d'attractivité hors-saison et de qualité d'expérience. Les défis demeurent toutefois nombreux : maîtriser les flux touristiques durant la période estivale afin de limiter les impacts environnementaux, diversifier les clientèles, s'adapter aux mutations de fond du secteur, et soutenir les acteurs économiques en difficulté tout au long de l'année.

Mme la présidente indique qu'elle est convaincue que les décisions prises à chacune des réunions du conseil viendront renforcer la position de la Corse comme une destination incontournable, valorisant son identité et ses atouts tout en répondant aux attentes des voyageurs modernes. L'expertise, les avis et l'implication de tous seront déterminants pour poursuivre cette dynamique.

Mme la présidente évoque brièvement ensuite les différents points inscrits à l'ordre du jour en précisant que le rapport n° 5 relatif au contrat d'objectifs et de performance 2025-2028 entre la CdC et l'ATC a été retiré car en cours de finalisation avec les services de la Collectivité.

Une secrétaire de séance est désignée en la personne de Mme Muriel FAGNI et Mme la présidente met ensuite au vote l'approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 13 novembre 2024.

En l'absence d'observations, il est adopté.

Mme COMBETTE s'abstient. Mme DI MENZA ne participe pas au vote.

2) PLAN DE PROMOTION ET PROGRAMME D' ACTIONS 2025 DE L'ATC.

Mme la présidente indique que le plan de promotion et programme d'actions 2025 présenté ce jour est la pierre angulaire de notre stratégie promotionnelle pour renforcer la désaisonnalisation et étendre notre attractivité au-delà des frontières, notamment en ciblant les marchés à fort potentiel tels que l'Italie, le Royaume-Uni et le Canada et en se basant sur l'exploitation des données afin d'orienter notre politique.

Ce plan a été présenté lors de la commission développement qui s'est tenue le 27 novembre dernier et a également fait l'objet d'une présentation le 15 novembre aux Offices de Tourisme de l'île qui avaient été réunis en partenariat avec la FROTSI. Il est adapté en fonction des résultats observés de fréquentation de la destination et des nouveaux enjeux ou modification de contexte de marché. Les opérations de ce plan visent, dans le périmètre des compétences de l'ATC dans son rôle de promotion de la destination et de coordination, à consolider l'existant et à développer l'activité selon les cadres arrêtés dans la politique régionale. Ses principes directeurs ont pour objectifs d'accroître l'attractivité touristique sur l'avant et l'après période estivale, mais aussi de positionner la Corse en tant que destination préservée d'île verte en Méditerranée avec pour objectifs de continuer à promouvoir le printemps et l'automne, d'élargir les bassins de clientèles et de continuer à anticiper les attentes de demain.

Mme la présidente demande à M. ACQUAVIVA de présenter ce plan plus en détail tout en le remerciant pour son implication particulière dans l'élaboration de ce dossier.

Ce dernier indique que l'année 2025 s'inscrit dans la continuité de la stratégie de l'ATC axée sur la déconcentration et la désaisonnalisation. Le plan de communication 2025 aura ainsi pour objectifs d'amplifier les résultats constatés en 2024.

En concertation avec l'ensemble des acteurs et partenaires, l'ATC a construit pour 2025 un plan destiné à démarquer par une nouvelle « campagne image » la destination en tant qu'île singulière, offrant des diversités de paysages et d'expériences sans comparaisons avec les destinations concurrentes, tout en travaillant avec l'ensemble des partenaires pour communiquer via un volet opérationnel sur des offres/séjours/circuits particulièrement pertinents en termes de rapports qualité/prix/expérience.

La pierre angulaire de ces actions reste toujours le site [visit.corsica](https://www.visit.corsica) qui mettra en avant à la fois les thématiques d'actions pour 2025 mais aussi les offres et événements provenant de tous les territoires.

Sur les marchés matures, à la suite d'une campagne 2024 destinée à réaffirmer le côté exceptionnel de la destination, deux nouvelles campagnes 2025 seront développées pour amplifier la désaisonnalisation sur 2025 (printemps) sur les marchés de proximité

(France, Italie, Suisse, Belgique, Allemagne principalement). Il sera également prospecté de nouvelles clientèles sur le Royaume Uni, la Scandinavie, les USA et le Canada.

Pour ce faire, l'ATC pourra s'appuyer sur 4 nouveaux partenaires spécialisés choisis en 2024 par marchés publics. Cette nouvelle organisation va amplifier les actions menées sur le web. De plus, l'ATC va renforcer sa base datas c'est-à-dire les contacts clients et prospects appartenant à l'ATC. L'ATC pourra donc mener dès 2025 plus de campagnes, plus ciblées, et ce sur l'ensemble des marchés Europe et monde.

En 2025 l'ATC continuera également à s'appuyer sur toutes les opérations d'envergure qui vont se dérouler sur notre territoire pour en faire autant d'occasions de venir et de revenir en Corse. Ces opérations concerneront tous les thèmes majeurs : gastronomie, deux-roues, culture, sport nature etc... En plus des événements locaux, l'ATC valorisera l'image de la destination sur de nombreux événements en 2025 et ce dès le mois de janvier à Paris (salon de la plongée). Suivront de multiples événements en France continentale, mais aussi en Belgique et en Italie. L'ATC a sélectionné des événements qui se dérouleront très tôt dans l'année et dont les bassins de clientèle disposent de moyens de transports aériens ou maritimes dès le printemps.

Pour 2025, la priorité sera donnée aux marchés France, Italie, Suisse, Belgique, Allemagne, Autriche, Pays Bas et République Tchèque ainsi qu'aux nouveaux marchés tels le Royaume Uni (dont on peut considérer qu'il sera de nouveau un marché à fort potentiel en 2025) mais aussi le Canada et les USA. La Scandinavie n'est pas un nouveau marché, mais sera intégrée dans la campagne à destination de ces marchés majoritairement anglophones.

L'année 2025 verra également la stratégie digitale de l'ATC monter en puissance : une agence de communication 360, une agence d'influence et de réseaux sociaux, une agence spécialisée dans le marketing « datas driven » et une agence spécialisée dans le SEO. Toutes ces entités ont une activité au niveau international. Toutefois, les médias traditionnels ne seront pas délaissés. Ils seront principalement activés sur la France, l'Italie, la Suisse, la Belgique ainsi que l'Allemagne et l'Autriche. Cette stratégie mixte digitale/média va concerner le marché BtoC classique, mais également le BtoB et le MICE (tourisme d'affaires).

A l'issue de cette présentation, les membres du conseil, à l'unanimité, adoptent les orientations du plan de promotion et du programme d'actions 2025 de l'ATC.

3) DECISION MODIFICATIVE N° 1 DE L'ATC.

Mme la présidente rappelle que la décision modificative n°1 du budget de l'exercice 2024 a pour objectif principal de procéder aux réajustements des crédits inscrits au budget primitif par rapport aux recettes perçues après le vote de ce dernier le 8 avril 2024.

M. PERALDI à qui Mme la présidente donne la parole ensuite indique que le montant global des recettes réelles nouvelles s'élève à 165 649,52 € et se détaille de la manière suivante :

- En fonctionnement : 163 093,42 € correspondants à un réajustement de recettes (indemnités journalières, primes attribuées aux employeurs d'apprentis, recettes FEDER Ecolabel, participations des professionnels aux salons) ;
- En investissement : 2 556,10 € correspond à une subvention perçue de l'Agefiph dans le cadre de l'aménagement du poste d'un agent.

Il a par ailleurs été procédé à l'inscription du produit de la taxe additionnelle de séjour pour un montant de 924 636,11€ et à la diminution de la dotation annuelle régionale à hauteur de ce même montant ;

L'élément significatif de cette DM réside, dans l'inscription de la taxe additionnelle dont la collecte s'amplifie année après année, devient plus homogène et couvre mieux le territoire. A terme, cette taxe devrait avoisiner les 2 millions d'euros bénéficiant à la Collectivité. Plus les visiteurs seront nombreux en dehors de la période estivale, plus la taxe de séjour et la taxe additionnelle seront importantes et plus l'autofinancement de l'ATC sera significatif.

Il a été procédé également à la provision constituée pour charges relatives au compte épargne temps de l'ATC pour un montant de 1 843,17 €, à une reprise de la provision déjà constituée pour créances douteuses d'un montant de 6 430 €, à un réajustement des amortissements en rapport avec les dépenses réalisées au titre des subventions versées et des immobilisations corporelles et incorporelles acquises conformément à l'instruction comptable M57, et en dernier lieu à un réajustement des lignes budgétaires en fonction des dépenses réalisées.

A l'unanimité, les membres du conseil adoptent la Décision Modificative n°1 du budget primitif 2024 de l'ATC

4) AUTORISATION DONNEE A LA PRESIDENTE D'ENGAGER, LIQUIDER ET MANDATER EN 2025 LES DEPENSES D'INVESTISSEMENTS ET LES AIDES INDIVIDUALISEES DANS LA LIMITE DU QUART DES CREDITS DE L'EXERCICE PRECEDENT.

Mme la présidente rappelle que le budget prévisionnel 2025 de l'ATC ne pouvant être voté qu'après celui de la Collectivité de Corse, il ne pourra donc être effectif, au plus tôt, que fin mars ou avril 2025.

Cependant précise M. PERALDI, l'ATC a besoin durant le premier trimestre 2025 de renouveler certains de ses équipements et d'en d'acquérir de nouveaux, nécessaires à son

fonctionnement, ainsi que de verser les aides individualisées à caractère pluriannuel incluses dans une autorisation de programme votée lors des bureaux au cours des années précédentes.

En conséquence et conformément aux dispositions extraites de l'article L1612-1 du code général des collectivités territoriales il est proposé de bien vouloir autoriser Mme la présidente à engager, liquider et mandater les dépenses d'investissement à hauteur maximale du quart de la dotation 2024 de l'établissement, soit 137 500 € ainsi que les dépenses afférentes aux aides individualisées à caractère pluriannuel à hauteur maximale du quart de la dotation des crédits de paiement prévus en 2024 pour les autorisations de programmation à hauteur de 1 068 750 €.

A l'unanimité, les membres du conseil se prononcent favorablement.

A la suite de l'adoption du dernier rapport devant faire l'objet d'une délibération et ainsi qu'il est d'usage, M. MORETTI effectue un point d'information sur les individualisations du dernier Bureau de l'ATC en date du 13 novembre 2024.

Puis M. SIMONI, responsable de l'Observatoire du tourisme présente une synthèse de la commission Observation qui s'est tenue le 13 novembre 2024.

Son propos introductif a permis de rappeler la mission de l'Observatoire, ses objectifs, moyens humains et techniques. Travaux réalisés, en cours et à venir ont été exposés, au premier rang desquels figurent le dossier stratégique de l'achat de flux aérien, la création de groupements de commandes relatifs aux données des secteurs aérien et locatif, les multiples partenariats concrétisés et la réalisation de notes de conjonctures (hébergement et transport), permettant un suivi de l'activité touristique et faisant l'objet de publications de l'Observatoire sous la forme de Cahiers du tourisme régulièrement mis en ligne.

Les données de bilan de saison ont également été communiquées. Les éléments du trafic de passagers démontrant une avant-saison en hausse par rapport à 2023 et un cumul de passagers de janvier à octobre similaire au plus haut niveau historique de 2018. La présentation de tendances longues a permis de mesurer la spectaculaire hausse globale du trafic aérien depuis 20 ans, fortement soutenu par le développement des lignes low-cost. Les données issues de l'outil Flux Vision Orange permettant un suivi des nuitées réalisées en Corse ont également pu être précisées, avec un total de 35 millions de nuitées réalisées à fin octobre 2024. Enfin, les éléments relatifs au secteur locatif ont également été abordés, avec notamment une offre active de près de 30 000 meublés de tourisme, correspondant à une hausse de 60 % sur la période 2019-2024.

M. MORETTI expose ensuite quant à lui les éléments évoqués lors de la commission développement qui s'est tenue le 27 novembre dernier et au cours de laquelle a été effectuée la synthèse des aides attribuées dans le courant de l'année, que ce soit au niveau des aides directes ou de l'avance remboursable. Il fait part des diverses opérations

au long cours telles que la structuration de l'itinéraire GT20, la diffusion de l'écolabel européen en Corse et la labélisation de la destination Corse sous l'égide du label international Green Destinations.

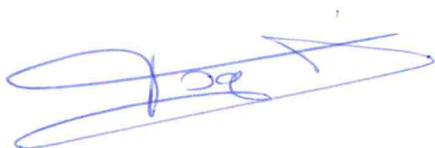
M. MORETTI renseigne ensuite les membres du conseil sur deux conventions :

- La première a été établie entre l'ATC et la FFRAAC (Fédération des Foires Rurales Agricoles et Artisanales de Corse). L'action de la FFRAAC vient en appui de la stratégie de l'ATC, découlant du PADDUC, d'orientation du tourisme vers une valorisation de l'identité de la destination Corse. Un projet de création de produits touristiques est envisagé avec également le concours de l'ODARC pour une valorisation des foires et des « Routes des sens authentiques » ;
- La seconde est celle conclue entre l'ATC et ISSEHO (Entreprise de l'économie sociale et solidaire basée à Aiacciu). L'objectif étant l'animation d'un réseau d'acteurs s'engageant dans la transition écologique du tourisme corse, dans le sens des efforts déployés par l'ATC pour mettre en œuvre le PADDUC.

L'ordre du jour étant épuisé, Mme la présidente remercie à nouveau les membres du conseil pour leur présence et pour leur engagement.

La séance est levée à 15h45.

La secrétaire de séance

A stylized signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Muriel FAGNI

La Présidente

A stylized signature in blue ink, featuring a large loop at the top and a long vertical stroke extending downwards.

Angèle BASTIANI