



REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 10 FEVRIER 2025

RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 10 DI FERRAGHJU DI U 2025

RAPPORT DE LA PRESIDENTE

RAPORTU DI A PRESIDENTE

Objet :
Ughjettu :

Projet d'implantation d'une Maison de la Corse en Italie.
Prugettu d'impiantu d'una Casa di a Corsica in Italia.

La Collectivité de Corse (CdC), au travers de son engagement constant en faveur d'un tourisme durable et équilibré, place la valorisation de l'identité insulaire et son rayonnement international au cœur de sa stratégie. Dans cette dynamique, le projet des Maisons de la Corse, incarné par la création du Palazzu di a Corsica à Rome, représente une initiative ambitieuse et structurante. La création d'un bureau de représentation en Italie par la CdC, dont l'objet est la mise en œuvre des orientations qu'elle a fixées pour la promotion et le développement du tourisme en Corse, constitue une action extérieure de la CdC qui souhaite confier à l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) la réalisation et l'animation de la structure.

Portée par l'ATC, cette structure s'inscrit pleinement dans les orientations stratégiques définies par le PADDUC, visant à déconcentrer le tourisme dans le temps, l'espace et les bassins de provenance, tout en renforçant les liens culturels et économiques entre la Corse et ses partenaires internationaux, à commencer par l'Italie, voisin trop longtemps négligé par les politiques publiques.

En effet, la Corse et l'Italie partagent une histoire profonde et étroitement entrelacée, ancrée dans une proximité géographique qui a façonné des échanges humains, culturels et économiques au fil des siècles. La mer Tyrrhénienne, plus qu'une frontière, a été un trait d'union permettant des interactions continues, de la civilisation étrusque à la République de Gênes, en passant par l'Empire Romain ou le Saint-Siège. Si l'Italie en tant que pays est une création récente, elle est une réalité culturelle millénaire dans laquelle notre île a pris toute sa part. Les liens sont encore partout présents : dans la langue, les traditions, les pratiques religieuses, le patrimoine architectural, mais également dans la toponymie ou les patronymes. Cette filiation historique confère à la Corse une singularité culturelle en Méditerranée, une culture unique, profondément corse, mais également un pont entre les mondes francophones et italophones.

Revivifier ces liens, notamment à travers des projets tels que le Palazzu di a Corsica, permet non seulement de renforcer un héritage commun, mais aussi de capitaliser sur une affinité culturelle unique pour promouvoir des relations touristiques, économiques et institutionnelles durables entre l'île et la « terra ferma ».

Rome est un choix stratégique par excellence. La ville offre un hub touristique et culturel majeur. Cette implantation répond à un objectif double et complémentaire :

- **Diversifier les marchés émetteurs et amplifier l'augmentation désormais avérée de la clientèle internationale dans la fréquentation de la Corse.**

Les derniers chiffres de l'Observatoire de l'ATC et de l'INSEE concernant la saison 2024 montrent une augmentation de cette clientèle : une dynamique qu'il

convient d'amplifier. Le marché italien constitue le second contributeur de clientèle étrangère (juste derrière l'Allemagne) avec 3,6 millions de nuitées soit 23% du total des nuitées « étrangères ».

Ainsi, le projet illustre une volonté claire de **désaisonnalisation** et de promotion d'une destination « premium ». Il vise à stimuler les flux hors-saison, en cohérence avec la politique de montée en gamme et l'accent mis sur l'arrière-saison, déjà marqués par des résultats significatifs en 2023 et 2024.

- **Ancrer durablement la présence de notre île dans une capitale européenne clé, qui présente un fort potentiel d'attractivité pour la Corse et des opportunités de coopération.**

L'aéroport international de Rome Fiumicino a été sacré en 2024 meilleur d'Europe pour la sixième fois au cours des sept dernières années dans la catégorie des aéroports de plus de 40 millions de passagers par l'association commerciale internationale Airport Council International (ACI) Europe qui récompense chaque année les aéroports européens qui ont atteint l'excellence dans différents secteurs. Aussi, la présence de la compagnie régionale « Air Corsica » dans cet aéroport constitue un levier majeur pour atteindre nos objectifs de déconcentration en synergie, concomitamment avec l'opération d'achat de flux aériens en cours dans le ciel européen.

Le Palazzu di a Corsica servira non seulement de vitrine touristique mais aussi de lieu de synergies institutionnelles, économiques et culturelles, en mettant en avant la richesse du patrimoine insulaire, sa gastronomie, son savoir-faire artisanal.

En cohérence avec ces objectifs la localisation du projet a fait l'objet d'une prospection ciblée dans des zones stratégiques de Rome ; préférentiellement dans ou à proximité du centre historique, proche de quartiers d'affaires accueillant des hôtels de renommée ainsi que des sièges de grandes entreprises italiennes et internationales ; c'est à dire autant de futurs clients ou visiteurs du Palazzu, comme de potentiels prospects pour travailler à l'accroissement de la clientèle italienne et à sa désaisonnalisation estivale sur la destination Corse.

Dans cette perspective, le Palazzu di a Corsica entend proposer des nouveaux modes opératoires qui correspondent aux tendances émergentes du marché pour contribuer au développement de la clientèle italienne. Il serait conçu à la manière d'un concept-store accueillant, dans un même lieu, divers univers emblématiques de la Corse avec des outils numériques pour faire connaître et mettre en valeur la Corse :

- dans toutes ses dimensions (géographie, culture et identité, art de vivre, économie, capital environnemental préservé au caractère authentique...)

- de manière innovante (approches immersive, expérientielle, multisensorielle et virtuelle en réalité augmentée...).

Les Agences et Offices de la Collectivité ainsi que d'autres partenaires institutionnels (Offices de Tourisme) seront bien évidemment parties prenantes à ce projet. La promotion des entreprises corses (pas uniquement celles du secteur touristique) sera également favorisée. Nous pourrons valoriser nos filières d'excellence, qu'elles soient économiques, agricoles, universitaires, et ainsi développer des partenariats et des échanges.

En effet, le Palazzu di a Corsica entend aussi se positionner comme une véritable structure logistique d'appui aux acteurs privés et institutionnels de la Corse, en mettant à disposition des espaces équipés et adaptés aux profils de projet : showroom permanent, espace dégustation, corner d'expo, boutique éphémère, comptoir de vente avec espace numérique, salle de Visio-réunion...

Il proposerait aussi des services d'accompagnement à des démarches de prospects comme de développement avec des modes opératoires en rapport avec les besoins des acteurs corses (organisation d'opérations spécifiques de promotion, ciblages de prospects et accueil de « voyagistes » et prescripteurs de la Corse, sensibilisation de réseaux de commercialisation, opérations RP ciblées, organisation de journées spéciales ou thématiques, établissement de base de données clients et veille sur des opérations d'évènementiels et de promotion en Italie...).

L'aspect événementiel y sera très important : des prestations musicales, culturelles, dégustations et tous types d'animations en lien avec la Corse pourront être organisés de manière récurrente et dans de nombreux formats jusqu'à 100 personnes.

La mise en place du Palazzu va nécessiter la location et l'équipement de locaux mais également l'affectation de personnel pour faire fonctionner la structure. Nous estimons à 280 000 Euros le coût de l'aménagement initial de l'espace.

Le coût du fonctionnement, incluant la location du bâtiment (300 m²), la rémunération du personnel et l'organisation d'évènements se monte à environ 430 000 € la première année. Les personnels affectés seront au nombre de cinq : un responsable de la structure (agent de l'ATC), deux assistants (CDD de droit italien) et deux Volontaires Internationaux en Entreprise. Pour rappel le budget annuel de l'agence en 2024 est d'environ 17 millions € et le montant qui a pu être dédié à la promotion cette année est de 5,8 millions €.

La Maison de la Corse en Italie représente une pierre angulaire dans la stratégie globale de l'ATC et de la Collectivité de Corse, en renforçant l'attractivité insulaire tout en diversifiant ses publics et en consolidant des liens institutionnels durables avec ses voisins européens.

Palazzu di a Corsica à Rome ambitionne de promouvoir les intérêts de la Corse en Italie, telle une représentation touristique, économique et culturelle, qui marquerait ainsi notre présence durable et toute l'année sur ce marché italien si

proche historiquement, culturellement et économiquement.

Il s'agit d'un projet innovant imaginé comme une invitation à partager l'essence même de la Corse, tout en la projetant avec force sur la scène internationale. Ce profil de projet n'est pas expressément prévu dans les statuts de l'Agence, alors que ses attendus comme ses contenus opératoires relèvent du cœur de métier de l'Agence du Tourisme de la Corse.

C'est pourquoi, il vous est demandé aujourd'hui de bien vouloir vous prononcer sur l'adoption de ce rapport avant son examen lors d'une prochaine session de l'Assemblée de Corse.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.