



# Guide des Aides au Tourisme 2022-2027

## *Guida di l'Aiuti di u Turisimu 2022-2027*

### Propositions d'amendements

## SOMMAIRE

### AXE I. L'ORGANISATION ET LA STRUCTURATION DU TERRITOIRE

#### A. LE RESEAU DES OFFICES DE TOURISME

**Mesure 1.1 Le soutien au fonctionnement des Offices de Tourisme**

**Mesure 1.2 Les contrats de développement territorialisés**

#### B. L'AMENAGEMENT DES TERRITOIRES TOURISTIQUES

**Mesure 1.3 Les projets structurants des territoires**

**Mesure 1.4 La transition écologique du nautisme**

### AXE II. L'ACCOMPAGNEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

#### A. L'OFFRE D'HEBERGEMENT

**Mesure 2.1 Le soutien à l'hébergement hôtelier en toutes zones : les outils financiers**

**Mesure 2.2 Le soutien à l'hébergement en toutes zones : la labellisation**

**Mesure 2.3 Le soutien à l'hébergement rural avec l'aide directe**

#### B. L'OFFRE D'ACTIVITE

**Mesure 2.4 Le soutien aux activités de loisir**

**Mesure 2.5 Le soutien au développement du cyclotourisme**

**Mesure 2.6 Le soutien aux évènements**

**Mesure 2.7 Le soutien au tourisme d'affaires**

### AXE III. L'ACCOMPAGNEMENT SOCIAL DES ACTEURS : FORMATION ET EMPLOI

**3.1 La montée en compétence des acteurs**

**3.2 Le soutien à l'emploi hôtelier**

### AXE IV. INGENIERIE - INNOVATION - NUMERIQUE

**4.1 Le soutien à l'ingénierie de projet**

**4.2 Le soutien à l'innovation et aux investissements numériques**

### ANNEXES

## **AXE I. L'ORGANISATION ET LA STRUCTURATION DU TERRITOIRE**

L'aménagement du territoire peut être perçu sous l'angle des investissements structurants nécessaires au développement économique et social mais également sous l'angle du fonctionnement du territoire résultant d'une méthode d'organisation des acteurs locaux en lien avec la gouvernance régionale.

### **A. LE RESEAU DES OFFICES DE TOURISME DE CORSE**

La vingtaine d'Offices de Tourisme de Corse, à laquelle il faut ajouter 12 Bureaux d'Information Touristique, couvrent la totalité du territoire insulaire dans un maillage de stations touristiques anciennes et plus récentes allant du littoral à l'espace montagnard. Ce réseau au service de l'accueil, de l'information, de l'animation et de la promotion touristique des territoires, emploie 140 salariés permanents ainsi qu'une centaine de personnels saisonniers.

Parmi les offices et agences de la Collectivité de Corse, l'Agence du Tourisme de la Corse constitue une exception avec l'opportunité de s'appuyer sur un tel réseau d'acteurs de terrain, gestionnaires du quotidien de l'offre touristique des territoires de la destination Corse.

En 2018, la totalité des budgets des offices de tourisme de Corse était d'un peu plus de 12 millions d'euros. Environ 15% de cette masse budgétaire, soit 1,8 millions d'euros, étaient consacrés à la promotion. Cet exemple illustre la nécessité d'une politique coordonnée afin de mutualiser les ressources et d'optimiser les actions entre l'ATC et les territoires.

Le rôle des intercommunalités, dans la mise en œuvre de la politique touristique, a quant à lui été renforcé par la loi NOTRe transférant de plein droit une compétence obligatoire en matière de « *promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme* » aux communautés d'agglomération et aux communautés de communes en lieu et place des communes membres. Ce transfert de compétence a été toutefois atténué par le possible maintien d'offices de tourisme communaux sur dérogation dans le cas d'existence de marques territoriales protégées.

#### **Mesure 1.1 Le soutien au fonctionnement des Offices de Tourisme**

Les Offices de Tourisme sont financés à 80% par la taxe de séjour qui représente pour l'ensemble des structures un volume de près de 8,5 millions d'euros qui tend à progresser par l'amélioration de la collecte imputable notamment aux plateformes de commercialisation.

L'autre ressource qui a été développée par les Offices de Tourisme est liée à la commercialisation d'offres locales : visites guidées, billetterie d'évènements, organisation et/ou accompagnement d'évènements, création de leurs propres produits, ... Cette seconde ressource est évaluée à environ 2 millions d'euros.

La troisième ressource émane de partenariats avec les socioprofessionnels pour financer différents supports de communication dédiés à la promotion des territoires.

## Objectifs de la mesure d'aide

L'aide au fonctionnement des Offices de Tourisme interviendra pour permettre à ces structures de mener à bien des projets leur permettant de progresser qualitativement dans le cadre de leurs missions au service du territoire.

L'ATC sera attentive à ce que cette progression en qualité et en compétence se fasse dans une logique d'évolution des métiers exercés par les OT : développement territorial, développement commercial, structuration d'une offre « à consommer », ...

## Bénéficiaires

- Offices de Tourisme classés en catégories 1 et 2.
- Offices de Tourisme non-classés sous réserve de contrainte budgétaire ne permettant pas de salarier un effectif de 4 équivalents plein temps (1 responsable et 3 collaborateurs).
- Fédération Régionale des Offices de Tourisme de Corse (FROTSI).

## Conditions d'éligibilité

- Analyse financière de la structure par un regard sur les éléments suivants :

- Résultat d'exploitation des 3 dernières années,
- Evolution de la taxe de séjour sur les 3 dernières années,
- Evolution du soutien de l'ATC sur les 3 dernières années.

1. Si le résultat est positif ou la taxe de séjour en progression → Pas de soutien sauf justification par un projet, hors investissement, nécessitant une aide pour boucler le plan de financement,
2. Si le résultat est négatif → Soutien limité sur justification d'un projet nécessitant une aide pour boucler le plan de financement,
3. Si la taxe de séjour est en régression → Soutien limité à la compensation partielle de la perte de taxe de séjour (sans possibilité d'obtention de soutien deux années consécutives, celui-ci ne pouvant pallier une tendance structurelle).

- Critères d'éligibilité :

- L'OT privilégie une intégration urbanistique et paysagère en relation avec son territoire en utilisant des matériaux locaux (*pierre, bois, ...*) et de préférence selon des règles d'éco-conception,
- Des aménagements intérieurs de qualité contribuant à donner un caractère authentique et accueillant à l'OT,
- Existence d'une vitrine dédiée aux savoir-faire et aux productions locales,

- Informations sur les marchés de producteurs ainsi que les évènements labelisés par la Fédération des Foires Rurales Artisanales et Agricoles de Corse (FFRAAC),
- Diffusion d'images et/ou de musiques mettant en avant les productions insulaires,
- Diffusion d'informations sur le patrimoine naturel et culturel (préhistoire, histoire, sites classés, réserves naturelles, terroir et gastronomie),
- A compétences égales, l'OT privilégie l'emploi au niveau local,
- Engagement environnemental de l'OT sur au moins trois aspects : eau, énergie, déchets, achats verts, biodiversité,
- Adhésion à l'un des niveaux de certification de la Charte de la Langue Corse (Délibération N° 037/137 de l'Assemblée de Corse approuvant le plan stratégique d'aménagement et de développement linguistique pour la Langue Corse).
  - \* Pour les structures de catégorie I : six critères sur neuf sont obligatoires,
  - \* Pour les structures de catégorie II : cinq critères sur neuf sont obligatoires,
  - \* Pour les structures de catégorie III et non classées : quatre critères sur neuf sont obligatoires.

- Critères complémentaires obligatoires :

- Connexion au Système d'Information Touristique Territorial de la Corse.
- Adhésion à la marque Safe Corsica ou tout autre marque territoriale de l'ATC.

## Nature de l'aide

Montant forfaitaire annuel selon la catégorie de classement<sup>1</sup> ou de la demande de classement :

- Catégorie 1 : 15 000 €
- Catégorie 2 : 10 000 €
- Non-classés et OT bénéficiant toujours du classement en catégorie 3 : 5 000 €

(Une majoration de 10 000 € est possible pour les OT des territoires sans façade littorale)

---

<sup>1</sup> Par arrêté ministériel du 16 avril 2019, de nouveaux critères de classement ont été fixé pour les Offices de Tourisme. Entré en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2019, cet arrêté institue deux catégories pour le classement en supprimant l'ancienne catégorie 3 qui était relative aux structures de petite taille.

En catégorie 1, l'OT doit respecter 15 critères permettant le développement d'une politique de promotion touristique et d'amélioration de services

En catégorie 2, l'OT doit respecter 13 critères facilitant la promotion touristique.

Le classement de l'office de tourisme en catégorie 2 permet aux communes de sa zone de compétence d'obtenir la dénomination de commune touristique et le classement en catégorie 1 permet d'accéder au classement en station de tourisme qui constitue la reconnaissance d'un accueil d'excellence.

- FROTSI : soutien plafonné à 30 000€, dans la limite de 40% du budget global de la fédération et sur la base d'un plan d'action annuel.

## **Mesure 1.2 Les contrats de développement territorialisés**

### **L'organisation territoriale du tourisme Corse**

Par la loi du 13 mai 1991, « *portant statut de la Collectivité Territoriale de Corse* », est créée l'Agence du Tourisme de la Corse sous la forme d'un EPIC, doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière, et sur lequel la Collectivité exerce son pouvoir de tutelle.

Avec la loi du 22 janvier 2002 « *relative à la Corse* », la forme de l'outil ne changera pas mais la compétence tourisme sera totalement transférée à la Collectivité Territoriale de Corse avec, notamment, les affaires liées au classement des stations et des structures d'hébergement dont l'ATC aura désormais la charge.

L'organisation territoriale du tourisme en Corse est aujourd'hui composée des éléments suivants :

- 1 chef de file avec l'Agence du Tourisme de la Corse,
- 9 territoires correspondant aux 9 bassins d'accueil touristiques définis par le PADDUC :
  1. Pays touristique de Bastia
  2. Pays touristique Castagniccia Mare è Monti
  3. Pays touristique Corse Orientale
  4. Pays touristique Sud Corse
  5. Pays touristique Taravu-Sartinese-Valincu
  6. Pays touristique d'Aiacciu
  7. Pays touristique Ouest-Corsica
  8. Pays touristique de Balagna
  9. Pays touristique Centru di Corsica



- 19 établissements publics de coopération intercommunale,
- 20 Offices de Tourisme dont 18 OTI et 2 OMT.

Par son volet tourisme entré en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2017, la loi NOTRe a contribué à la simplification de l'armature touristique institutionnelle de la Corse.

En effet, il en résulte une réduction du nombre d'intercommunalités de 30 à 19 et une réduction du nombre d'Offices de Tourisme et Syndicat d'initiative de 32 à 20.

Cependant, le regroupement des structures favorisé par la loi n'aura véritablement de sens que s'il se traduit par un mode opératoire privilégiant une logique de projet.

Cette architecture institutionnelle présente des avantages certains comparativement à celles des régions françaises, notamment en l'absence de l'échelon départemental qui

constitue une strate supplémentaire en termes de partage de compétences et ajoute un élément de complexité à la gouvernance de l'écosystème touristique.

De plus, la Corse, avec sa pluralité de territoires, n'en reste pas moins perçue par les clientèles dans son unicité, ce qui n'est plus forcément le cas de certaines régions « augmentées » résultant de l'acte III de la décentralisation.

**La Collectivité de Corse est géographiquement et historiquement, socialement et économiquement, une collectivité de territoires.**

Les territoires de Corse constituent le cœur de l'offre touristique de la destination : ils en sont la richesse ainsi que l'outil d'une meilleure répartition spatiale de l'activité.

Cette diversité constitue un avantage concurrentiel majeur faisant de la Corse une véritable mosaïque de la Méditerranée, une destination multidimensionnelle contrairement à la plupart de ses concurrentes.

Il est désormais fondamental de mettre en perspective permanente l'action régionale et celle des territoires dans un processus ascendant et descendant.

Aucun système cohérent ne saurait s'affranchir de cette exigence parce qu'il ne peut y avoir d'outils performants à l'échelle locale et à l'échelle de la Corse que s'ils sont imbriqués et fonctionnent en complémentarité.

Cette nouvelle génération d'organisation territoriale du tourisme en Corse doit aboutir à une architecture originale et performante parmi les régions françaises qui confèrera à la destination Corse une force lui permettant de compenser ses contraintes.

Les « Contrats de développement territorialisés » sont le reflet de cette volonté de réflexion, d'organisation et d'action autour d'objectifs et de moyens communs.

### **Objectif de la mesure**

Sous le chef de filât de l'ATC, les territoires du tourisme corse doivent se structurer en territoires de projet s'articulant avec la stratégie de la CdC dans le cadre :

- D'une stratégie partagée et intégrée de développement touristique (développement de l'offre, observation, communication),
- D'un partenariat naturel et renforcé,
- D'actions mutualisées.

Il appartient désormais de donner un contenu opérationnel au partenariat entre le chef de file et les territoires, contenu formalisé à travers un cadre contractuel triennal **assorti d'un engagement annuel** permettant de faire d'une compétence partagée une compétence coordonnée.

Ces contrats de partenariat sont la mise en œuvre d'une méthode commune à l'échelle des 9 territoires composant la destination Corse. Ils nourrissent l'ambition d'être le lien entre les besoins territoriaux et la stratégie de la destination Corse et se déclinent en 5 volets (détails en annexe 1) :

- **AXE I. STRUCTURATION DE L'OFFRE**

Mesure 1 : Elaboration d'un schéma de développement touristique territorial

Mesure 2 : Soutien à l'offre d'hébergement

~~Mesure 3 : Construction d'une offre thématique par saison~~

- AXE II. ACCÈS AU PRODUIT MARKETING DE LA DESTINATION - STRATEGIE NUMÉRIQUE**

Mesure 1 : ~~Faire évoluer la visibilité des territoires touristiques vers une offre segmentée en cohérence avec la stratégie numérique de l'ATC~~

Mutualisation des outils DATA SITTCO

~~Mesure 2 : Accompagner les professionnels dans la montée en compétences numériques~~

Mesure 2 : Création d'idées séjours par saison

Mesure 3 : Mettre en œuvre une stratégie territoriale concertée de management des réseaux sociaux

~~Mesure 3 : Renforcer la stratégie sur les réseaux sociaux~~

- **AXE III. POSITIONNEMENT MARKETING TOURISME EXPÉRIENTIEL ET DÉVELOPPEMENT DURABLE**

Mesure 1 : Soutien à l'ingénierie pour la création d'une offre expérientielle

Mesure 2 : Soutien à l'investissement pour la création d'une offre expérientielle

- **AXE IV. MARKETING ET PROMOTION CONCERTEE**

~~Mesure 1 : Une observation performante~~

Mesure 1 : Participation aux opérations

Mesure 2 : Organisation des accueils-presse par les territoires

- **AXE V. ANIMATION DU CONTRAT**

#### **Bénéficiaires**

Les Offices de Tourisme classés en catégories 1 et 2 peuvent solliciter la signature d'un contrat de développement territorialisé avec l'ATC, soit directement, soit via leur structure intercommunale dans le cas d'un service public administratif.

Les OT classés en catégorie 3 ou non-classés seront associés sur le « volet territorial convergeant » qui est transversal aux différents axes et amène l'OT signataire à collaborer avec au moins un autre OT du territoire, notamment au niveau de la structuration de l'offre et de la participation aux opérations de promotion.

## Conditions d'éligibilité et financements

- Afin de garantir un équilibre dans la mise en œuvre du contrat, son exécution **sur 3 ans** respectera une répartition financière par volets telle que ci-dessous.

Axes	Répartition par axes
I. Structuration de l'offre	30% maxi
II. Accès au produit - Stratégie numérique	30% mini à 40% maxi
III. Positionnement marketing : tourisme expérientiel et développement durable	10% à 20% maxi
IV. Marketing et promotion concertée	20% mini à 35% maxi
V. Animation	30 000 € maxi

- Le volume financier global du contrat (ATC + maître d'ouvrage) s'établira entre 80 000€ et 100 000€ par an **sur 3 ans**.
- Le taux d'intervention de l'ATC sera relatif au niveau de taxe de séjour collectée sur le territoire de l'OT :

Volume de taxe séjour collecté	Taux d'intervention ATC
Inférieur à 100 000€	80%
De 100 000 à 500 000€	70%
Supérieur à 500 000€	60%

- Un acompte de 20% pourra être versé sur justification du début d'exécution de l'opération (attestation conjointe de l'ordonnateur et de son comptable public ainsi que pièces justificatives de la dépense réalisée).

- L'ATC ne financera pas les éditions hors :

- Cartes de territoire
- Topoguides des randonnées à l'échelle du territoire
- Itinéraires de découverte culturels à l'échelle du territoire
- Documents à destination de clientèles souffrant de handicaps

Ces documents devront se faire en cohérence avec la charte graphique de l'ATC.

- L'ATC ne financera pas le petit matériel de bureau : ordinateur, imprimante, photocopieur, ...
- La signature d'un contrat de développement territorialisé ne sera pas cumulable avec le soutien au fonctionnement des OT.

## B. L'AMENAGEMENT DES TERRITOIRES TOURISTIQUES

S'il est admis qu'une économie touristique bien pensée est le fruit d'un partenariat réussi entre l'action publique menée par des collectivités et le dynamisme des entreprises du secteur privé, alors les investissements structurants sont garants de la qualité et des ambitions de l'offre touristique des territoires.

La structuration de l'offre est au cœur de la problématique touristique institutionnelle : l'évolution de la demande, l'expression de nouvelles attentes, la concurrence de nouveaux marchés, la multiplication des modes de diffusion et d'accès à l'information, conduisent à repenser le contenu et la formalisation de l'offre touristique. Aujourd'hui, au-delà de la notoriété, l'attractivité est une préoccupation majeure des collectivités locales et la réussite de la stratégie territoriale est un des enjeux majeurs de la politique publique.

L'ATC propose d'aider les investissements permettant de promouvoir une offre de qualité génératrice d'emploi, d'attractivité de la destination, de valorisation de l'identité, de développement durable, de créativité et d'innovation, ainsi que de contribution du tourisme à une meilleure cohésion sociale.

### **Mesure 1.3 Les projets structurants des territoires**

Tout espace à une valeur issue d'un vécu, d'une histoire, d'évènements et de pratiques sociales et culturelles.

Apparu récemment à l'échelle du temps des territoires qui sont sa raison d'être, le tourisme est venu constituer un nouvel enjeu pour la préservation de sites très fréquentés et la manière dont on s'organise pour offrir une découverte de ces espaces en privilégiant l'interaction entre les ressources patrimoniales, les ressources humaines, la population locale, les professionnels et les voyageurs.

Dans cet esprit, l'ATC souhaite apporter un soutien à tout projet public ou privé permettant d'apporter une contribution à la structuration de l'offre territoriale.

#### **Objectif de la mesure d'aide :**

Fédérer les acteurs institutionnels et les partenaires privés autour d'un projet en accord avec la stratégie de l'ATC :

- Proposer une offre touristique désaisonnalisante, accroître la valeur ajoutée et permettre la création d'emplois permanents,
- S'inscrire dans une démarche de tourisme durable,
- Valoriser l'identité des territoires,
- Fidéliser les clientèles en améliorant la qualité globale de l'expérience visiteur (connaissance des tendances et des nouveaux usages...),
- Améliorer la proposition en termes d'offres ludiques et interactives, d'outils de médiation et d'interprétation, ....,

- Associer la population locale (le bon aménagement touristique étant aussi celui qui est partagé par les résidents).

## **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

## **Conditions d'éligibilité**

Peuvent-être concernés :

- Les sites culturels et les routes thématiques,
- Les sites archéologiques et historiques,
- Les sites naturels littoraux (plages et arrières-plages, sentier littoral et sentiers thématiques, infrastructures nécessaires aux activités de loisir, investissements permettant l'accessibilité des personnes en situation de handicap, ...),
- Les sites naturels ruraux et de montagne (sentiers thématiques, plan d'eau, infrastructures nécessaires aux activités de loisir, ...),
- Les aménagements et équipements liés aux sports et loisirs de nature (hors activités mécanisées à moteur thermique),
- Investissements nécessaires à l'amélioration de la qualité de l'accueil (sites et espaces culturels et patrimoniaux, offices de tourisme, bureaux d'information touristique, maison de sites, aires de repos, panoramas, systèmes d'accueil mobile durables ...),
- Offre de médiation et d'interprétation (signalétique traditionnelle et toutes possibilités technologiques actuelles),
- Gestion des flux sur les sites et anticipation des phénomènes de sur-fréquentation notamment par l'aménagement et la proposition de nouvelles offres, le traitement et l'aménagement des abords avec une haute exigence en matière d'intégration paysagère notamment dans le domaine de la gestion du stationnement.
- Intégration de la notion de patrimoine immatériel faisant référence à la préservation des savoir-faire, mise en tourisme des productions identitaires.

## **Nature de l'aide**

### **Opérateurs publics :**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 60% sur une base éligible minimum de 25 000€ et maximum de 500 000€ soit un montant d'aide maximum de 300 000€.

(Le taux d'intervention sera porté à 80% **maximum** dans le cadre d'investissements concernant des personnes en situation de handicap).

### **Opérateurs privés :**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 50% sur une base éligible minimum de 25 000€ et maximum de 500 000€ soit un montant d'aide maximum de 250 000€.

## **Mesure 1.4 La transition écologique du nautisme**

Au sein du bassin nord occidental de Méditerranée, la Corse, avec son littoral de plus de 1000 km de côtes, génère une forte attractivité sur la navigation de plaisance. Cette activité est un moyen de découverte extraordinaire de la destination mais elle induit également une pression grandissante sur un environnement fragile.

Avec 11 098 places dont 8 182 postes à quai répartis sur 22 ports de plaisance, 9 ports abris et 19 ZMEL (zones de mouillage organisées), la Corse doit désormais œuvrer à un développement intégré et raisonné permettant d'optimiser les retombées économiques tout en diminuant le plus possible l'impact sur le milieu.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

En tenant compte à la fois des besoins infrastructurels de l'activité nautique en Corse et des attentes des plaisanciers, du rapport entre la pression touristique et la préservation du milieu marin, l'ATC propose les axes de développement suivants :

- Accélérer la transition écologique des ports,
- Favoriser la gestion dynamique de la disponibilité des places dans les ports,
- Favoriser l'équipement des sites soumis à une forte pression,

L'ATC a très fortement soutenu sur trois programmations financières des aménagements permettant aujourd'hui aux ports de plaisance corses d'offrir un niveau de services supérieur à la moyenne française. Les principaux efforts restant à produire portent sur la qualité environnementale que ce soit au niveau de l'accueil dans les ports ou à l'extérieur des ports.

#### **• L'accueil dans les ports : accélérer la transition écologique**

Dans ce domaine, l'OEC a développé une expertise autour de la certification « Port propre », seule démarche de gestion environnementale des ports de plaisance à l'échelle européenne.

A ce jour, cette certification ne concerne que deux ports insulaires : Bunifaziu et San Fiorenzu. L'objectif serait d'amener une majorité de ports corses vers cette certification lors des 6 prochaines années.

#### **• L'accueil à l'extérieur des ports : organiser les mouillages**

Il existe à la fois un besoin d'adaptation des mouillages organisés existants et une nécessité de créer de nouvelles ZMEL dans un souci de préservation des milieux.

Un réseau de mouillages sur des sites pilotes stratégiques permettrait d'en structurer professionnellement le fonctionnement.

Les zones de mouillage et d'équipements légers (ZMEL) ont vocation à participer au développement durable des zones côtières, en conciliant les intérêts de la navigation de plaisance, la sécurité et la protection de l'environnement. Elles proposent aux plaisanciers des équipements plus légers que ceux des ports traditionnels, permettant toutefois une gestion et un contrôle des zones d'amarrage, tout en évitant la

prolifération incontrôlée de mouillages dits sauvages qui posent de nombreuses difficultés de sécurité, de salubrité et de protection de l'environnement.

Les unités dépassant 24 mètres de long demandent une réponse en termes de mouillages organisés qui ne peut être apportée par les ZMEL. En effet, pour le domaine de la « grande plaisance », le SMVM préconise un maillage du pourtour de la Corse avec un réseau de bouées dédiées permettant à ces unités de ne plus se mettre à l'ancre et ainsi d'éviter les dégâts sur l'herbier de posidonie.

### **Bénéficiaires**

### **Opérateurs publics**

### **Conditions d'éligibilité**

- La plupart des investissements nécessitent une phase d'étude préalable finançable sur la mesure 4.1
- Création et modernisation de système permettant une gestion dynamique des places de port pour une optimisation de l'occupation du plan d'eau,
- Création et modernisation des zones de mouillages et d'équipements légers (ZMEL),
- Création de mouillages dédiés à la grande plaisance,
- Investissements structurants liés aux opérations « Ports propres », en complément ou lorsque ceux-ci dépassent la capacité d'intervention de l'OEC.

### **Nature de l'aide**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 70% sur une base éligible de 10 000€ minimum et de 400 000€ maximum.

## **AXE II. L'ACCOMPAGNEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE**

L'action sur l'offre, sa montée en gamme, sa progression qualitative, fait partie des éléments stratégiques majeurs pour la « mise en futur » de la destination Corse.

### **A. L'OFFRE D'HEBERGEMENT**

En 2022, l'offre d'hébergement marchand de la destination Corse est de 170 000 lits pour 6 600 structures (source ATC) réparties de la manière suivante :

- 463 Hôtels
- 213 Campings
- 296 Résidences de Tourisme et Villages de Vacances
- 5 681 Meublés de tourisme

### **Mesure 2.1 Le soutien à l'hébergement hôtelier en toutes zones : les outils financiers**

#### **Objectifs de la mesure d'aide**

- L'hôtel de tourisme

L'hôtellerie corse est composée de petites structures familiales qui ont une belle carte à jouer sur un marché qui, après avoir eu besoin de repères standardisés, est de plus en plus orienté vers une demande recherchant un lieu de vie : « un chez-soi ailleurs ».

On assiste actuellement à un mouvement de fonds qui tend à casser l'uniformisation pour rechercher une personnalisation des structures avec convivialité, accessibilité, confort, technologie et simplification des services.

A cette tendance s'ajoutent les nombreuses initiatives prises par l'hôtellerie en termes d'environnement pour réduire les différentes consommations, préserver la biodiversité, promouvoir l'économie circulaire et l'alimentation responsable.

Par ailleurs, face à la pression concurrentielle des nouvelles formes d'hébergement incarnées par la figure de proue d'*Airbnb*, un vent d'innovation s'est mis à souffler sur l'hôtellerie contemporaine, notamment sur le haut de la gamme puis sur les autres catégories. L'objectif étant de rendre « l'expérience client » la plus marquante possible, de la réservation jusqu'au séjour.

#### • **L'hôtellerie de plein-air**

Des besoins d'investissement en termes de modernisation de l'hôtellerie de plein-air et des résidences de tourisme existent et doivent permettre à ces structures de faire évoluer leur offre au plus près des attentes du marché.

L'hôtellerie de plein air est en pleine évolution avec une demande influant beaucoup sur l'offre. L'hébergement de plein air a connu une mutation avec confort et immersion dans la nature comme facteurs qui priment dans un séjour touristique.

#### • **Les résidences de tourisme**

Avec plus de 20% du poids de l'hébergement marchand en Corse, les résidences de tourisme sont devenues une forme d'hébergement touristique majeure, elles ont démontré une grande capacité d'adaptation aux évolutions de la clientèle. Nées et conçues pour la montagne et le littoral, elles ont cependant su répondre, en milieu urbain à la demande de voyages d'affaires et de courts séjours. Cette forme d'hébergement est une contribution à l'activité des stations touristiques qui pèse en termes d'emplois et, en raison d'un large spectre de clientèle, elles peuvent apporter des réponses aux stratégies de désaisonnalisation.

### **Bénéficiaires**

Hôtels, hôtellerie de plein-air, résidences de tourisme.

### **Conditions d'éligibilité**

- Hôtels classés pour des projets de création, extension, modernisation,
- Hôtellerie de plein-air classées pour des projets de modernisation,
- Résidences de tourisme classées pour des projets de modernisation.

Les franchisés, y compris indépendants, ne pourront être aidés sur ce dispositif.

## **Nature de l'aide**

### **1. L'avance remboursable sur investissement**

Pour accompagner les investissements des acteurs de l'offre d'hébergement hôtelière classée, l'ATC a créé en décembre 2010 le Fonds Régional Corse du Tourisme (FRCT) dédié à l'octroi de prêts à taux zéro.

L'ATC a soutenu sur une décennie, via un instrument financier, près de 250 projets portés par des entreprises d'hébergement touristique (hôtels et campings).

Afin de poursuivre cet effort et favoriser la mise à niveau de l'offre corse, il est plus que nécessaire de poursuivre et d'accentuer ce soutien financier avec le maintien du dispositif d'avance remboursable décliné comme suit :

- En règle générale, le prêt maximum par bénéficiaire pourra atteindre 200 000€,
- Dans des cas particuliers de projets à haute valeur ajoutée emblématiques de la stratégie de développement de la destination, le prêt maximum par bénéficiaire pourra être porté à 400 000 €,
- Plafond d'intervention de 50% HT du projet d'investissement et du financement bancaire,
- Différé d'amortissement est de 3 ans,
- Durée maximum du prêt de 8 ans, exceptionnellement 12 ans (pour les créations).

### **2. L'Avance Remboursable à Court Terme (ARCT) en relais de Crédit d'Impôts**

Après analyse des données de 250 entreprises aidées, il a été constaté que l'on pourrait encore améliorer le dispositif du crédit d'impôt en Corse. En effet, celui-ci n'étant remboursé qu'après un exercice comptable complet, il apparaît souhaitable d'anticiper son versement par une avance remboursable dite « à court terme » selon les modalités suivantes :

- Un prêt maximum par bénéficiaire de 200 000€,
- La durée maximum du prêt est de 24 mois.

Les 2 dispositifs d'avance remboursable sont cumulables dans la limite du respect de la règle de minimis.

### **3. Le crédit-bail immobilier**

Permettant à un organisme bancaire d'acheter un bien immobilier à usage professionnel et de louer ses locaux au client qui pourra acquérir le bien à la fin du contrat de location, le crédit-bail immobilier sera dédié exclusivement aux hôtels de tourisme selon une aide modulable.

## **Mesure 2.2 Le soutien à l'hébergement en toutes zones : la labellisation**

### **Objectifs de la mesure d'aide**

L'Agence du tourisme de la Corse souhaite que l'amélioration de l'offre fasse l'objet de procédures normées et certifiées telles que l'exigent les ~~marques et~~ labels suivants :

- L'Ecolabel Européen, label officiel de la Commission Européenne, est un système volontaire traduisant la qualité environnementale de produits et services. Les critères du référentiel de l'Ecolabel Européen pour l'hébergement touristique garantissent une réduction de l'impact environnemental sur l'ensemble de la structure touristique : lingerie, nettoyage, restauration, maintenance, spa, piscine, espaces verts... La labellisation des hébergements touristiques est régie par un cahier des charges comprenant 67 critères dont 22 sont obligatoires et 61 optionnels.

- ~~La marque Le label~~ national Tourisme & Handicap incite les professionnels du tourisme gestionnaires à développer une offre touristique adaptée, réellement ouverte à tous en donnant le choix à la personne en situation de handicap (handicap auditif, mental, moteur ou visuel) de partir en autonomie, seule ou en famille.

~~La marque nationale « Accueil vélo » est le référentiel de qualité au service des vélotouristes. Il garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.~~

~~Un Accueil Vélo peut être : un hébergement, un loueur de cycles, un réparateur de cycles, un restaurateur, un office de tourisme, un site de visite.~~

## Bénéficiaires

Hôtels classés, hôtellerie de plein-air classée, résidences de tourisme classées, meublés classés, chambre d'hôtes.

## Conditions d'éligibilité

- Démarches d'obtention des labels ~~et marques~~ Ecolabel Européen, Tourisme & Handicap, ~~Accueil Vélo~~,
- Etudes et accompagnement à l'obtention des labels ~~et marque~~,
- ~~Frais de certification (audit tierce partie)~~,
- Investissements nécessaires à l'obtention ~~et au maintien~~ des labels ~~et marque~~.

## Nature de l'aide

- Etudes, accompagnement, ~~certification~~ : 80% maximum sur une base éligible de 10 000€ maximum.
- Investissements : 50% maximum sur une base éligible de 30 000€ maximum.

## Mesure 2.3 Le soutien à l'hébergement rural avec l'aide directe

L'Agence du Tourisme de la Corse a toujours apporté un soutien privilégié aux territoires ruraux afin d'aider des porteurs de projets à développer une offre d'hébergement là où elle est insuffisante voir, parfois, inexistante.

Cet effort de rééquilibrage de l'offre d'hébergement territoriale se traduit par un soutien à l'hôtellerie professionnelle, aux meublés de tourisme, aux chambres d'hôtes et aux gîtes d'étape.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

#### **• L'Hôtellerie rurale**

Cette offre d'hébergement se trouve dans un environnement caractérisé par une diversité de paysages vastes et préservés bénéficiant d'une quiétude avec notamment l'absence de pollution sonore.

La capacité réduite des établissements, entre 10 et 20 chambres, permet une prise en charge et un accueil personnalisé de la clientèle avec un accès aux activités de pleine nature qui est souvent immédiat (sentiers de randonnée, canyoning...)

Les faiblesses de cette offre hôtelière résident dans son insuffisance et son caractère vieillissant. Les transmissions d'établissements se font essentiellement en famille, les nouveaux gestionnaires doivent mettre aux normes les structures et les rendre opérationnelles. Le risque de fermeture à moyen terme de certains établissements par manque d'investissement est réel.

Les produits écotouristiques et identitaires représentent un atout incontestable pour ces hébergements ruraux, des initiatives comme la route des sens authentiques ou l'itinéraire cyclo-touristique GT20 sont des possibilités non négligeables de développement de leur activité.

#### **• Les meublés de tourisme et chambres d'hôtes**

Sur les territoires de l'intérieur, l'offre de meublés de tourisme est très hétérogène et assez bien repartie géographiquement, elle est issue essentiellement de structures réalisées par réhabilitation de bâti ancien, à l'inverse du littoral où prédominent les constructions ex-nihilo. Cette offre contribue indirectement à la sauvegarde du patrimoine architectural vernaculaire et à la redynamisation de territoires isolés (Castagniccia, Boziu, Alta Rocca, Cruzzini, ...)

L'offre croissante de meublés tire vers le haut le niveau de classement et la qualité des prestations proposées par ces structures. Outre le charme et le cachet que possèdent certaines unités, le meublé de tourisme est privilégié par la clientèle familiale car il offre un degré d'autonomie appréciable et un rapport qualité prix intéressant.

Comparativement aux meublés de tourisme, l'offre de chambres d'hôtes est assez réduite mais vient souvent se substituer à une offre hôtelière déficiente dans certains villages isolés. Elle constitue, souvent pour de jeunes couples et des couples sans enfants, une opportunité unique d'échanger et de partager le quotidien des propriétaires.

### • Les gîtes d'étape

Concernant la moyenne montagne, une approche durable du développement touristique doit nous conduire à encourager un rééquilibrage des flux entre l'itinéraire phare mais sur-fréquenté qu'est le GR20 et la moyenne montagne.

En effet, la randonnée itinérante de moyenne montagne constitue une offre importante qui couvre l'ensemble de la Corse avec ses transversales « Da Mare a Mare » et ses « Tra Mare è Monti » développés par le PNRC sur plusieurs décennies. Cette offre possède un fort caractère désaisonnalisant et une propension à générer des retombées économiques sur la Corse intérieure dans la mesure où la plupart des étapes se font au cœur des villages dans des gîtes d'étape.

Ces structures, qui sont parfois publiques, parfois privées, doivent s'adapter à une demande qui a évolué vers des usages individuels plutôt que collectifs en matière d'hébergement. La nécessaire adéquation de l'offre à la demande conduit à positionner les structures d'hébergements dédiées à la randonnée de montagne plutôt vers un concept que l'on pourrait qualifier « d'hôtel de randonnée » que vers celui de gîte d'étape à usage majoritairement collectif.

Cette mise à niveau de l'offre pouvant ensuite faire l'objet d'un plan de promotion/commercialisation, en partenariat ATC-PNRC, sur un certain nombre de marchés européens.

### Bénéficiaires

Porteurs de projets publics et privés (à l'exclusion des actifs agricoles).

### Conditions d'éligibilité

Les interventions privilégieront la valorisation du bâti ancien de caractère mais des interventions sur du bâti plus récent et des créations pourront-être soutenues sous réserve de très fortes exigences en termes de qualité architecturale et de leur intégration au site pour lesquelles il sera demandé au porteur de projet de s'appuyer sur un cabinet d'architecture (financement sur mesure 4.1).

Pour tous les projets, un état des lieux précis de l'offre sera réalisé afin de cerner les besoins en investissements pour garantir l'efficience du résultat sur deux volets :

- Des créations ou des restructurations qualitatives qui passent par un diagnostic préalable que l'ATC confie au CAUE (conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement). L'intervention du CAUE se faisant toujours en amont d'un permis de construire ou d'une autorisation de travaux et l'avis favorable du CAUE étant requis pour instruire la demande,
- Inscription du projet dans un processus de transition écologique avec pour objectif souhaitable l'éco-labélisation de la structure en cas de restructuration et objectif obligatoire en cas de création.

L'éligibilité géographique des projets sera d'abord relative aux communes classées en zones 3, 4 et 5 (fortement, très fortement et extrêmement contraintes) selon la typologie définie par le plan montagne du PADDUC sur des critères géographiques et socio-économiques.

Pour les communes inférieures à 600 habitants de la zone 1 et inférieures à 1000 habitants de la zone 2, il sera possible de tempérer la cartographie du plan montagne à l'aide d'un indicateur simple : la capacité d'accueil marchande.

La capacité d'accueil marchande d'une commune constitue l'indicateur pertinent pour juger de l'opportunité d'un projet dans la mesure où il présente un double avantage :

- Disponibilité de la donnée fournie par la base de données de l'ATC,
- Indicateur qui justifie, ou pas, d'un besoin d'offre sur le territoire.

A partir de cet indicateur, il est possible d'établir un ratio : le taux de fonction touristique, qui permet de mesurer l'importance du tourisme sur le territoire. C'est le rapport entre la capacité d'hébergement touristique d'un site (lits commercialisés) et la population permanente du lieu :

Capacité d'accueil en lits x 100

Population permanente

Exemple d'une commune de 400 habitants dont la capacité d'accueil est de 30 lits :

$$30 \times 100 / 400 = 7.50 \%$$

L'utilisation de ce taux permet d'établir une échelle de « touristicité » des lieux, c'est-à-dire d'établir leur degré d'insertion économique par le tourisme.

Pour mémoire, le calcul des lits touristiques se fait selon la pondération normalisée suivante :

- Hôtel de tourisme : nombre de lits = nombre de chambres x 2
- Meublé de tourisme : nombre de lits = nombre de meublés x 4
- Chambre d'hôte : nombre de lits = nombre de chambres x 2
- Résidence de Tourisme : nombre de lits = nombre de lits x 1
- Village de vacances : nombre de lits = nombre de lits x 1
- Camping : nombre de lits = nombre d'emplacements x 3

A l'issue de ce calcul, seront considérés éligibles les projets situés sur des communes dont le taux de fonction touristique est inférieur à l'indice 20 %.

Les gîtes d'étape **existant ou à créer**, situés sur des itinéraires de randonnées du PNRC (Da Mare à Mare et Tra Mare è Monti), sont éligibles, en toutes zones.

Pour les meublés de tourisme et les chambres d'hôtes, un engagement de commercialisation de la structure pendant au moins 9 années sera exigé.

## **Nature de l'aide**

### **• Hôtellerie rurale**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 30% avec un montant d'aide plafonné à 100 000€.

### **• Meublés**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 25% avec un montant d'aide plafonné à 30 000€ et dans la limite d'une unité par porteur de projet.

### **• Chambres d'hôtes**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 30% avec un montant d'aide plafonné à 10 000€ par chambre et dans la limite de 3 chambres par porteur de projet.

### **• Gîtes d'étape**

Le taux d'intervention ne pourra excéder 40% avec un montant d'aide plafonné à 150 000€.

## **Bonification des taux d'intervention**

Il sera possible de bonifier de 10%, dans la limite de 150 000€ pour l'hôtellerie, 170 000€ pour les gîtes d'étape, 45 000€ pour les meublés et 15 000€ pour les chambres d'hôtes, le taux d'intervention des projets qui s'engagent dans l'obtention des labels et marques suivants :

- L'Ecolabel Européen,
- Le label « Tourisme et handicap »,
- La marque « Accueil Vélo » pour les structures situées sur des itinéraires cyclo-touristiques.

## **B. L'OFFRE D'ACTIVITE**

La qualité et la diversité du patrimoine naturel et culturel de la destination Corse lui confèrent une forte attractivité en matière d'activités de découverte du milieu naturel, de pratique d'activités sportives et de loisirs et de découverte culturelle.

Il appartient aux territoires de structurer leur offre sous forme de produits touristiques qui seront la clef de leur compétitivité sur les différents marchés, l'offre de loisirs étant un facteur essentiel de la différenciation.

## **Les produits nature**

Les entreprises corses ont construit au fil du temps une offre de produits en l'adaptant aux attentes des différents segments de la demande contribuant ainsi à l'optimisation de la valeur ajoutée des séjours.

La destination Corse propose une large gamme d'activités couvrant toutes les thématiques : activités nautiques, eau vive, randonnées, cyclotourisme et VTT, activités équestres, courses et raids, activités aériennes, parcours acrobatiques, escalade, ... Entre ces activités, des niveaux de structuration différents existent qu'il convient de dynamiser à l'instar de l'ambition affichée par l'ATC en matière de développement du cyclotourisme, activité offrant des opportunités de mieux repartir les flux touristiques dans le temps et sur le territoire en les redirigeant naturellement vers l'intérieur dont le réseau routier à faible trafic est le plus adapté à une pratique qui permet de créer des séjours mixant vélo et gastronomie, œnologie découverte du patrimoine naturel culturel.

Par ailleurs, se posent des questions relatives à la gestion des flux sur les sites et à l'anticipation des phénomènes de surfréquentation et de saturation. Face à cette problématique, une éthique professionnelle est fortement présente chez les prestataires corses, elle constitue la clef, avec la contribution des collectivités, d'une acceptabilité sociale et environnementale.

### **Les produits culture-patrimoine**

La diversité et la richesse du patrimoine matériel et immatériel sur l'ensemble du territoire représentent un fort potentiel de mise en tourisme et d'attractivité de la destination.

Pour transformer ce potentiel en avantage concurrentiel il faut résoudre les carences constatées, liées à la structuration de cette offre, à sa visibilité et à l'accès à l'information. L'accueil doit progresser, notamment en ce qui concerne les visiteurs étrangers ou encore la connaissance historique et culturelle des sites dans un contexte élargi à l'histoire des territoires.

Un effort doit être produit sur l'offre de médiation, d'interprétation et de signalétique diverse ainsi qu'en termes d'exploitation des possibilités technologiques actuelles.

La transformation numérique de la consommation touristique culturelle est un élément majeur à considérer dans la définition d'une stratégie, elle doit être prise en compte en amont, pendant et après le séjour. L'offre existante doit s'organiser pour que le client-visiteur puisse vivre des expériences dont il va se souvenir mais aussi et surtout qu'il va partager en direct.

L'utilisation du digital doit cependant parvenir à un équilibre pour éviter de donner trop d'importance aux innovations technologiques dans un métier où le contact humain reste central.

Enfin, il conviendra également de mieux coordonner les interventions publiques et d'organiser les données d'ordre économique, social et environnemental.

## **Mesure 2.4 Le soutien aux activités de loisirs**

Les activités de loisirs, réparties entre la pleine nature qu'elle soit verte ou bleue ou le domaine culturel, représentent aujourd'hui plus de 400 offres actives au sein de l'offre globale de la destination corse.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

Il s'agit ici d'aider tous types d'investissements permettant de concilier le développement des activités de loisir et la préservation du patrimoine (hors activités mécanisés à moteur thermique).

### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

### **Conditions d'éligibilité**

Les autorisations nécessaires à l'exercice de l'activité concernée ainsi que les qualifications requises devront être fournies.

Le matériel acquis et bénéficiant de l'aide ne pourra être revendu sur la durée d'amortissement concernée.

### **Nature de l'aide**

Aide directe : le taux d'intervention ne pourra excéder 30% sur une base éligible de 10 000€ minimum et de 200 000€ maximum avec un plafond d'aide à 60 000€.

Avance remboursable : le prêt maximum par bénéficiaire pourra atteindre 200 000€, avec un plafond d'intervention de 50% HT maximum du projet d'investissement et du financement bancaire, un différé d'amortissement de 3 ans et une durée maximum du prêt de 8 ans. Pour les projets publics, seront éligibles les communes de moins de 1000 habitants et les groupements de communes de moins de 12 000 habitants.

## **Mesure 2.5 Le soutien au développement du cyclotourisme**

Les objectifs stratégiques de l'Agence du Tourisme de la Corse se traduisent par un certain nombre d'actions concrètes parmi lesquelles se trouve la pratique cyclo-touristique entre autres formes de « slow tourisme », respectueux de l'environnement, désaisonnalisant et apte à une meilleure diffusion des flux sur le territoire.

En France, le cyclotourisme représente 9 millions de séjours au cours desquels les touristes pratiquant une activité liée au vélo ou au VTT génèrent un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros. Le vélo est de plus en plus considéré comme une pratique à la fois sportive, touristique et de loisirs : 14 millions de Français déclarent l'avoir pratiqué au moins une fois au cours des 12 derniers mois, pendant ou en dehors des vacances. Les clientèles internationales du tourisme à vélo représentent entre un quart et un tiers de la demande, elles sont en majorité originaires d'Europe du Nord : 12% des Allemands et 10% des Néerlandais déclarent avoir réalisé un séjour touristique ayant pour activité principale le vélo au cours des 5 dernières années.

La Corse, qui a tout pour attirer des cyclistes à la recherche d'un terrain de découverte entre mer et montagne, commence à mesurer ce que l'apport de cette clientèle va pouvoir lui procurer lorsque l'on sait que la dépense moyenne d'un cyclotouriste itinérant est de 75 € par jour et par personne (source Accueil Vélo 2019).

On observe un engouement important pour la GT20, itinéraire phare créé par l'ATC, mais également pour la pratique du VTT et un intérêt croissant pour le Gravel (discipline à mi-chemin entre le vélo de route et le VTT).

### **Objectifs de la mesure d'aide**

Il importe désormais d'organiser cette offre sur un double registre :

- Côté institutionnel, il convient de structurer des itinéraires phares comme cela est en cours avec notamment la Grande Traversée de la Corse à vélo, la GT 20, ainsi que l'itinéraire transfrontalier INTENSE, qui proposent de traverser l'île dans sa longueur, de Bastia à Bunifaziu en passant par Aiacciu, et enfin avec l'itinéraire cyclable inscrit au PADDUC suivant l'axe Bastia-Bunifaziu par la côte Est. Des boucles courtes ont vocation à compléter l'offre des grands itinéraires, de manière à permettre à chaque territoire d'optimiser son potentiel.

- Côté privé, il convient de structurer l'offre en termes de prestations de services aux clientèles que ce soit au niveau des hébergements et des loueurs de vélos mais aussi au niveau des sites de visites ou de loisirs ainsi que des offices de tourisme. L'objectif à court terme est le déploiement de la marque « Accueil Vélo » en Corse, qui est le référentiel de qualité au service des touristes à vélo. Cette marque nationale garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance. Un « Accueil Vélo » peut être : un hébergement, un loueur de cycles, un réparateur de cycles, un restaurateur, un office de tourisme, un site de visite.

L'objectif final reste le développement d'un tourisme diffus de découverte sur toute la Corse, facteur de retombées économiques locales importantes et, particulièrement, dans les lieux accueillant peu de visiteurs. Cet objectif sera facilité par l'existence d'un réseau cyclable adapté tant aux excursions à la journée qu'à l'itinérance, grâce à cette armature d'itinéraires cohérents et fonctionnels.

### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

### **Conditions d'éligibilité**

- Démarches d'obtention de la marque « Accueil Vélo » : études, accompagnement,
- Investissements nécessaires à l'obtention de la marque,
- Investissements nécessaires à l'amélioration de la qualité de l'accueil,
- Investissements nécessaires pour l'équipement en signalétique sur les variantes des grands itinéraires et sur les boucles locales, après étude de jalonnement et dans le respect de la charte élaborée par l'ATC.

## **Nature de l'aide**

Opérateurs publics et privés :

- Etudes et accompagnement pour l'obtention de la marque Accueil Vélo : 80% maximum sur une base éligible de 10 000€ maximum,
- Investissements nécessaires à l'obtention de la marque : 50% maximum sur une base éligible de 30 000€ maximum,
- Investissements nécessaires à l'amélioration de la qualité de l'accueil : 50% maximum sur une base éligible de 30 000€ maximum.
- Equipement en signalétique : 60% sur une base éligible minimum de 5 000€ et de 50 000€ maximum soit un montant d'aide maximum de 30 000€.

## **Mesure 2.6 Le soutien aux évènements**

L'évènementiel constitue incontestablement un moteur de la croissance et de l'amélioration de l'offre globale des destinations touristique. Cet élément essentiel de l'offre est aussi un élément de communication et de construction d'image et donc de promotion auprès des publics.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

Un évènement devient intéressant pour un territoire si, en plus des objectifs à court terme d'animation et de communication, il permet d'autres retombées à moyen et long terme : effets d'entraînement impulsés par une continuité dans le temps, contribution au positionnement du territoire, valorisation de ressources locales, ...

Principaux critères et indicateurs de réussite des animations évènementielles :

- L'impact direct en termes de fréquentation,
- L'impact indirect en termes médiatiques et notamment de presse spécialisée,
- La pertinence de l'évènement par rapport à l'identité du territoire,
- La viabilité économique à court et à moyen terme,
- Les effets d'entraînement à moyen et à long terme,
- La contribution à une fréquentation désaisonnalisée.

Enfin, à la multiplication des évènements, déjà nombreux, on privilégiera l'amélioration de leurs contenus ainsi que l'efficience de leur mise en tourisme.

### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés (hors activités mécanisées à moteur thermique).

### **Conditions d'éligibilité**

L'ATC soutiendra des projets évènementiels en lien direct avec sa stratégie et correspondants aux thématiques suivantes : les activités de pleine nature sans impact

sur l'environnement (exclues : activités motorisées, activités de prélèvements sur la faune et la flore), les évènements à dimension culturelle constituant une offre et un motif de séjour pour des clientèles touristiques extérieures à la Corse, les évènements relatifs à la valorisation des productions identitaires et portant la labélisation FFRAAC.

Ne seront soutenus que les évènements ayant lieu hors période estivale (juillet-août) sauf labélisation FFRAAC et évènements au long cours englobant la période estivale.

Les dépenses de fonctionnement ne seront pas prises en charge.

Le montant cumulé des aides publiques ne pourra excéder 80 % du budget prévisionnel présenté.

Un barème technique servira à déterminer le montant de la subvention à accorder sur la base d'une liste de critères de notation.

Les structures bénéficiaires de l'aide s'engageront ~~concernant les droits à l'image vis-à-vis de l'ATC par la mise à disposition de fichiers photos et vidéos~~ à faire figurer le logo de l'ATC sur tous les supports de communication relatifs à l'évènement.

### **Nature de l'aide**

Le taux d'intervention n'excédera pas 30% d'une dépense éligible de 100 000€ maxi.

Le soutien financier de l'ATC à un évènement engagera également l'Agence à offrir aux organisateurs un soutien logistique basé sur les compétences présentes au sein de l'ATC et pouvant se traduire par :

- Une insertion au sein des actions de promotion de l'ATC,
- Une communication augmentée grâce aux moyens de l'ATC.

### **Mesure 2.7 Le soutien au tourisme d'affaires**

Le segment « Affaires » désigné aussi sous l'acronyme MICE (Meetings (réunions), Incentive, Conference et Exhibitions/Events (événements professionnels), est un élément fort de toute stratégie de recherche de clientèle tout au long de l'année.

Les résultats positifs obtenus en Corse, malgré des difficultés structurelles au premier rang desquelles se trouve l'accessibilité à la destination, sont la résultante des efforts conjoints entrepris par les professionnels de cette filière : agences avec l'ATC, la CCIR et les transporteurs.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

Le tourisme d'affaires est d'abord une activité qui ne vient pas majorer la pression touristique en été et qui favorise l'étalement de la saison sur les mois d'avril/mai/juin pour reprendre son activité de septembre à novembre.

Les recettes importantes liées au marché Affaires sont générées par un hébergement plutôt positionné haut de gamme, la location de salle, la restauration et un panel d'activités annexes.

L'ATC souhaite poursuivre sa contribution à la structuration du tourisme d'affaires en confortant l'image d'une destination présentant des caractéristiques exceptionnelles face à l'offre concurrente.

Pour parvenir à cet objectif, l'ATC souhaite renforcer toute la chaîne de valeur de ce secteur et, entre autres, conforter les infrastructures publiques et privées et les réceptifs du tourisme d'affaires qui se chargent d'accueillir une clientèle de groupes d'affaires dans le déroulement de leur séjour. Ils interviennent à différentes échelles du territoire, notamment dans la réservation des hébergements, l'accueil et l'acheminement des clients à l'aéroport, la gestion des prestations terrestres, des activités, des excursions, le guidage etc... En tant qu'intermédiaire, ils apportent de la valeur ajoutée par leur connaissance du territoire et des prestataires, par leur maîtrise et leur accès privilégié au stock d'hébergements, par leur connaissance des attentes des clients et par leur capacité à résoudre tous les problèmes qui peuvent se poser dans l'organisation d'un séjour.

## **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

## **Conditions d'éligibilité**

- Les acteurs créant des structures adaptées à ces clientèles ou modernisant leurs équipements pour l'accueil des séminaires, seront soutenus afin de développer l'offre MICE dans le but de gagner des parts de marché.
- Les acteurs réceptifs spécialisés dans le tourisme d'affaires, qualifiés aussi de DMC (Destination Management Company), seront soutenus afin de stimuler leur prospection commerciale et de diversifier leur clientèle sur les marchés internationaux. Les demandeurs devront être immatriculés au registre des opérateurs de voyages d'Atout France qui recense toutes les personnes physiques ou morales qui élaborent et offrent à la vente des forfaits touristiques, des services de voyages portant sur le transport, le logement, la location d'un véhicule ou d'autres services de voyages qu'elles ne produisent pas elles-mêmes. L'immatriculation atteste que l'opérateur concerné remplit les conditions de garantie financière et de responsabilité civile professionnelle prévues par le code du tourisme pour pratiquer cette activité. Ces entreprises devront répondre aux critères suivants :
  - ✓ Être un professionnel habilité, ayant son siège en Corse, dont 70 % de l'activité est dédié de manière régulière et non ponctuelle au MICE,
  - ✓ Employer une personne au minimum dédiée au sujet, gérer un site internet qui détaille cet aspect précis, au minimum bilingue (français/anglais), avoir une expérience probante dans le secteur et toutes les habilitations requises pour exercer ce type d'activité très normé ainsi que toutes les garanties d'utiliser sur le territoire des prestataires eux-mêmes habilités et répondant aux normes d'exercice de la profession,

- ✓ Pouvoir citer 5 exemples de dossiers significatifs traités dans ce secteur d'activités sur l'exercice des deux dernières années (*type d'intervention et/ou prestation, clients, nombre de participants, nombre de jours, date, programme*).

### Nature de l'aide

- Soutien aux investissements liés à l'organisation des lieux de congrès et séminaires :
    - Taux d'intervention maximum de 30%
    - Dépense éligible maximum de 300 000€
  - Soutien à la prospection commerciale des DMC sur le marché domestique et les marchés internationaux, prise en charge par l'ATC sur attestation des entreprises prospectées :
    - 50% d'une dépense éligible plafonnée à 5 000€ (*à raison d'une mission de prospection par an et par opérateur prenant en charge 2 personnes maximum*),
  - Prise en charge par l'ATC de la participation du réceptif à une manifestation internationale sur facture de l'organisateur :
    - 50% d'une dépense éligible plafonnée à 15 000€ (*à raison d'une manifestation par an et par opérateur, frais de déplacement et de séjour à la charge du réceptif*),
  - Soutien aux congrès et rencontres professionnelles **non récurrents** se déroulant en Corse, portés par des opérateurs publics ou privés et qui déplacent des flux touristiques extérieurs à l'île (projets appréciés par grille de notation multicritères, évènements obligatoirement hors juillet-août).
- Le taux d'intervention ne pourra excéder 30% d'une dépense éligible maximum de 100 000€.

## AXE III. L'ACCOMPAGNEMENT SOCIAL DES ACTEURS : FORMATION ET EMPLOI

L'Agence du Tourisme de la Corse étant chargée de la coordination de l'ensemble des actions de développement du tourisme en Corse, les questions liées aux ressources humaines sur les volets emploi et formation font partie des éléments stratégiques au service de l'évolution souhaité pour la destination Corse.

### 3.1 La montée en compétence des acteurs

L'ATC s'est engagée dans une stratégie au service d'une économie touristique durable et créatrice de valeur ajoutée. Ce modèle touristique ambitieux doit permettre de sortir enfin de la saisonnalité pour qu'à l'horizon des dix prochaines années la Corse s'inscrive comme une destination touristique à l'année.

Dans cette perspective, la montée en compétence des personnels du secteur est une nécessité. La mise en place de formations adaptées, répondant aux attentes des

entreprises est primordiale pour tenir compte notamment de l'évolution des métiers : normes environnementale et sanitaire, évolutions technologiques, ...

Aujourd'hui, il s'agit dans le cadre de la poursuite de l'effort d'adaptation de l'offre de formation, de faire remonter du terrain des projets visant à expérimenter de nouvelles solutions dans la prise en charge de la formation et à former des publics avec des contenus répondant aux besoins véritables des employeurs.

Pour y parvenir, l'ATC souhaite rassembler les acteurs de la formation autour de la démarche suivante :

- Caler l'offre de formation sur les axes stratégiques de l'ATC,
- Mise en place d'innovations pédagogiques,
- Diffusion de l'offre auprès des publics,
- Travail sur la valorisation des métiers du tourisme.

Les porteurs de projets sont donc invités à se rapprocher de l'ATC qui les conseillera et les orientera vers l'offre la plus en adéquation avec leurs besoins.

### **3.2 Le soutien à l'emploi hôtelier**

#### **Objectifs de la mesure d'aide**

Cette mesure a pour but de soutenir les entreprises d'hébergement corses dans leur politique de recrutement en visant la création d'emplois durables, l'embauche de personnels qualifiés, l'intégration de jeunes diplômés dans la vie active et la transformation des CDD en CDI.

La mesure se décline en trois types d'aides répondant à des objectifs distincts :

- Aide au recrutement de jeunes diplômés,
- Aide au recrutement d'un cadre structurant,
- Aide à l'expérimentation dans le cadre de l'annualisation.

#### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets privés (hôtels, RT et Campings).

#### **Conditions d'éligibilité**

Il s'agit d'une incitation au recrutement en CDI, limitée à 2 emplois par structure et par an, à destination d'entreprises immatriculées en Corse justifiant d'une ouverture minimum de 6 mois. Seront obligatoirement pris en compte les nouveaux emplois créés et maintenus sur 3 ans minimum, ils pourront être issus de la promotion interne.

## **Nature de l'aide**

### **▪ Recrutement de jeunes diplômés (moins de 25 ans) :**

→ Subvention salariale représentant 20% du coût chargé sur 12 mois avec un plafond de 10 000 € par emploi.

Pour les établissements ouverts à l'année, le taux est porté à 25%. Une bonification de 5% sera accordée si la structure est située sur une commune classée en zones 3, 4 et 5 (fortement, très fortement et extrêmement contraintes) selon la typologie définie par le plan montagne du PADDUC.

### **▪ Recrutement d'un cadre structurant :**

→ Subvention salariale représentant 20% du coût chargé sur 12 mois avec un plafond de 15 000 € par emploi.

Pour les établissements ouverts à l'année, le taux est porté à 25%. Une bonification de 5% sera accordée si la structure est située sur une commune classée en zones 3, 4 et 5 (fortement, très fortement et extrêmement contraintes) selon la typologie définie par le plan montagne du PADDUC.

### **▪ Expérimentation dans le cadre de l'annualisation :**

L'ATC souhaite encourager, avec l'aide d'autres partenaires, la pérennisation d'emplois salariés dans le secteur du tourisme c'est à dire la transformation d'une part notable de CDD **de plus de six mois** en CDI en fidélisant les salariés, en accroissant la période d'ouverture des structures et en mettant en place une politique de formation.

→ Subvention salariale délivrée pour un montant forfaitaire total de 15 000 €, versée sur une période de 3 ans repartie comme suit : 1<sup>ère</sup> année 5 000 € et 5 000 € les 2 années suivantes.

## **AXE IV. INGENIERIE - INNOVATION - NUMERIQUE**

La capacité d'innovation et de création des opérateurs est déterminante et ne saurait résider seulement sur des évolutions technologiques mais consiste parfois à faire différemment ce que l'on fait déjà : l'innovation c'est la capacité à modifier quelque chose pour le rendre différent sur un mode positif et c'est également, et parfois en même temps, un changement de nos comportements.

En tourisme, les procédés techniques, même s'ils sont incontournables, fournissent des gains de production limités. Inversement, c'est par la formation que la nature et la qualité des prestations peuvent évoluer rapidement en donnant naissance à de nouveaux produits.

Ainsi, il s'agira d'agir de manière large sur les structures et les infrastructures en introduisant de façon constante l'innovation et la formation nécessaire au système productif insulaire.

## **4.1 Soutien à l'ingénierie et au conseil**

Les entreprises touristiques, qu'elles soient en phase de projet ou de développement, ont besoin de recourir au conseil et à l'ingénierie sur une vaste gamme de possibilités allant de l'innovation de produit à l'amélioration des caractéristiques d'un équipement en passant par l'amélioration du service proposé et les diverses stratégies marketing, commerciales et de formations.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

La mesure permet aux acteurs du tourisme d'étudier la faisabilité, l'opportunité, la pertinence de leurs projets ainsi que d'en accompagner la bonne réalisation.

### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

### **Conditions d'éligibilité**

Aide au conseil et accompagnement de projets.

### **Nature de l'aide**

Porteurs de projets privés : le taux d'intervention ne pourra excéder 40% d'une dépense éligible maximum de 100 000€.

Porteurs de projets publics : le taux d'intervention ne pourra excéder 80% d'une dépense éligible maximum de 100 000€.

## **4.2 Soutien à l'innovation et aux technologies numériques**

La question de l'innovation dans le tourisme est perçue à travers des prismes très différents :

- Le tourisme comme secteur fortement innovant,
- Le tourisme comme secteur faiblement innovant,
- Le tourisme comme secteur innovant seulement par transfert d'autres secteurs.

C'est la nature même du tourisme, sa transversalité, qui rend complexe sa compréhension en général et celle des processus d'innovation qui lui sont propres en particulier. Si l'on appréhende le tourisme dans toute sa complexité et ce qui en fait l'originalité constitutive d'une économie assez peu comparable aux processus régissant les autres activités de service, il est alors possible d'en imaginer une typologie propre à sa capacité d'innovation :

- Une innovation de produit dont l'objet peut être multiple : nouvel équipement, nouveau service, nouvelle animation, nouvelle approche de type « expérientielle »,
- Une innovation en termes d'efficacité de service qui passera, par exemple, par de nouveaux équipements dédiés au numérique ou de nouveaux plans d'actions (campagne de marketing digital, création de contenus, bornes numériques, ...)

- Une innovation en termes de qualité de service considérant que les gains de productivité restant faibles dans le tourisme, il faut plutôt considérer, à coût égal, des solutions permettant d'améliorer la valeur du produit en mobilisant les RH et la technologie (innovation technologique, organisationnelle, commerciale, sociale, d'ingénierie, de marketing, immatérielle, ...).

Dans ce contexte, les stratégies digitales sont omniprésentes au service de la performance des entreprises touristiques. La crise sanitaire internationale a illustré l'importance des technologies en matière de contrôle des risques et de participation à la relance des mobilités en redonnant confiance aux voyageurs et aux opérateurs. L'importance du rôle joué par les technologies ne fera qu'augmenter au service de nouvelles expériences du voyage de sa planification aux comportements de séjours.

### **Objectifs de la mesure d'aide**

- Anticiper les évolutions du secteur,
- Innover dans l'offre pour renforcer la compétitivité et l'attractivité.

### **Bénéficiaires**

Porteurs de projets publics et privés.

### **Conditions d'éligibilité**

- Aide au conseil et accompagnement de projets.
- Investissements.

### **Nature de l'aide**

Porteurs de projets privés : le taux d'intervention ne pourra excéder 40% d'une dépense éligible maximum de 100 000€ pour l'aide au conseil, l'accompagnement et l'investissement.

Porteurs de projets publics : le taux d'intervention ne pourra excéder 80% d'une dépense éligible maximum de 50 000€ pour l'aide au conseil et l'accompagnement et 50% d'une dépense éligible maximum de 100 000€ pour l'investissement.

## Annexes

---

# Contrat de développement territorialisé - Détails du contrat

## Axe I. Structuration de l'offre

### Mesure 1 : Elaboration d'un schéma de développement touristique territorial

#### Fiche action 1 : Schéma de développement

##### Description :

Pour les territoires ne possédant pas de document cadre, l'ATC souhaite qu'une réflexion stratégique sur le développement et l'aménagement ait lieu préalablement à l'action. Le schéma de développement touristique territorial sera composé de 3 parties :

1. Diagnostic de la situation, des contraintes, potentialités et opportunités (recensement des ressources, des besoins et des projets du territoire),
2. Finalisation d'objectifs et d'une stratégie à moyen terme,
3. Déclinaison des axes retenus sous forme d'un plan d'action à 5 ans.

Les schémas de développement touristiques territoriaux devront être en cohérence avec le Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique de la Corse (SODT) en intégrant tout ou partie de ses orientations et notamment la dimension « Pays touristique » inscrite au PADDUC.

Ce dernier point implique deux niveaux de réflexion : un premier niveau à l'échelle de l'intercommunalité du ressort de l'OT, un second niveau à l'échelle du « Pays touristique » en coordination avec les autres OT du territoire.

Pour les territoires possédant un document cadre, l'ATC souhaite, si ce n'est pas le cas, qu'il y soit ajouté un « volet convergeant » à l'échelle du territoire de « Pays Touristique » sur des projets ayant une cohérence à cette échelle (plans de mobilités signalétique touristique, coordination évènementielle, observation, ...)<sup>2</sup>

##### Objectifs :

1. Donner au territoire un cadre de référence lui-même en cohérence avec le Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique du PADDUC,
2. Agir sur les équipements structurants pour un tourisme réparti sur l'année : plaisance, plages et arrières-plages, sentier du littoral, golfs, randonnées, plans d'eau, espaces nordiques, équipements culturels et de congrès, équipements de bien-être et de santé, patrimoine archéologique et historique, grands sites, signalétique ...),

---

<sup>2</sup> Les passages en bleu correspondent au « volet convergeant », celui des actions qui dépassent le territoire de l'OT au sens strict.

3. Faire le lien avec les collectivités et leurs établissements publics pour qu'elles s'engagent dans un processus de projet avec le soutien de l'ATC.

## **Mesure 2 : Soutien à l'offre d'hébergement**

### **Description :**

L'offre d'hébergement est un élément majeur du produit touristique.

L'ATC souhaite identifier à la fois :

- La partie de l'offre la plus susceptible d'adhérer à des propositions dynamiques,
- La partie de cette offre qui aujourd'hui tend à ne plus être en adéquation avec la demande afin de l'aider à trouver des solutions opérationnelles.

### **Objectif :**

Participation, avec l'ATC, à la transformation qualitative de l'offre d'hébergement.

**Fiche action 2 :** Sensibilisation/accompagnement vers l'obtention de l'écolabel européen

**Fiche action 3 :** Sensibilisation/accompagnement vers l'obtention du label « Tourisme et handicap »

**Fiche action 4 :** Sensibilisation/accompagnement vers l'obtention de la marque « Accueil vélo »

**Fiche action 5 :** Réalisation de diagnostics marketing : produit, prix, distribution, promotion, des structures identifiées par l'OT à l'aide de la « *Fiche diagnostic* » (voir annexe)

### **Critères d'évaluation :**

- Nombre de structures écolabellisées,
- Nombre de structures engagées dans le label « Tourisme et handicap »,
- Nombre de diagnostics réalisés.

## **~~Mesure 3 : Construction d'une offre thématique par saison~~**

### **~~Description :~~**

~~Pour positionner la Corse comme une destination à l'année et poursuivre l'objectif d'une Corse des 4 saisons, l'ATC souhaite réaliser des opérations du type « La Corse Destination Automne » et « La Corse destination Printemps », auxquelles pourront s'ajouter d'autres thématiques.~~

### **~~Objectif :~~**

~~L'objectif étant d'afficher une offre attractive et un accès à la destination avec un tarif promotionnel, en lien avec une promotion ciblée sur des périodes choisies.~~

~~Dans le cadre de cette mesure, il est demandé aux OT de dynamiser l'offre de leurs territoires en collectant auprès des professionnels les offres thématiques et avantages promotionnels existants mais aussi en aidant la construction de ces offres.~~

~~L'OT s'engage à contribuer à ces opérations et à fournir à l'ATC un minimum de 5 « produits contenus de séjour » par opération en respectant un délai de 45 jours avant la date de début de l'opération. Il s'engage également à actualiser de manière régulière les périodes d'ouverture des établissements touristiques référencés dans le système d'information touristique régional (SITTCO) afin de permettre à l'ATC de disposer d'un état précis des structures touristiques fonctionnant sur ces périodes ainsi que de celles ayant un fonctionnement à l'année.~~

~~De son côté l'ATC, avec le partenaire consulaire, sollicitera les compagnies aériennes et maritimes pour qu'elles s'inscrivent dans cette dynamique en proposant des tarifs promotionnels garantis sur la durée des opérations et des campagnes de communication et sur un nombre de passagers conséquent.~~

#### **Critères d'évaluation :**

- ~~Nombre de produits contenus de séjour transmis à l'ATC par opération.~~
- ~~Attractivité des produits en cohérence avec le plan marketing de l'ATC.~~
- ~~Nombre de mises à jour des périodes d'ouverture des structures via le SITTCO~~

## **Axe II. Accès au produit Marketing de la destination - Stratégie numérique**

La crise sanitaire a donné une impulsion radicale à un avènement du numérique qui était déjà une évidence. Il convient désormais de faire monter le digital en exigence et en créativité pour un maximum de fluidité dans le parcours touristique à chaque étape de la chaîne de production.

A partir du SITTCO, l'ATC connecte l'offre corse à la demande européenne via les écosystèmes digitaux du territoire (sites internet, applications, supports digitaux, de l'ATC et des OT).

### **Mesure 1 : Faire évoluer la visibilité des territoires touristiques vers une offre qualifiée et segmentée en cohérence avec la stratégie numérique de l'ATC Mutualisation des outils DATA SITTCO**

#### **Fiche action 6 : Mutualisation**

##### **Description :**

Les OT devront :

- Produire des offres web de territoire qualifiées et segmentées, construites sur la base d'un référentiel commun en concertation avec l'ATC,
- Pour ceux qui ne sont pas dotés d'un site internet de territoire, créer ou développer une page à l'échelle du territoire de Pays Touristique,

- Accompagner les acteurs, en coordination avec l'ATC, pour la production d'offres en cohérence avec le référentiel commun,
- Informer et mobiliser les acteurs privés pour qu'ils participent aux opérations communes ATC/Territoires.

### Objectifs :

- Faciliter l'accès aux offres qualifiées et segmentées de l'OT sur le web en complémentarité avec l'écosystème digital de l'ATC,
- Valorisation au sein d'un espace dédié à la réservation (à minima rubrique réservation voir à terme un site dédié) des offres réservables en ligne des offices de territoires,
- L'ATC participera à la promotion de l'ensemble de ces offres au sein de ses actions e-marketing selon les cibles/marchés, et fournira aux OT les statistiques afférentes.

### Critères d'évaluation : respect des règles communes

Respect de règles communes	
Respect du <b>code e-marque CORSICA</b> fourni par l'ATC	<p>Intégrer les bannières, habillages, fonds d'écrans, logos... sur les sites et espaces web de territoire et autres supports web dédiés (e-mailing)</p> <p>Définir des règles communes pour les prises de parole sur les réseaux sociaux</p>
Respect d'un référentiel partagé pour la <b>construction d'offres « marketées » par territoire</b>	<p>Offres avec un bénéfice client concret lui permettant de vivre une véritable expérience</p> <p>Des offres thématisées, géolocalisées, personnalisées</p> <p>Des offres racontées et non décrites, sur le mode de la suggestion, beaucoup plus appropriables par l'internaute</p> <p>Des offres réservables en ligne (en priorité), ou des offres comprenant un prix ou un contact pour aller plus loin</p>
Participer activement à la <b>diffusion de contenus</b>	Mise en avant sur le web des « <i>Offres territoires</i> » sur des pages et espaces dédiés.
<b>Respecter le planning</b> stratégique proposé par l'ATC	Transmission et mise en ligne d'offres web dans les délais impartis en fonction des plannings des campagnes saisonnières.

## **Mesure 2 : Création d'idées séjours par saison**

### **Fiche action 7 : Idées séjours**

#### **Description :**

Pour positionner la Corse comme une destination à l'année et poursuivre l'objectif d'une Corse des 4 saisons, l'ATC souhaite réaliser des opérations du type « *La Corse Destination Automne* » et « *La Corse destination Printemps* », auxquelles pourront s'ajouter d'autres thématiques.

#### **Objectif :**

L'objectif étant d'afficher une offre attractive et un accès à la destination avec un tarif promotionnel, en lien avec une promotion ciblée sur des périodes choisies.

Dans le cadre de cette mesure, il est demandé aux OT de dynamiser l'offre de leurs territoires en collectant auprès des professionnels les offres thématiques et avantages promotionnels existants mais aussi en aidant la construction de ces offres.

L'OT s'engage à contribuer à ces opérations et à fournir à l'ATC un minimum de 5 « produits contenus de séjour » par opération en respectant un délai de 45 jours avant la date de début de l'opération. Il s'engage également à actualiser de manière régulière les périodes d'ouverture des établissements touristiques référencés dans le système d'information touristique régional (SITTCO) afin de permettre à l'ATC de disposer d'un état précis des structures touristiques fonctionnant sur ces périodes ainsi que de celles ayant un fonctionnement à l'année.

De son côté l'ATC, avec le partenaire consulaire, sollicitera les compagnies aériennes et maritimes pour qu'elles s'inscrivent dans cette dynamique en proposant des tarifs promotionnels garantis sur la durée des opérations et des campagnes de communication et sur un nombre de passagers conséquent.

#### **Critères d'évaluation :**

- Nombre de produits contenus de séjour transmis à l'ATC par opération.
- Attractivité des produits en cohérence avec le plan marketing de l'ATC.
- Nombre de mises à jour des périodes d'ouverture des structures via le SITTCO

## **Mesure 3 : Mettre en œuvre une stratégie territoriale concertée de management des réseaux sociaux**

### **Fiche action 8 : Management des réseaux sociaux**

#### **Description :**

Avec les réseaux sociaux, les touristes sont à la recherche de « coups de cœur », de propositions à caractère évènementiel et culturel.

En partageant les informations de manière collaborative entre différents types d'acteurs, touristes et acteurs locaux, nous assistons à la montée en puissance de la richesse humaine et patrimoniale des produits touristiques.

Pour renforcer l'impact des réseaux sociaux, l'ATC et les OT doivent collaborer afin de mettre en œuvre une stratégie concertée.

#### **Objectifs :**

- Organiser, entre l'ATC et les territoires, un management des réseaux sociaux sur des actions spécifiques, objectif nécessitant de désigner un rédacteur par territoire en lien avec l'ATC,
- Mettre en place une stratégie de prise de parole reprise unanimement par les territoires : principes, tonalités, thématiques, images...,
- Réaliser une opération collective sur les réseaux sociaux qui fasse écho sur le plan national. Par ailleurs, les OT s'engagent à informer l'ATC des projets de communication annexes d'envergure nationale.

#### **Critères d'évaluation :**

- Désignation d'un rédacteur web, community manager,
- Respect de la stratégie

### **Axe III. ~~Positionnement marketing~~ Tourisme expérientiel et développement durable**

Les voyageurs sont en recherche d'expériences, de contact humain, de découverte de savoir-faire, de séjours « *qui font sens* » et qui ne consistent plus seulement à visiter un lieu mais à le vivre : à partager son art de vivre.

Des appellations diverses ont émergé pour désigner de nouvelles offres : le slow tourisme, l'écotourisme ou tourisme responsable, le tourisme solidaire, le tourisme créatif et enfin le tourisme expérientiel ou immersif c'est-à-dire la recherche d'un contact direct avec la population locale pour apprendre et s'enrichir de cette altérité. La Corse touristique, on l'aura compris, a la possibilité ici d'accéder à l'une de ses aspirations anciennes : proposer une découverte de sa culture, de son mode de vie, de ce que les corses savent faire mieux que quiconque finalement lorsqu'ils accueillent parce qu'ils le font naturellement.

Sous l'appellation « slow tourisme », ce « tourisme lent » est constitutif d'une nouvelle forme de tourisme combinant respect de l'environnement et valorisation des spécificités des territoires pour le plaisir des voyageurs et de leurs hôtes.

Il s'agit ici de la découverte expérientielle par la valorisation des terroirs et des traditions en utilisant des modes de déplacement doux, des séjours de ressourcement à la recherche d'un (ré-) équilibre personnel, et toutes les formes douces d'un certain

retour au local qui sont à l'opposé du « divertissement » sans âme constitutif d'un principe du tourisme de masse.

Dans cet univers en mutation, la tendance collaborative est forte : une demande d'interaction des voyageurs avec la population locale autour d'activités participatives. Rencontre et partage, deux notions caractéristiques notamment du tourisme créatif, qui a tendance à supplanter le tourisme culturel traditionnellement articulé autour de visites guidées du patrimoine culturel et historique.

Au sein de cette nouvelle génération de produits touristiques, le tourisme créatif tend à développer la créativité personnelle tout en étant connecté aux autres, à un lieu, à une culture locale. Le « *Creative Tourism Network* », réseau international pour la promotion du tourisme créatif a été créé pour promouvoir ce type d'activités :

- Souffler du verre à Biot
- Apprendre à faire des croissants à Paris
- Réaliser un concert dans une église à Rome
- Faire un stage de cuisine à Lyon

La construction de cette offre alternative, quel que soit l'appellation qu'on lui donne, devra être vigilante sur les freins qu'elle suscite auprès d'une majorité de consommateurs en dehors des convaincus constituant une niche de touristes « militants » menant une démarche engagée par ailleurs dans leur quotidien.

En effet, pour une majorité de touristes, ces produits sont souvent perçus comme offrant moins de confort avec une image austère, le sentiment de devoir se restreindre plutôt que de se faire plaisir, des contraintes et un prix souvent jugé plus élevé. Il faudra donc valoriser ces offres en prenant le contre-pied de ces freins.

## **Mesure 1 : Soutien à l'ingénierie pour la création d'une offre expérientielle**

### **Fiche action 9 : Ingénierie**

#### **Description :**

Assistance à maîtrise d'ouvrage afin d'étudier la possibilité de développer sur le territoire des produits innovants correspondants aux tendances d'une demande d'offres expérientielles sortant d'une logique d'hypermobilité et aux aspirations des acteurs professionnels.

#### **Objectifs :**

Mise au point de produits favorisant l'expérience touristique avec les acteurs professionnels en valorisant les ressources du territoire de manière souvent inédite et toujours avec sobriété. [Au moins un produit devra être conçu en coordination avec au moins un autre OT du territoire.](#)

**Critères d'évaluation :**

- Nombre de projets étudiés,
- Nombre de projets étudiés donnant lieu à des réalisations,
- Nombre de formations proposées par la FROTSI et suivies.

**Mesure 2 : Soutien à l'investissement pour la création d'une offre expérientielle****Fiche action 10 : Investissement****Description :**

Seront financés ici les investissements nécessaires à la création des produits touristique issus de la phase de conception précédente. Les investissements concernés peuvent prendre des formes diverses : équipements, communication, ...

**Objectifs :**

Création de produits commercialisables par l'OT favorisant l'expérience touristique en valorisant les ressources du territoire avec les acteurs professionnels.

**Au moins un produit devra être créé en coordination avec au moins un autre OT du territoire.**

**Critères d'évaluation :**

- Nombre de produits créés
- Nombre de produits commercialisés

**Axe IV. Marketing et Promotion concertée****~~Mesure 1 : Une observation performante : collecte et partage de la Data~~****~~Description :~~**

~~L'ATC souhaite améliorer constamment sa mission d'observation de l'économie touristique en lien avec les 9 territoires pour approfondir l'indispensable connaissance de la demande à partir d'éléments constitutifs des missions accomplies par les OT dans le cadre de l'accueil et de l'information (comptoir, internet, téléphone, base de données clients, ...)~~

**~~Objectifs :~~**

~~Optimiser l'utilisation des outils mutualisés entre l'ATC et les OT (SITTCO)~~

**~~Evaluation :~~**

- ~~Adhésion au SITTCO~~
- ~~Utilisation des outils de manière correcte et constante~~

## **Mesure 1 : ~~Participation à la réflexion sur le plan d'action et~~ Participation aux opérations de promotion**

### **Description :**

La présence de la Corse sur des opérations de promotion doit être optimisée avec la représentation d'une offre territoriale cohérente et pertinente.

### **Objectifs :**

Une présence obligatoire à au moins ~~un tiers des trois~~ opérations actées dans le plan d'action de l'ATC. *Cette présence de l'OT devra être obligatoirement coordonnée avec au moins un autre OT du territoire*<sup>3</sup>.

L'OT fournira à l'ATC un plan d'action prévisionnel de l'année n+1.

### **Critères d'évaluation :**

Respect du plan d'action

Participation début septembre à une réunion préparatoire au plan d'action.

## **Mesure 2 : Organisation par les territoires des accueils professionnels : presse, blogueurs, prescripteurs et influenceurs**

### **Fiche action 12 : Accueils médias et pro.**

### **Description :**

Ces accueils font partie des domaines opérationnels pour lesquels l'ATC et les territoires doivent trouver de nouvelles façons de procéder afin d'optimiser leurs performances respectives.

### **Objectifs :**

Prendre en charge l'accueil de journalistes et influenceurs identifiés par l'ATC dans le cadre d'un programme élaboré en commun.

Organiser, en fonction des opportunités, des accueils en cohérence avec le positionnement du territoire.

Participer, avec l'ATC, à la création et à l'animation d'un « Club Notoriété ».

### **Financement :**

L'OT bénéficiera d'un droit de tirage de 4 000 € annuels pour financer ses propres opérations.

Les frais de transport ne sont pas éligibles à cette mesure.

---

<sup>3</sup> Dans le cadre de cette coordination, les OT pourront mutualiser leurs frais de participation.

**Critères d'évaluation :**

Nombre d'accueils-presse organisés.

Retours de presse.

**Axe V : Animation**

**Fiche action 13 Animateur (trice)**

Pour que le contrat de développement territorialisé fonctionne il est indispensable qu'une personne soit clairement identifiée au sein de l'OT.

Le contrat de développement territorialisé interviendra jusqu'à un maximum de 30 000€ pour financer le salaire et les frais de déplacement de cette personne.