



REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 10 MARS 2022

RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 10 DI MARZU DI U 2022

RAPPORT DE LA PRESIDENTE
RAPORTU DI A PRESIDENTE

Objet : **débat d'orientations budgétaires pour l'exercice 2022.**
Ughjettu : **orientazione bilanciarie per l'esercizio 2022.**



ORIENTATIONS BUDGETAIRES 2022

La tenue d'un débat d'orientations budgétaires est considérée comme une formalité substantielle qui s'impose préalablement au débat budgétaire annuel.

Le 1^{er} alinéa de l'article L. 4311 – 1 du CGCT dispose que ce débat doit avoir lieu dans un délai maximum de dix semaines précédant l'examen du budget.

Il donne la possibilité aux élus du conseil d'administration de s'informer sur la situation financière de l'Etablissement et d'être éclairés sur les perspectives qui présideront au budget primitif pour l'année 2022.

L'article L. 4132 – 18 du CGCT prévoit l'envoi aux membres de l'organe délibérant d'une note de synthèse préalablement à la séance au cours de laquelle se tiendra le débat d'orientation budgétaire.

Le rapport ci-après servant de support au débat présente :

- la description de la politique publique ;*
- les éléments de contexte, de son évolution et les enjeux identifiés ;*
- les éléments d'information sur la situation financière de l'établissement et certains éléments bilanciels ;*
- les perspectives pour 2022, priorités et orientations à venir, à court, moyen et long terme.*

TITRE 1 : DESCRIPTION DE LA POLITIQUE PUBLIQUE

1.1 RAPPEL DES ENJEUX

L'objectif principal poursuivi depuis plusieurs années est la transformation vertueuse du territoire en destination touristique durable par un processus de transition écologique, numérique et réglementaire impactant de manière profonde l'industrie touristique insulaire.

Pour cela, il est nécessaire de poursuivre le développement d'un tourisme corse créateur de valeurs fondé sur 3 piliers :

- La conciliation de l'activité touristique et la protection de la ressource dans un territoire fragile ;
- Le positionnement différencié de la destination Corse dans son environnement concurrentiel en tant que destination préservée et d'île verte en Méditerranée ;
- L'augmentation des retombées économiques et sociales du tourisme tout en refusant les pressions d'un tourisme de masse, ce qui suppose de poursuivre la désaisonnalisation et de maximiser la valeur ajoutée produite sur le territoire.

1.2 RAPPEL DES MISSIONS, PUBLICS VISES

La Collectivité de Corse dispose d'une compétence particulière en matière de tourisme. Conformément à l'article L. 4424-31 du code général des collectivités territoriales (CGCT), la CTC, désormais CdC, a créé, en 1992, une institution spécialisée placée sous sa tutelle : l'Agence du Tourisme de la Corse, qui a en charge la coordination de l'ensemble des actions de développement du tourisme en Corse. Elle est chargée d'observer l'activité touristique, d'en assurer la promotion, de soutenir financièrement les acteurs du tourisme.

Elle dispose d'un rôle administratif moins connu d'instruction pour le compte du Président du Conseil Exécutif, autorité compétente en Corse en lieu et place des Préfets dans les régions continentales, en matière de dénomination de communes touristiques et de classement des hébergements et stations et tourisme.

Ainsi, l'Etablissement :

- Produit et diffuse de la donnée et des contenus relatifs au secteur qui permettent d'orienter les stratégies et actions publiques mais aussi celles des acteurs socio-professionnels. L'Agence anime également un système d'information régional (base de données sur l'offre, portail touristique régional) et instruit les classements touristiques ;
- Organise et met en œuvre des actions de promotion et communication véhiculant l'attractivité de la destination sur les marchés internationaux en fédérant les acteurs autour d'opérations de coordination diverses ;
- Accompagne les projets publics et privés au travers de dispositifs de soutien financier, sous forme de subventions directes, d'avances remboursables, de mobilisation de fonds européens et par tout autre dispositif conventionnel dès lors qu'ils concourent aux objectifs fixés dans la politique territoriale et visés dans le règlement d'aides au tourisme adopté en Assemblée de Corse.

Force de proposition des politiques régionales, il intervient également sur l'ensemble des sujets stratégiques, réglementaires ou législatifs, touchant directement ou indirectement le secteur du tourisme, compétence totalement décentralisée en Corse.

Les publics visés couvrent l'ensemble des acteurs de la chaîne de production touristique, depuis l'offre d'hébergement, de transport et de services jusqu'à la demande, en incluant l'intermédiation et les opérateurs de la distribution, y compris « on line ».

Les interventions s'entendent sur les trois volets opérationnels de l'Etablissement que sont l'observation, la promotion et le soutien aux projets de développement. Les actions portent à la fois sur l'offre et la demande touristique qu'elle soit professionnelle (*B to B*) ou grand public (*B to C*).

Le rôle opérationnel de l'Etablissement consiste principalement, en qualité d'opérateur public territorial, à véhiculer l'attractivité touristique de la destination et à encourager l'offre professionnelle à se développer, se structurer et s'adapter aux tendances de la demande.

Il implique une coordination des acteurs d'autant plus essentielle pour la destination Corse si l'on considère :



- Le caractère majoritairement familial et indépendant de l'offre touristique prévalant en Corse constituée essentiellement de TPE qui bien évidemment ne disposent pas toujours de la surface pour affronter seules les marchés internationaux ;
- Les difficultés de l'offre marchande à disposer de la masse critique pour être visible et entrer dans les logiques professionnelles de la distribution ;
- Les questions d'accessibilité qui impactent mécaniquement les budgets vacances et dépenses pour notre destination, celle-ci restant dans un positionnement prix élevé dont il convient de défendre les arguments ;
- Les fortes contraintes de « coût matière » (largement importées) et de coût social chargé (modèle social français) comparativement aux destinations concurrentes dans le bassin méditerranéen, qui pèsent sur le modèle économique des structures en Corse.

En termes d'interventions publiques, la traduction budgétaire pour l'année 2022 s'inscrit dans une trajectoire globalement constante par rapport aux années précédentes en matière de fonctionnement courant, pour tenir compte des instructions fixées par la Collectivité de Corse. Elle intègre, compte tenu des perspectives de marché pour l'année 2022 et les années suivantes, le besoin de renforcer et de diversifier les actions de promotion de nature à soutenir la promotion de la destination. Outre les retombées économiques de la principale activité de l'île, on connaît par le produit des taxes, notamment la taxe de transport directement affectée au budget de la Collectivité, l'incidence mécanique budgétaire des flux touristiques.

Comme à l'habitude, les orientations budgétaires de l'Agence du Tourisme ont fait l'objet d'un arbitrage auprès de la Collectivité de tutelle et seront traduites au sein du budget général de la Collectivité de Corse pour l'année avant qu'intervienne le vote du budget même de l'établissement.

TITRE 2 : ELEMENTS DE CONTEXTE, EVOLUTION ET ENJEUX IDENTIFIES

2.1 CONTEXTE GLOBAL DE MARCHE ET TENDANCES DU TOURISME

Le tourisme mondial a connu une légère reprise de 4% en 2021, avec 15 millions d'arrivées de touristes internationaux (visiteurs d'une nuit) de plus qu'en 2020, mais est resté 72% en dessous des niveaux de l'année prépandémique 2019 selon des estimations préliminaires¹. Cela fait suite à une chute de 73% des voyages internationaux en 2020, la pire année jamais enregistrée pour le tourisme en raison de la pandémie de COVID-19. Le tourisme international a rebondi modérément au second semestre 2021, avec des arrivées internationales en baisse de 62 % aux troisième et quatrième trimestres, par rapport aux mêmes périodes en 2019.

La hausse des taux de vaccination combinée à des restrictions de voyage plus souples en raison d'une coordination et de protocoles transfrontaliers accrus, ont toutes contribué à libérer la demande refoulée en 2021. L'Europe et les Amériques ont enregistré les meilleurs résultats par

¹ Source : Baromètre OMT du Tourisme mondial. Pour plus d'information : <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerfra.2022.20.1.1>



region par rapport à 2020 avec des arrivées en hausse de 19% et 17% respectivement, bien qu'elles soient restées inférieures de 62% et 63% aux niveaux de 2019. L'Afrique a connu une augmentation de 12 % en 2021 par rapport à 2020, tout en restant 74 % en dessous des niveaux de 2019. Au Moyen-Orient, les arrivées ont diminué de 24 % par rapport à 2020 et de 79 % par rapport à 2019. En Asie et dans le Pacifique, les arrivées ont chuté de 65% par rapport aux niveaux de 2020 et de 94% par rapport aux valeurs prépandémiques.

La contribution économique du tourisme (produit intérieur brut direct du tourisme) est estimée à 1 900 milliards de dollars américains en 2021, au-dessus des 1 600 milliards de dollars américains en 2020, mais toujours bien en deçà de la valeur prépandémique de 3 500 milliards de dollars américains.

La dernière enquête du panel d'experts de l'OMT² indique que 61% des professionnels du tourisme s'attendent à de meilleures performances en 2022 qu'en 2021. Cependant, la plupart des experts (64%) pensent également que le tourisme international ne reviendra pas aux niveaux de 2019 avant 2024 ou plus tard. Les scénarios de l'OMT indiquent une croissance de 30% à 78% des arrivées de touristes internationaux en 2022 en fonction de divers facteurs. Ce serait de 50% à 63% en dessous des niveaux prépandémiques. L'année 2022 pourrait donc bien être celle de la reprise du tourisme international.

Alors que le tourisme international rebondit, le tourisme intérieur continuera d'être le moteur de la reprise du secteur dans un nombre croissant de destinations. Les voyages intérieurs sont alimentés par la demande de destinations plus proches et à faible densité de population, les touristes recherchant des activités de plein air, des produits de la nature et du tourisme rural. La plage, la ville et la nature constituent les lieux de vacances privilégiés. Toutefois, la sécurité et la confiance des voyageurs envers les entreprises jouent un rôle majeur dans les décisions de voyage.

Conjoncture française

Au quatrième trimestre 2021 en France, la fréquentation dans les hébergements collectifs touristiques hors campings, exprimée en nombre de nuitées, est inférieure de 8,6 % à son niveau du quatrième trimestre 2019. La fréquentation est en retrait de 12,4% dans les hôtels alors que dans les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT), elle a dépassé son niveau d'avant crise (+2,9%).

Les nuitées hôtelières n'ont pas retrouvé leur niveau d'avant crise³.

Comme pendant l'été 2021, la fréquentation hôtelière du quatrième trimestre est portée par la clientèle résidant en France, dont le nombre de nuitées est proche de son niveau d'avant crise (-3,0%). La fréquentation des touristes non-résidents reste quant à elle nettement en retrait (-32,6%).

² Source : UNTWO barometer. Pour en savoir plus : <https://www.unwto.org/fr/unwto-world-tourism-barometer-data>

³ Source : Insee. Pour plus d'informations : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6050073>

Pour l'autorité compétente par délégation



Le retour de la clientèle résidente profite en premier lieu aux hôtels haut de gamme, classés 4 ou 5 étoiles. Le nombre de nuitées des résidents dans cette catégorie augmente de 650 000 (soit +9,0%) par rapport au dernier trimestre 2019. Mais la fréquentation des touristes non-résidents baisse fortement (2 100 000 nuitées en moins) et reste très en deçà de son niveau d'avant crise (-33,8%), si bien qu'au total la fréquentation dans ces hôtels reste de 11% inférieure au niveau du quatrième trimestre 2019.

La baisse est un peu moins marquée dans les hôtels classés 3 étoiles (-6,9%), qui perdent cependant plus de 1 200 000 nuitées sur la période. La chute de fréquentation est importante concernant les hôtels classés 1 ou 2 étoiles, qui perdent 1 600 000 nuitées (-16,0% par rapport au niveau d'avant crise), et les hôtels non classés (1 500 000 nuitées en moins, soit -25,2%).

Dans les deux cas, la baisse résulte tout à la fois de la lourde chute de la fréquentation des non-résidents et du recul prononcé de la fréquentation de la clientèle résidente.

Royaume-Uni

Au quatrième trimestre 2021, les nuitées hôtelières de la clientèle en provenance du Royaume-Uni sont deux fois moins nombreuses qu'avant la crise, dans un contexte marqué par les restrictions sanitaires régissant les voyages entre les pays et par le Brexit.

Allemagne - Belgique

Second marché émetteur de l'île, l'Allemagne a également été impactée par la crise du coronavirus. Dans une moindre mesure les nuitées allemandes sont également en baisse (-15,0 %), tandis que la clientèle belge est quant à elle revenue à son niveau de fin 2019 (+0,1 %).

Conjoncture marché niche tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires en baisse de 16,8 %, a légèrement perdu de son importance et représente 49,6 % des nuitées hôtelières, contre 52,5 % deux ans auparavant.

2.2 LES ENJEUX ET LES PRIORITES POUR LA CORSE DANS CE CONTEXTE

Le tourisme constitue pour l'économie de la Corse la première ressource contributive à son PIB (39%). Les enjeux en sont donc considérables, les retombées du tourisme dépassant les seules activités directement liées à cette activité pour impacter l'ensemble de l'économie insulaire.

La politique publique du tourisme corse doit fixer le cap et les enjeux du tourisme de l'île pour asseoir un développement durable, économiquement viable, socialement responsable et bien entendu soutenable, en préservant la ressource naturelle.

Les publics visés sont l'ensemble des acteurs institutionnels et privés qui nécessitent un accompagnement de leur projet en phase avec ces orientations. Les modalités d'intervention couvrent plusieurs registres. Elles sont traduites dans **le nouveau règlement des aides au tourisme 2022-2027** (soutien aux projets sous forme de subvention ou d'avances

 (remboursables), l'accompagnement des acteurs, les dynamiques d'information touristique, le portage en tant qu'ensemblier, la promotion et la communication de la destination sur tous ses marchés touristiques nationaux et internationaux.

La prise en compte d'un contexte sanitaire non totalement stabilisé et de ses répercussions requiert néanmoins des adaptations. Le budget 2022 doit non seulement amplifier et adapter les actions entreprises par l'Agence du Tourisme de la Corse au cours des années 2020 et 2021 mais également permettre la mise en œuvre du **plan de relance tourisme** finalisé entre l'ATC, la CdC et l'Etat.

Les priorités pour 2022 qui s'inscrivent dans la trajectoire des objectifs visés et l'accompagnement des acteurs publics et privés dans les mutations structurelles de l'offre sont :

- **La poursuite du renforcement de la mission observation du tourisme** dans toutes ses composantes pour pouvoir accompagner au mieux tous les acteurs dans leur développement propre mais aussi permettre l'anticipation ;
- **L'accompagnement des dynamiques territoriales** en coordonnant des missions stratégiques nouvelles (innovation-tourisme durable...) ;
- **Le soutien de la montée en qualité** de notre produit touristique tant au niveau de l'aménagement touristique restant à parfaire que de contenus forts permettant au tourisme de l'île de dépasser le simple effet contemplatif en veillant bien entendu à un rapport qualité/prix qui ne nous sorte pas du marché ;
- **Le renforcement du positionnement d'île verte de Méditerranée** pour asseoir une différenciation compétitive positive. De réels efforts budgétaires sur le volet promotionnel doivent continuer d'accompagner cette stratégie déterminante pour l'avenir ;
- **La connexion des marchés avec l'île** restant un des enjeux essentiels.

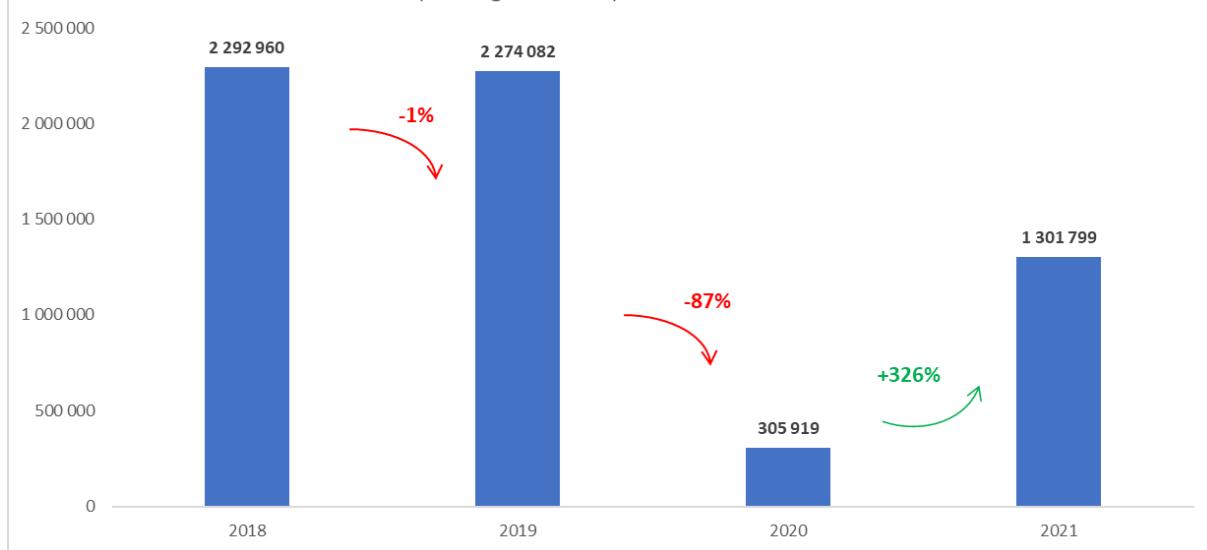
2.3 ÉLÉMENTS BILANCIELS LOCAL

Avant-saison : un printemps morose

Transport : un trafic en hausse par rapport à 2020 mais encore très loin d'une année « normale ». En début d'année 2021, les restrictions liées à la pandémie de COVID19 auront eu un fort impact sur les flux de passagers. Entre avril et juin, ce sont plus de 1.3 million de passagers qui ont été transportés. C'est quatre fois plus qu'en 2020 (305 919 passagers) mais c'est presque deux fois moins qu'en 2019, (-43% pour la même période), où le nombre de passagers transportés était de près de 2.3 millions. En 2021, la reprise s'est opérée réellement à partir du mois de juin.



Evolution des flux de passagers transportés en avant-saison de 2018 à 2021



Hébergements : des taux d'occupation très faibles. La tendance observée dans les transports s'est confirmée également dans l'hébergement. Ainsi, pour 70% des établissements ouverts, les chiffres enregistrés sont mauvais. Malgré cette morosité, on distingue plusieurs phases dans cette avant-saison. Les taux d'occupation (tous les hébergements confondus) ont varié entre 3% pour le mois d'avril, 25% pour le mois de mai et 43% pour le mois de juin. Les hôtels haut de gamme (4 et 5 étoiles) enregistrant les taux d'occupation les plus élevés, notamment au mois de juin (83% d'occupation pour les hôtels 5 étoiles sur ce mois). En cette avant-saison la clientèle a été essentiellement française : 88% en moyenne.

Un bilan d'avant-saison finalement plutôt partagé si on le compare à l'an passé : il apparaît meilleur pour 35% des hébergements, identique pour 31% et moins bon pour 34% ; mais unanimement moins bon pour 74% des hébergements par rapport à 2019. Un bilan négatif qui se veut un peu plus marqué dans l'hébergement collectif (75%) que dans l'hébergement locatif (68%).

Autres professionnels du tourisme : Le secteur des activités et loisirs a été fortement impacté sur le début de saison, entraînant une baisse des chiffres d'affaires pour 38% des professionnels par rapport à 2020 et pour 63% par rapport à 2019. Un début de saison qualifié de mauvais pour 63% des entreprises interrogées.

Malgré ces mauvais chiffres, le bilan de l'avant-saison reste meilleur que celui de 2020 pour la majorité des professionnels mais très largement en baisse par rapport à une saison normale compte tenu des nombreuses restrictions en vigueur sur la période. Ce léger regain d'activité qu'a connu un tiers des entreprises interrogées, bénéficie d'une clientèle de proximité (32%) en besoin et en recherche d'activités de plein air après de nombreux mois de restriction. Cette clientèle locale a été d'ailleurs plus présente dans ce secteur comme dans celui de la restauration.

Ces tendances sont semblables dans le secteur des « voyagistes et activités de voyages », dont l'avant-saison est qualifiée de « mauvaise » pour 78% des professionnels. Malgré tout, elle est pour 78% des professionnels du secteur, nettement meilleure que l'an passé et moins bonne pour 89% par rapport à 2019.

Pour l'autorité compétente par délégation

Haute-saison : un été sous de bons auspices

Du côté des transports on s'est rapproché des chiffres des années avant crise. L'évolution de la situation avec l'instauration du pass sanitaire le 21 juin et son renforcement le 9 août, la politique vaccinale et la recrudescence pendant l'été du nombre de cas de contaminations, n'ont pas eu d'impact sur la fréquentation touristique au cours de l'été 2021 qui a connu une très forte augmentation par rapport à l'année précédente. Plus de 3 millions de passagers ont transité dans les ports et aéroports corses pendant l'été. C'est 25% de plus qu'en 2020 et seulement 5% de moins qu'en 2019 où le flux de passagers était de plus de 3.2 millions.

Au mois de juillet la fréquentation globale était en forte hausse par rapport à juillet 2020 : +43% de passagers transportés et avoisine le nombre de passagers transportés en 2019 (1 398 853 en juillet 2021 contre 1 402 698 en juillet 2019). Le mois d'août s'est révélé quant à lui très satisfaisant : près de 1.7 million de passagers ont voyagé dans les ports et aéroports de l'île, soit 13% de plus qu'en 2020 et 9% de moins qu'en 2019.

Concernant l'hébergement, l'été fut largement satisfaisant avec des taux d'occupation (tous hébergements confondus) de 71% en juillet et 85% en août en moyenne. Les professionnels de l'hébergement sont d'ailleurs 87% à juger cette haute-saison « bonne » voire « très bonne ». Cette très bonne dynamique est essentiellement portée par la clientèle française : 86% des voyageurs 2021. On notera la forte absence de la clientèle étrangère : seulement 11 à 13% d'étrangers contre près de 30% en moyenne en temps normal. Le delta correspond à la part de clientèle locale.

Des chiffres nettement meilleurs par rapport à l'an passé pour la majorité des hébergements mais pas encore au niveau de 2019 pour 39% d'entre eux.

Notons la bonne performance des hôtels 4 et 5 étoiles qui affichent les taux d'occupation les plus élevés pendant l'été (84% en juillet et 91% en août) alors que les campings enregistrent les taux les plus faibles (respectivement 45% et 70%).

On constate également la bonne performance du secteur des activités et loisirs qui confirme les nouvelles aspirations des touristes concernant leur besoin de changer d'air et de s'orienter vers des « activités nature ». Ainsi, 73% de ces professionnels estiment avoir réalisé un bon mois de juillet et 90% un bon mois d'août. Cette fréquentation estivale permet à 65% des professionnels répondants de réaliser des chiffres d'affaires nettement meilleurs que ceux de 2020. Un tiers déclare même obtenir un chiffre d'affaires supérieur à celui de 2019 pour la même période. Une dynamique essentiellement portée par une clientèle française (70%), en forte hausse cette année, et une clientèle de proximité (près de 20%).

Comme dans l'hébergement, le secteur des activités et loisirs a enregistré une augmentation des réservations de dernière minute.

Enfin, les entreprises du secteur ont été confrontées à une pénurie de main d'œuvre saisonnière : 56% ont rencontré des difficultés pour le recrutement de leurs saisonniers.

Arrière-saison : le bel automne 2021

Du côté des transports, le nombre de passagers transportés pendant ce mois d'octobre est en forte hausse par rapport à l'an passé (+38%) mais aussi par rapport à octobre 2019 (+6%). En octobre, se sont donc plus de 575 000 passagers qui ont été transportés contre 418 000 en 2020 et plus 545 000 en 2019. Sur l'ensemble de l'arrière-saison (septembre + octobre), le nombre de passagers transportés a augmenté de 29% par rapport à 2020. Il est seulement de - 4% par rapport à 2019 et de - 8% par rapport à 2018, année de tous les records.

Pour l'autorité compétente par délégation

Concernant l'hébergement, l'arrière-saison qui s'est finalement « mieux déroulée » que prévu. Le taux d'occupation moyen enregistré est de 65% sur l'ensemble des hébergements ouverts. Les hôtels, les Gîtes de France et les chambres d'hôtes performent avec respectivement des taux de 78%, 72% et 67%.

En octobre, 62% des établissements interrogés étaient encore ouverts. Parmi eux, 60% sont satisfaits des chiffres enregistrés au cours de ce mois. Les hôtels et les campings affichent les taux de satisfaction les plus élevés, respectivement 81% et 71%. Les chambres d'hôtes en revanche enregistrent le taux de satisfaction le plus bas : 22%.

A partir de septembre 2021 et pour la première fois depuis plusieurs mois, la part des hébergements enregistrant une hausse de leur chiffre d'affaires par rapport à 2019 (35%) est supérieure à celle enregistrant une baisse. Une tendance que l'on continue d'observer en octobre où la part des hébergements enregistrant une hausse de leur chiffre d'affaires par rapport à 2019 passe de 35% à 41%. Une fréquentation plus importante dans l'intérieur en septembre et en octobre : l'automne semble avoir attiré plus de visiteurs dans l'intérieur de l'île : au cours de cette période, le Centru Corsica fait partie des trois régions qui ont le taux d'occupation le plus élevé.

Pour ce qui est du retour de la clientèle étrangère et la reprise du tourisme d'affaires, il est à noter la bonne dynamique de l'automne, essentiellement portée par une clientèle franco-française à 76%. Par ailleurs, le retour progressif de la clientèle étrangère amorcé au mois de septembre s'est confirmé en octobre : 17% de touristes étrangers étaient présents en Corse en septembre et en octobre (contre 11% en moyenne pendant la haute-saison). La clientèle insulaire (7%) semble également avoir profité de la météo clémente du mois d'octobre. Enfin, on constate une reprise du tourisme d'affaires : près de 10% de la clientèle pendant ce mois d'octobre.

Un bel automne également pour le reste du secteur touristique avec une belle arrière-saison qui se confirme également dans d'autres secteurs tels que les activités et loisirs et les voyagistes qui affichent des taux de satisfaction respectifs de 71% et 83%. Même s'il est difficile de tirer des conclusions générales pour les activités des « bars/restaurants » et des « transports internes » du fait de la faiblesse des échantillons, la tendance est malgré tout à des taux de satisfaction très élevés.

Un bilan nettement meilleur qu'en 2020 apparaît donc pour ces acteurs du tourisme, puisque, rappelons-le, la Corse avait été placée en zone rouge de circulation du virus dès le début du mois de septembre 2020. En revanche, les chiffres de 2019 ne semblent pas encore être atteints pour un tiers des entreprises de ces deux secteurs. Ils sont en hausse ou stables pour les deux tiers restants. Des évolutions qui se reflètent également dans les chiffres d'affaires.

Comme dans l'hébergement, le constat concernant l'évolution des différentes clientèles est le même pour l'ensemble des entreprises interrogées, à savoir une forte baisse de la clientèle étrangère liée à la crise sanitaire mondiale et une forte présence, plus que de coutume, de la clientèle domestique. Notons tout de même que la bonne dynamique du secteur des activités et loisirs de cette arrière-saison a été portée en partie (plus d'un quart) par une clientèle locale en hausse.

En conclusion, la saison 2021 qui a démarré de manière tardive, au mois de juin, a vu la fréquentation dans les hébergements des deux mois d'été atteindre 95% de son niveau de 2019, pour se terminer sur des niveaux dépassant ceux de 2019 pour les mois de septembre et octobre.

TITRE 3 : ELEMENTS SUR LES PERSPECTIVES FINANCIERES 2022

L'élaboration du budget annuel pour 2022, acte qui traduit en termes financiers la politique budgétaire de l'Agence du Tourisme de la Corse, sera réalisée dans la continuité des années précédentes avec pour objectifs la maîtrise des dépenses de fonctionnement et de masse salariale.

En 2022, le concours financier de la Collectivité de Corse s'inscrit dans le cadre du plan Rilanciu avec des dotations en Autorisations de Programmes (AP) et en Autorisations d'Engagement (AE) qui y sont liées. Ces financements se répartiront en volume de programmation en AP et AE de la manière suivante :

	MONTANT	TOTAL	%
1- ACTIONS DE L'ETABLISSEMENT		10.000.000 €	65 %
INVESTISSEMENT – AIDES AUX PROJETS			
Subventions selon règlement du guide des aides	1.500.000 €		
Dispositif avances remboursables (<i>selon guide des aides</i>)	1.500.000 €		
Plan Rilanciu (<i>accompagnement des TPE/PME</i>)	1.000.000 €		
FONCTIONNEMENT – ACTIONS ENGAGEES			
Promotion et Communication – actions sur les marchés internationaux et promotion des filières (<i>dont Plan Rilanciu</i>)	5.260.000 €		
Centre de ressources, observatoire, portail, BDD	365.000 €		
Aides aux actions de promotions des OT, partenariats territoires et soutien aux évènementiels	325.000 €		
Contribution Programme UE (*1)	500000€		
2-FRAIS DE FONCTIONNEMENT ETABLISSEMENT		5.396.000 €	35 %
Frais de personnel et charges sociales	4.646.000 €		
Frais divers de gestion	750.000 €		
TOTAL GENERAL		15.396.000 €	

(*1) Autorisations d'engagements remboursables sur programmes UE Interreg-med.



Ces moyens seront mobilisés pour pouvoir engager les actions nécessaires destinées au principal secteur économique de l'île aux effets d'entraînements économiques et sociaux avérés et quasi immédiats. Ils seront complétés des financements européens dans le cadre du plan de relance européen (REACT-EU) ainsi que des recettes émanant de la taxe additionnelle et des partenaires.

En matière de soutien au développement, l'année 2022 sera marquée par l'augmentation de l'utilisation des fonds exceptionnels conçus dans le cadre du plan de relance et de son volet tourisme. A ce titre, a été mise en œuvre en 2021 par appel à projet une mesure destinée au soutien des TPE-PME dont le montant total est de 6 millions d'euros avec une contribution de 3.875 millions d'euros de la CdC. Près de 200 dossiers de demandes d'aides sont parvenus au pôle développement de l'ATC et sont en cours de finalisation d'instruction. Après le vote du budget, qui doit intervenir au plus tard mi-avril, les premiers dossiers seront présentés lors du premier Bureau de l'ATC de l'année 2022 permettant ainsi le versement des aides auprès des pétitionnaires.

Dans le cadre du plan de relance européen baptisé REACT-EU, avec des fonds FEDER comme ressource financière, d'autres mesures seront mises en œuvre au cours des années 2022 et 2023. Le financement de ces mesures est estimé à un montant de près de 19 millions d'euros.

Ces mesures viendront renforcer celles déployées dans le cadre du nouveau Guide des aides au Tourisme 2022-2027 qui, après passage devant le Conseil d'Administration de l'ATC, sera présenté à l'Assemblée de Corse. Leurs montants peuvent s'envisager identiques à ceux de 2021.

Sur un certain nombre d'actions éligibles, l'appel aux financements qui pourraient s'intégrer dans des programmes européens et de coopération sera recherché. De la même manière, un dispositif de conventionnement permettra de mener des actions communes avec d'autres organismes voire d'autres services de la CdC dans une logique de transversalité.

Le dispositif d'avances remboursables qui soutient les investissements de l'offre d'hébergement touristique a été renouvelé en 2020 par un marché désignant la CADEC comme prestataire pour les trois années à venir. En 2022, 1,5 millions d'euros seront affectés au financement de ce dispositif. Il conviendra par ailleurs au cours de cette même année de relancer un appel d'offres permettant la pérennisation de ce dispositif de soutien financier compte tenu de l'effet de levier et de la réussite de cette mesure qui participe de la montée en qualité de l'offre.

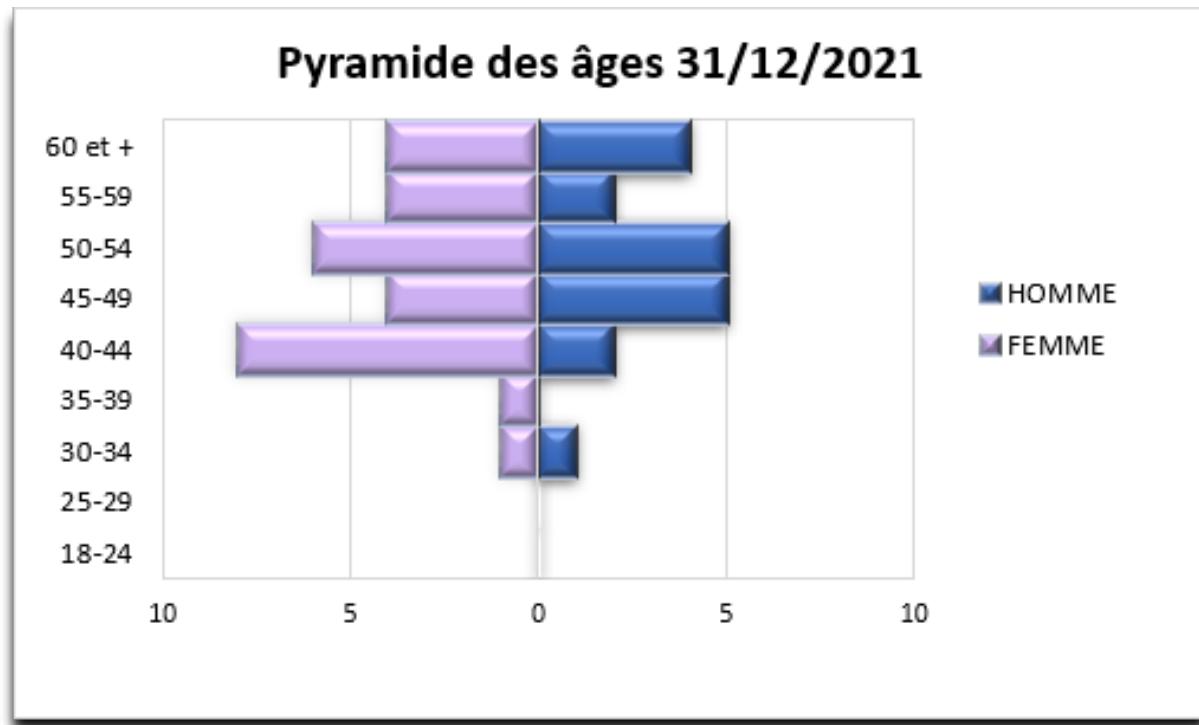
L'ATC adaptera ses actions et modes opératoires pour la promotion de la destination afin de répondre aux enjeux majeurs posés par la crise sanitaire et aux nouvelles attentes des clientèles post Covid. Dans un environnement de concurrence exacerbée, ces actions auront pour but de conforter et de repositionner la destination sur l'ensemble des marchés et filières. Le contexte global de marché (changements de pratiques, mutation des modèles, paysage du transport soumis à de fortes turbulences, évolutions des métiers, concurrence exacerbée en Méditerranée, ...), nécessitent des actions promotionnelles fortes afin de stabiliser l'attractivité de l'île mais aussi d'accentuer la désaisonalisation. Dans une destination où l'offre est essentiellement familiale et indépendante et n'a que très rarement la masse critique pour se promouvoir seule, l'effort public n'en est que plus déterminant. Cela passe donc par des moyens financiers significatifs.



Concernant le centre de ressources, l'année 2022 poursuivra via la mission observation touristique des travaux d'études qui porteront notamment sur les marchés émetteurs (scandinave, allemand, britannique, néerlandais, autrichien), l'analyse des données permettant l'élaboration des cahiers du tourisme et le suivi conjoncturel (hébergements et activités, transports ...). Par ailleurs, il aura en charge le pilotage de la refonte de l'écosystème numérique de l'Agence du Tourisme de la Corse.

En matière de frais de personnel, la pyramide des âges aura pour conséquence, au cours de l'année 2022, d'acter au moins un départ à la retraite d'un collaborateur cadre de l'Agence, mais aussi de prendre en charge :

- Les augmentations conventionnelles (ancienneté, augmentation valeur du point de la convention collective) ;
- Les recrutements pour les postes non pourvus qui permettront de renforcer l'équipe et de s'adapter aux enjeux de la période actuelle.



Les charges générales de fonctionnement seront elles reconduites pour un montant quasi identique à celles de 2021.