



**REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 10 D'APRILE 2025**

**RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 10 D'APRILE DI U 2025**

**RAPPORT DE LA PRESIDENTE**

**RAPORTU DI A PRESIDENTE**

**Objet :** **Rapport d'activité de l'ATC 2024.**

**Ughjettu :** **Raportu d'attività di l'ATC 2024.**



# RAPPORT D'ACTIVITE 2024

## AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE

# TABLE DES MATIERES

<b><i>Introduction générale.....</i></b>	<b>5</b>
<b>I. GOUVERNANCE.....</b>	<b>8</b>
A. Fonctionnement des organes statutaires délibérants .....	8
1. Le Conseil d'Administration .....	8
2. Le Bureau .....	10
B. Fonctionnement des organes consultatifs .....	10
1. Commission Observation .....	10
2. Commission Promotion.....	12
3. Commission Développement .....	13
<b>II. ADMINISTRATION GENERALE.....</b>	<b>15</b>
A. Gestion des Ressources Humaines .....	15
1. Effectifs de l'Agence et classification .....	15
2. Accord collectif.....	16
3. Instances représentatives du personnel .....	16
4. Formation des personnels.....	16
B. Budget-Finances.....	17
1. Compte Administratif 2024 .....	17
2. Etat des réalisations budgétaires .....	17
3. Trésorerie .....	20
4. Comptabilité.....	20
5. Certification .....	20
C. Classement des Communes et Stations .....	21
D. Marches Publics passés en 2024.....	21
<b>III. COORDINATION DES ACTEURS.....</b>	<b>23</b>
1. Les ateliers « Thematique Tourisme » .....	23
2. La convention CCI de Corse - ATC.....	26
3. Réunions hebdomadaires Air Corsica 2024.....	27
4. Travail mené avec la FROTSI et les Offices du Tourisme.....	28
5. RDV en France – Toulouse 2024.....	28
6. Maison de la Corse en Italie .....	29
<b>IV. POLE CENTRE DE RESSOURCES.....</b>	<b>30</b>
A. Projets transverses et actions réalisées .....	30
B. Observation touristique territoriale .....	33
1. Nos publications « Les Cahiers du Tourisme » .....	33
2. Suivi Conjoncturel .....	34
3. Données Transports .....	34
C. Classement des hébergements 2024 .....	34
<b>V. POLE PROMOTION TOURISTIQUE .....</b>	<b>35</b>

Réception par le préfet : 28/04/2025	Stratégie et communication.....	35
B.    Nos actions spécifiques sur les marchés .....	41	
C.    Nos actions de promotion sur le territoire.....	42	
<b>VI.    POLE INGENIERIE-DEVELOPPEMENT .....</b>	<b>43</b>	
A.    Développer et valoriser l'offre touristique : améliorer l'offre touristique pour accroître l'attractivité et la compétitivité .....	44	
1.    Les outils et soutiens financiers aux porteurs de projets.....	44	
2.    Mission d'étude « France Tourisme Ingénierie » avec Atout France et la Banque des Territoires.....	48	
3.    Slow Tourisme : étude pour l'aménagement de l'itinéraire cyclo touristique GT20 .....	48	
4.    Candidature de la destination Corse au label international « Green Destinations » .....	50	
5.    Zoom sur les projets soutenus .....	51	
6.    Labellisation Tourisme et Handicap .....	54	
7.    Plages Inclusives.....	54	
B.    Une mise en oeuvre concertée de LA POLITIQUE TOURISTIQUE .....	55	
1.    Animation des acteurs – Journée du club de l'Ecolabel Européen .....	55	
2.    Coopération internationale – Séminaire de lancement du programme Via Patrimonia - Aiacciu.....	56	
3.    Coopération internationale – Séminaire Final REBOOT MED – Tunis .....	57	
<b>VII.    LA MISSION COMMUNICATION .....</b>	<b>58</b>	
A.    Les missions et les actions de communication .....	58	
1.    Les relations presse institutionnelles .....	58	
2.    Les réseaux sociaux institutionnels .....	59	
3.    Animation du site internet professionnel Atc.corsica, politique relationnelle .....	60	
4.    Création d'un intranet au service de la communication interne .....	60	
B.    Production et diffusion de contenus vidéo /photo et infographie .....	61	
1.    Photos et médiathèque.....	61	
2.    Production, tournage et montage de vidéos .....	62	
3.    Graphisme/webdesign .....	62	
C.    Animation éditoriale du site Visit.corsica .....	63	
D.    Système d'information touristique territorial.....	63	
1.    gestion du SITTCO .....	63	
2.    Aide à l'appropriation du sittco.....	64	
E.    Gestion du CDI .....	64	
F.    Acquisition d'un logiciel de gestion de photothèque et vidéothèque .....	65	
G.    Mise à disposition d'espaces collaboratifs atc/partenaires .....	65	

## SOMMAIRE DES ANNEXES

*(une annexe au présent rapport comporte les documents mentionnés ci-après)*

### **ANNEXE 1 : GOUVERNANCE.....**

- ANNEXE 1.1 : Composition du Conseil d'Administration .....
- ANNEXE 1.2 : Délibérations du Bureau .....
- ANNEXE 1.3 : Composition du Bureau .....

### **ANNEXE 2 : ADMINISTRATION GENERALE .....**

- ANNEXE 2.1 : Organigramme de l'Agence du Tourisme de la Corse.....
- ANNEXE 2.2 : Éléments statistiques - Ressources Humaines.....
- ANNEXE 2.3 : Liste des marchés publics conclus en 2024.....

### **ANNEXE 3 : POLE CENTRE DE RESSOURCES.....**

- ANNEXE 3.1 : Chiffres Clés du tourisme .....
- ANNEXE 3.2 : Liste des Cahiers du Tourisme produits en 2024 .....
- ANNEXE 3.3 : Détail des données transports .....
- ANNEXE 3.4 : Détail du classement des hébergements en 2024 .....

### **ANNEXE 4 : POLE PROMOTION TOURISTIQUE .....**

- ANNEXE 4.1 : Visuels campagne 2024 .....
- ANNEXE 4.2 : Visuels des campagnes d'e-mailings et social media .....
- ANNEXE 4.3 : Exemples de la gamme d'éditions .....
- ANNEXE 4.4 : Salons et workshops .....
- ANNEXE 4.5 : Zone Europe du Nord .....
- Annexe 4.6 : Zone Europe centrale .....
- ANNEXE 4.7 : Zone Europe du sud .....
- ANNEXE 4.8 : Marchés d'opportunité .....
- Annexe 4.9 : Le tourisme d'affaires .....
- ANNEXE 4. : Relevé détaillé des accueils organisés par l'ATC .....

### **ANNEXE 5 : MISSION COMMUNICATION.....**

- ANNEXE 5.1 : Détail des retombées réseaux corporate .....
- ANNEXE 5.2 : Détail et exemples de la production photo .....
- Annexe 5.3 : Détail et exemples de la production vidéo .....
- ANNEXE 5.4 : Détail et exemples de la production graphique .....
- ANNEXE 5.5 : Détail de la gestion du SITTCO .....
- ANNEXE 5.6 : Détail de la gestion du CDI .....

## INTRODUCTION GENERALE

L'Agence du Tourisme de la Corse est un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial de la Collectivité de Corse en charge de la politique touristique. Créée par la loi, l'ATC définit et met en œuvre les stratégies touristiques.

L'ATC assume la promotion de l'île en France et à l'étranger, le développement et la valorisation de l'offre touristique (aides aux porteurs de projets, soutiens financiers, conseil, accompagnement), l'observation de l'évolution du tourisme et la coordination des acteurs publics et privés du tourisme de Corse (Offices de tourisme, professionnels, transporteurs, chambres consulaires...). L'ATC joue le rôle assumé sur le continent dans une région par le Comité Régional du Tourisme (le CRT), les Comités Départementaux du Tourisme (les CDT) et la direction développement économique/touristique du Conseil Régional.

En 2017, selon l'INSEE, l'économie touristique représentait 39% du PIB du territoire (7,5% sur le plan national, 11% pour PACA). Son importance est encore accrue si l'on considère la part, environ 32%, des « administrations publiques » dans le PIB d'une île dont il faut rappeler qu'elle reste la région la plus pauvre de France métropolitaine<sup>1</sup>. La Corse reste cependant l'une des régions françaises qui consacre le moins de moyens à la promotion touristique.

Or, le tourisme est concentré sur la période estivale en 2023, 73% de la fréquentation touristique a été observée entre juin et septembre<sup>2</sup>. Cette très forte saisonnalité entraîne une pression importante sur les ressources naturelles avec les effets habituels du surtourisme : sites saturés, pollution, tourismophobie des habitants, ... Concentrer l'activité économique sur quelques mois expose la Corse à des risques considérables. Une mauvaise saison estivale, causée par des crises climatiques, sanitaires ou géopolitiques, peut entraîner des pertes significatives de PIB et mettre en péril la viabilité de nombreuses entreprises locales. En diversifiant son activité sur l'année, la Corse pourrait stabiliser ses revenus et résister plus efficacement aux fluctuations du marché touristique mondial.

Les orientations stratégiques de l'Agence trouvent leur fondement dans le schéma d'orientation pour le développement touristique (SODT) qui constitue l'annexe 8 du Plan d'Aménagement et de Développement Durable de la Corse (PADDUC) que l'on peut résumer de la façon suivante : « un tourisme durable fondé sur l'identité et largement réparti sur l'année et sur les territoires ». Elles nous amènent à porter nos efforts sur :

- La diversification de nos marchés par l'accroissement des visiteurs étrangers tout en maintenant le flux domestique. Les marchés étrangers à fort potentiel de développement (Allemagne, Suisse, Autriche) étant vecteurs d'une dépense unitaire plus importante, et constituent surtout une clientèle intéressée par des visites en dehors de la saison estivale ;

<sup>1</sup> Insee Dossier Corse n°18 paru le 03/10/2023 « *La Corse est la région la plus pauvre de France métropolitaine avec une intensité de la pauvreté également plus importante sur l'île* ».

<sup>2</sup> Et 47% en juillet et août. Statistiques établies sur la base du nombre de nuitées consommées par les touristes en Corse en 2024 (source Flux Vision Orange).

Reception par le préfet : 24/04/2025 à 10:45:45  
L'amélioration de la saison touristique par une meilleure fréquentation avant et après la période estivale constitue un objectif majeur pour la Corse ;

- Une meilleure répartition des flux de visiteurs sur les différents territoires de l'île en mettant l'accent sur les régions de l'intérieur de l'île par la valorisation des atouts naturels et culturels de ces territoires.

**Dans ce cadre, en 2024, ont été menées diverses actions de promotion touristique de la destination** pour mettre en relation l'offre et la demande : campagnes de communication, organisation d'opérations événementielles, participation à des salons et workshops en France et dans toute l'Europe, accueil de médias en Corse et édition de documents promotionnels multilingues à destination des publics.

En effet, dans un environnement de concurrence exacerbée en Méditerranée, notre objectif a été de conforter la destination sur l'ensemble des marchés et filières afin de renforcer l'attractivité de l'île et de ses territoires mais aussi de soutenir activement la politique de déconcentration temporelle, géographique et de provenance.

**Ces actions, fondées sur l'identité, ont positionné la Corse en tant que destination préservée d'île verte en Méditerranée ; elles ont été menées en partenariat avec des acteurs privés et publics, notamment les Offices de Tourisme.** L'utilisation du marketing digital a été renforcée et quatre prestataires ont été retenus pour aider l'Agence à opérer un virage numérique qui s'imposait.

Dans une destination où le tissu des entreprises touristiques corses est essentiellement familial et indépendant, l'effort public de promotion et de développement reste déterminant.

**C'est pourquoi, au titre du développement touristique, l'ATC a poursuivi l'aide aux porteurs de projets publics et privés ainsi que l'accompagnement des acteurs, au cas par cas, pour répondre au mieux aux besoins des pétitionnaires.**

Ainsi, nous avons soutenu **les projets structurants du territoire** qui permettent une valorisation de l'offre patrimoniale, culturelle, de pleine nature sur les espaces ruraux, montagnards et littoraux. Ce soutien s'inscrit dans l'esprit du PADDUC et vise à articuler l'action de la Collectivité de Corse avec celle des territoires, communes et intercommunalités, dans une logique de territorialisation d'une politique publique du tourisme à la recherche de répartition des flux dans le temps et dans l'espace.

Concernant le **financement par des aides directes au développement économique des entreprises du tourisme**, notre objectif a été d'améliorer l'offre, notamment l'hébergement et les activités culturelles et de pleine nature car ils constituent un élément fort de développement touristique durable pour notre territoire doté d'un environnement préservé.

Nous avons également accéléré le travail réalisé pour **accroître la durabilité de l'industrie touristique** (la Corse est la deuxième région française en matière d'établissements détenteurs de l'Ecolabel Européen) et faire reconnaître notre positionnement dans le monde entier (candidature déposée en 2024 pour l'obtention du label « Green Destinations »).

**En ce qui concerne l'observation touristique, l'Agence a accentué la modernisation des outils afin que la donnée collectée soit la plus précise et la plus exploitable possible dans le cadre de la préparation des politiques publiques.**

Il s'agit là principalement pour nous de produire et diffuser de l'information et de la donnée pour les besoins propres des services de l'établissement comme pour ceux des acteurs du tourisme.

De plus, l'**année 2024 a été marquée par une action innovante dans ce domaine avec un groupement de commande qui a permis la mise en réseau de nombreux acteurs publics et privés dans le but de partager l'information et de mieux préparer la saison grâce à des outils d'analyse prospective.**

Réception par le destinataire

**Enfin, l'Agence a intensifié sa mission de coordination des acteurs du tourisme pour gagner en efficience dans un contexte budgétaire contraint.**

Nous avons donc accru nos actions d'organisation et de structuration de territoires de projets dans le cadre d'une architecture s'appuyant sur le réseau des Offices de Tourisme de Corse et la mise en œuvre de contrats de développement territorialisés.

Nous avons aussi contribué au soutien d'organisation d'événements et d'animations sur les territoires dès lors qu'ils sont en phase avec les objectifs stratégiques retenus et contribuent à une fréquentation désaisonnalisée.

**Les projets de création d'une Maison de la Corse dans la capitale italienne et d'achat de flux aérien à partir de villes françaises et européennes qui ont été instruits en 2024 constituent également des dossiers d'une grande importance pour la Corse.**

#### **Les chiffres clés 2024 :**

- 8.35 millions de passagers transportés (entrée et sortie), soit +2.5% par rapport à 2023
- Taux de satisfaction des hébergeurs (tous types d'hébergements) en haute saison de 68% (juillet et août cumulés) ; taux moyen d'occupation (tous hébergements confondus juillet août) de 75%
- Part de la clientèle étrangère (d'avril à octobre) 31% contre 24% en 2022 sur la même période
- 9% de tourisme d'affaires essentiellement concentré sur les ailes de saison
- 11 cahiers du tourisme et études réalisés, accessibles sur le site internet de l'Agence
- 88 projets ont été soutenus au titre du guide des aides pour un montant total de subvention de 2 528 732 € ;
- Le dispositif de soutien des TPE PME, a concerné 137 sociétés auxquelles ont été versés 6 710 830 € à la fin de l'exercice 2024.
- 1 232 dossiers de demande de classement instruits
- Participation de l'ATC à 13 salons majeurs en Europe (grand public et professionnels)
- 30 Workshops, Tournées Médiatiques, Eductours et Networking ont été organisés en 2024 (en direction des professionnels internationaux du tourisme)
- 32 accueils presse organisés correspondant à des centaines de pages de valorisation de l'île dans des magazines de l'Europe entière

## I. GOUVERNANCE

### A. FONCTIONNEMENT DES ORGANES STATUTAIRES DELIBERANTS

#### 1. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 2024, le Conseil d'Administration de l'Agence du Tourisme de la Corse s'est réuni à cinq reprises. Ces cinq réunions se sont tenues sur l'ensemble de l'année avec des séances très suivies, démontrant l'intérêt porté à l'institution et à ses actions, toutes réunies en première instance (quorum atteint).

##### a) Les séances

###### **1. Réunion du 13 mars 2024**

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 11 décembre 2023 ;
- Approbation du compte de gestion 2023 ;
- Approbation du compte administratif 2023 ;
- Affectation du résultat de l'ATC de l'exercice 2023 ;
- Orientations budgétaires pour 2024 ;
- Accord collectif de fonctionnement du CSE ;
- Convention constitutive d'un groupement de commandes pour la mise à disposition et l'acquisition de données relatives au secteur touristique en Corse ;
- Convention constitutive d'un groupement de commandes entre la CdC et ses offices et agences pour l'infogérance d'applications informatiques.

###### Rapports pour information :

- Point d'information sur les marchés publics publiés en 2023 ;
- Point d'information sur la signature de la convention de partenariat ATC/Atout France 2024 ;
- Résultat des élections professionnelles.

###### **2. Réunion du 8 avril 2024**

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 13 mars 2024 ;
- Rapport d'activité de l'ATC 2023 ;
- Vote du budget primitif 2024 ;
- Vote des budgets affectés au CSE pour 2024 ;
- Modification du règlement financier de l'ATC ;
- Projet « Via Patrimonia-ATC » Programme Marittimo Interreg VI A.

### **3. Réunion du 25 septembre 2024**

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 8 avril 2024 ;
- Election d'un nouveau membre au bureau de l'ATC ;
- Contrats d'alternance 2024-2025 ;
- Autorisation donnée à la Mme la présidente d'effectuer l'ensemble des actions et démarches dans le cadre des programmes européens Interreg EUROPE, Interreg Euro-MED et Interreg NEXT MED.

#### Rapports pour information :

- Point d'information sur les individualisations des réunions du bureau en date des 24 avril et 24 juillet 2024.

### **4. Réunion du 13 novembre 2024**

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 25 septembre 2024 ;
- Création et adhésion au syndicat mixte ouvert pour la gestion des aéroports de Corse et au syndicat mixte ouvert pour la gestion des ports de Corse ;
- Désignation du président de la commission développement.

### **5. Réunion du 4 décembre 2024**

- Approbation du procès-verbal du conseil d'administration en date du 13 novembre 2024 ;
- Plan de promotion et programme d'actions 2025 de l'ATC ;
- Décision modificative n°1 du budget de l'ATC pour l'exercice 2024 ;
- Autorisation donnée à la présidente d'engager, liquider et mandater en 2025 les dépenses d'investissements et les aides individualisées dans la limite du quart des crédits de l'exercice précédent ;
- Contrat d'objectifs et de performance (COP) 2025-2028 entre la CdC et l'ATC.

#### Rapports pour information :

- Point d'information sur les individualisations du bureau en date du 13 novembre 2024 ;
- Compte-rendu des travaux des commissions développement et observation ;
- Partenariat ATC/FFRAAC – Convention pluriannuelle d'objectifs et de moyens ;
- Partenariat ATC/ISSEHO – Convention de partenariat.

### **ANNEXE 1.1 - Composition du Conseil d'Administration**

Pour rappel, le bureau de l'ATC est composé de six membres élus issus du collège des élus de l'Assemblée de Corse et quatre autres membres désignés par les autres membres du conseil d'administration. Ses attributions consistent à individualiser les subventions allouées en application du règlement des aides de l'Agence adopté par l'Assemblée de Corse. Le bureau a rendu régulièrement compte au conseil d'administration des décisions qu'il a prises.

Trois réunions du bureau se sont tenues en 2024 avec une grande assiduité de ses membres ; toutes les séances ayant pu se réunir en première instance.

#### ANNEXE 1.2 - Délibérations du Bureau

#### ANNEXE 1.3 - Composition du Bureau

## B. FONCTIONNEMENT DES ORGANES CONSULTATIFS

L'article 8 des statuts de l'Agence du Tourisme de la Corse prévoit que le conseil d'administration peut associer à ses travaux toute personne ou organisme qu'il juge utile et constituer auprès de lui un comité consultatif formé de trois commissions représentant les secteurs d'activités touristiques. La composition du comité et des commissions ainsi que leur rôle sont fixés par le règlement intérieur de l'Etablissement.

Ces instances consultatives, présidées par M. Benoît CHAUDRON pour la Commission Observation, M. Ludovic SUSINI pour la Commission Promotion et M. Attilius CECCALDI pour la Commission Développement, se sont tenues en 2024 :

- Commission Observation le 13 novembre 2024 ;
- Commission Promotion le 27 novembre 2024 ;
- Commission Développement le 27 novembre 2024.

### 1. COMMISSION OBSERVATION

La Commission Observation s'est tenue le 13 novembre 2024 au Palais des Congrès d'Ajaccio **sous la présidence de M. Benoît CHAUDRON**, et en présence de professionnels du secteur (CCIC, Air Corsica), d'élus et de partenaires. Elle a permis de faire une rétrospective des travaux réalisés par la mission Observation du Tourisme durant l'année écoulée ainsi que d'informer les participants sur les travaux qui devront être réalisés par l'ATC lors des prochains mois.

Ainsi, outre ses travaux quotidiens qui consiste en un suivi de l'offre et de la demande, la réalisation de notes de conjoncture, le traitement des demandes ainsi que la publication régulière d'analyses et d'études thématiques, l'Observatoire a pu rappeler l'important travail réalisé en 2024 concernant notamment :

- La réalisation d'annexes au dossier stratégique de l'achat de flux aérien ;
- La tenue des ateliers relatifs aux meublés de tourisme et au tourisme durable ;

Réception par le préfet : 2024-04-10 10:44:00  
La création d'un groupement de commandes relatifs aux données du secteur aérien via l'outil

Mabrian© (en partenariat avec l'ADEC, Air Corsica, la CCIC, les gîtes de France, Ollandini, le Cercle des Grandes maisons corses) ;

- La mise en place d'un partenariat avec l'AUE et la DREAL concernant le secteur locatif ;
- Un partenariat avec Atout-France pour une étude sur l'hébergement saisonnier ;
- La participation au Comité de pilotage sur les retombées économiques de la croisière en Corse.

Après un rappel des données de cadrage relatives à l'offre en hébergement, le bilan de fréquentation de l'année 2024 a pu être exposé. Ainsi, les chiffres du transport montrent :

- Une avant-saison en hausse ;
- Un mois de juillet fortement impacté par la baisse de l'aérien ;
- En août, une hausse portée par le secteur maritime ;
- Un mois de septembre supérieur au mois de juin ;
- Une évolution positive du cumul des arrivées de janvier à septembre (+2%) par rapport à l'année 2023, ce cumul étant le meilleur depuis l'année record de 2018.

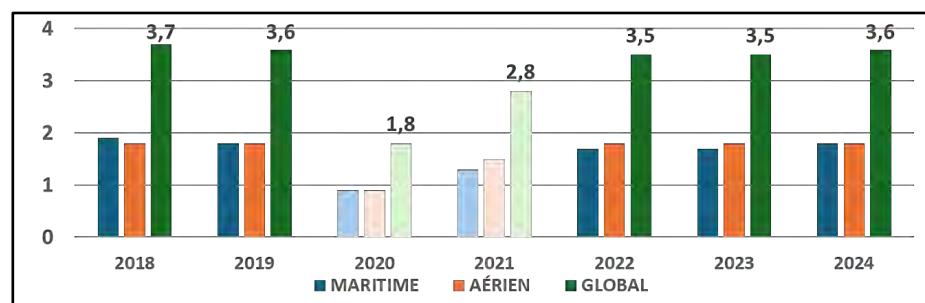


Figure 1 – Cumul des arrivées de janvier à septembre, de 2018 à 2024.

Les données issues de l'outil Flux Vision Orange, permettant un suivi des nuitées réalisées en Corse, ont également pu être précisées, avec un total de 35 millions de nuitées touristiques observées à la fin octobre 2024.

La présentation de tendances longues a permis de mesurer la spectaculaire hausse globale du trafic aérien depuis 20 ans, fortement soutenu par le développement des lignes low-cost.

Le pic de saison de 378 000 personnes en plus de la population locale, situé le 14 août en 2024, permet de constater une tendance baissière de cette donnée depuis 2009, au profit d'un étalement de saison, particulièrement sur les mois de septembre et d'octobre.

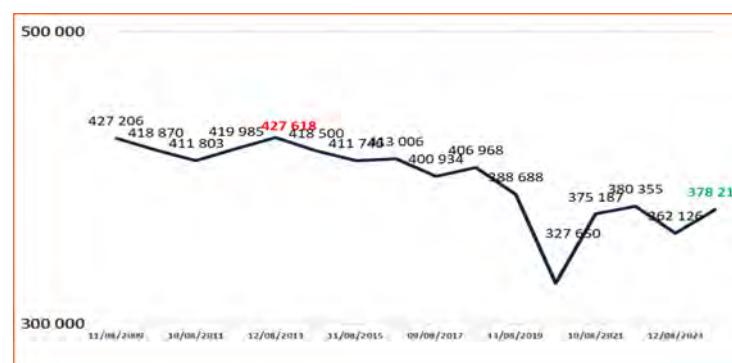


Figure 2 – Évolution du pic de saison de 2009 à 2024.

Les éléments relatifs au secteur locatif ont également pu être abordés, avec notamment une offre active de près de 30 000 meublés de tourisme, correspondant à une hausse de 60 % sur la période 2019-2024.

En 2024, ce sont ainsi près de 500 000 jours qui ont été réservés au mois d'août dans ce secteur de l'hébergement, correspondant à environ 1,5 million de nuitées qui ont généré près de 100 millions d'euros de revenus (source : Likibu ©).

L'ATC anticipe des travaux importants pour 2025 visant à améliorer la gestion des flux touristiques et à diversifier encore les clientèles. Des études approfondies seront menées pour comprendre les profils de visiteurs et optimiser les stratégies de développement. Parallèlement, la consolidation des données sur les hébergements, les transports et les taxes permettra d'affiner les politiques locales. Ces initiatives s'inscrivent dans une démarche globale de durabilité et d'adaptation face aux nouvelles attentes des touristes et aux enjeux environnementaux.

Enfin, les membres du Centre de Ressources ont pu préciser leurs offres de services à l'attention des partenaires de l'ATC, qu'il s'agisse d'intercommunalités, d'offices de tourisme ou autres. L'Observatoire peut ainsi réaliser des études sur des territoires précis avec les données issues de Flux Vision Orange ou encore des rapports concernant le marché de la location des meublés de tourisme via les plateformes dans une région donnée.

***Toutes les productions de l'Observatoire sont à retrouver sur le site institutionnel de l'ATC :***

<https://www.corsica-pro.com/fr/observatoire/>

## 2. COMMISSION PROMOTION

La Commission Promotion s'est tenue le 27 novembre 2024 au Palais des Congrès d'Ajaccio **sous la présidence de M. Ludovic SUSINI**, en présence des représentants de l'offre, regroupés dans différents collèges : transporteurs, chambres consulaires, agences réceptives et spécialisées, DMC, syndicats et fédérations, offices de Tourisme et membres élus du conseil d'administration de l'ATC.

Les points suivants ont été abordés :

### Rapide bilan de la saison 2024

Stabilité de la fréquentation – étalement de la saison qui se confirme

### Bilan des actions de communication et de promotion présenté par les chargés de marché

- Une campagne valorisante (beauté / émotion) et un déploiement cohérent sur les marchés clefs (France / Italie / Suisse/ Belgique / Allemagne/ Autriche / Pays-Bas) ;
- Une opération de mise en valeur de la destination (Sénat Période Jeux Olympiques) ;
- Une intensification des actions sur le marché italien (campagne et évènement, avec une présence de l'ATC à Florence pour le départ du Tour de France Vélo) ;
- Des évènements sportifs soutenus par l'ATC qui ont performé (Corsica Cyclo GT20, Restonica Trail, Championnat du Monde d'Apnée) ;
- Des accueils valorisants (la Team Salomon, Action4media Italie) et une progression notable en digital (réseaux sociaux) ;
- Importance de la représentation de la destination sur les salons nationaux et internationaux ;
- Participation à de nombreux workshops qui ont permis de valoriser la destination auprès des prescripteurs internationaux, Autriche, Italie, Allemagne principalement.

## Rapide bilan des campagnes de communication

- Investissement en net média 1 350 000 € sur 12 marchés (près des 2 / 3 sur la France, l'Italie et le Benelux) ;
- Illustration avec les visuels des campagnes qui ont performé.

## Nouveautés 2025

- De nouveaux partenaires, plus nombreux et plus spécialisés, pour les 3 ans à venir :
  - Agence créative : Léo Burnet
  - Collecte de Datas : Numberly
  - Social médias et influence : Clark
  - SEO : Agence Chirripo
- De nouvelles perspectives en digital (création base datas) ;
- De nouveaux outils (DAM, Mabrian, outil collaboratif) ;
- L'opportunité de démarrer plus tôt qu'en 2024 (budget / campagne / partenaires) ;
- Une réflexion sur le mode opératoire « salons et manifestations » dans le but d'optimiser les investissements ;
- Reprise des actions sur les marchés de conquête ou de reconquête (Canada, USA).

## Objectifs 2025

- 1 – Continuer à promouvoir le printemps et l'automne ;
- 2 – Elargir les bassins de clientèles ;
- 3 – Continuer à anticiper les attentes de demain.

## Stratégie 2025

- 1 – Une stratégie marketing plus agressive pour anticiper davantage encore le printemps et l'automne sur les marchés « matures » ;
- 2 – Une stratégie spécifique pour les marchés de conquête ou de reconquête (UK, USA, Canada) ;
- 3 – Une stratégie de collecte de datas qui va concerner l'ensemble des volets précédents (connaissance client : conquête et fidélisation).

## 3. COMMISSION DEVELOPPEMENT

La commission Développement s'est tenue le 27 novembre dernier **sous la présidence de M. Attilius CECCALDI** en présence des différents représentants des principales fédérations et organisations du secteur touristique. Les points ci-après étaient inscrits à l'ordre du jour et ont été présentés aux participants :

1. Synthèse des aides Année 2024 ;
  - a. Aides Directes
  - b. Avance remboursable
2. Structuration de la GT 20 ;
3. Opération Ecolabel Européen ;
4. Green Destinations ;
5. Programmes de coopération.

Ces éléments sont détaillés au sein du chapitre VI intitulé Pôle Ingénierie-Développement.

Réception par le destinataire

**Les travaux de** la commission et les échanges ont porté sur la stratégie de développement en matière de tourisme durable qui a concerné la majeure partie des points à l'ordre du jour (2 à 5). L'ATC, conformément aux orientations du PADDUC, souhaite valoriser la situation exceptionnelle de l'île en Méditerranée et les efforts de l'industrie touristique pour « verdir » son activité.

Au titre de **la structuration de l'itinéraire GT20**, notre action a porté sur la réalisation d'une étude pour les aménagements d'aires d'arrêt (définition des équipements : aires de services - Halte repos - Halte simple renforcée - Arceaux) et, pour ce qui concerne la diffusion de la marque « Accueil Vélo », une dizaine de marques ont été attribuées en 2024.

**Le développement de l'Ecolabel Européen** dans l'hébergement s'est poursuivi et, fin 2024, la Corse comptait 59 établissements écolabellisés (13 en 2021, 50 en 2023) tandis que 10 demandes d'aide étaient en cours d'instruction par l'ATC et 10 établissements en cours d'accompagnement sur Ecotour. Cet Ecolabel bénéficie d'une couverture territoriale complète ainsi que d'une répartition équilibrée entre les divers types d'hébergements. Une plateforme dédiée à la transition écologique est sur le site de l'Agence du Tourisme de la Corse (écolabel, aides, actu., témoignages, contacts). De plus, en 2024 a été créé un outil collaboratif pour le Club de l'Ecolabel. Ce club des établissements détenteurs de l'Ecolabel (label promu par l'Union Européenne) a été créé sous l'égide de l'agence afin de maintenir une dynamique qui place la Corse en deuxième position derrière la Nouvelle Aquitaine en nombre d'établissements écolabellisés.

L'ATC a déposé son dossier de candidature au **Label Green Destinations**. Celui-ci prend en compte 84 critères et indicateurs de durabilité dont 75 sont obligatoires et 9 optionnels ; ces critères couvrent six domaines.

Enfin, l'ATC a participé à deux **programmes de coopération** : Ecotour et Via Patrimonia.

Le développement durable est donc un axe essentiel de notre action notamment pour permettre l'accroissement du nombre de visiteurs d'Europe du Nord très sensibles à cette problématique.

## II. ADMINISTRATION GENERALE

### A. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

#### 1. EFFECTIFS DE L'AGENCE ET CLASSIFICATION

En 2024, la part du budget de l'établissement qui a été consacrée à la masse salariale brute s'est élevée à 30% du budget total de l'établissement soit **4 994 056.34 €**.

#### **Emplois permanents**

Au 31 décembre 2024, le nombre de postes pourvus au sein de l'ATC est de 50 emplois permanents. L'effectif de l'ATC est composé de 27 femmes et de 23 hommes.

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
<b>Hommes</b>	21	2	23
<b>Femmes</b>	25	2	27
<b>Ensemble</b>	<b>47</b>	<b>3</b>	<b>50</b>

Le temps partiel s'est réparti de la façon suivante : 1 agent à 45.71%, 2 agents à 50%, 1 agent à 90%. En considérant le volume de temps partiel, l'équivalent temps plein au 31/12/2024 s'établissait à **48.86 ETP** dont 3 salariés fonctionnaires détachés.

En termes de mouvement du personnel, on notera les éléments suivants :

#### **Recrutements**

Un chargé d'étude socio-économique/Data scientist au sein du Pôle Centre de Ressources a été recruté en CDI en 2024, sur un poste créé en 2023 et non pourvu.

Par ailleurs, l'ATC a eu recours durant l'année à 4 recrutements en CDD : 2 CDD de remplacement de salariés en longue maladie au Pôle Développement et à la Mission Communication ; 2 CDD de surcroit d'activité dont 1 à la Mission Classement des Hébergements Touristiques pour une durée d'1 mois et 1 au Pôle Promotion et Communication d'une durée de 6 mois.

Une politique de recrutement en alternance soutenue est également à souligner.

En 2024, 2 contrats d'alternance ont été recrutés (Certification, Promotion) portant leur nombre à 5 (3 autres se sont poursuivis au sein de la Mission Communication, du Pôle Développement et du Pôle Promotion).

#### **Départs**

5 salariés en CDI ont quitté l'établissement en 2024 (3 femmes et 2 hommes) dont 3 ruptures conventionnelles et 2 licenciements pour inaptitude.

**ANNEXE 2.1 : Organigramme de l'Agence du Tourisme de la Corse**

**ANNEXE 2.2 : Éléments statistiques - Ressources Humaines**

En 2024, l'accord collectif de fonctionnement du CSE a été signé entre la Présidente et la déléguée syndicale de l'institution.

### 3. INSTANCES REPRESENTATIVES DU PERSONNEL

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020, le Comité Social et Économique est l'instance unique représentative du personnel de l'ATC.

Les 5 et 19 décembre 2023, l'Agence du Tourisme de la Corse a organisé les élections professionnelles de renouvellement des membres du Comité Social et Économique (CSE).

Doté de la personnalité civile, le CSE est désormais une personne morale de droit privé, avec un patrimoine et une autonomie en raison du dépassement du seuil de 50 salariés au sein de l'Agence.

Le CSE est composé de 8 salariés (4 titulaires et 4 suppléants).

Le budget est désormais décomposé de la manière suivante :

**Fonctionnement : 6074€**

**Œuvres sociales : 38 000 €**

9 réunions CSE se sont tenus en 2024.

Le nombre de questions du personnel posées par la délégation étaient de 17 avec pour thématiques principales : la politique salariale de l'entreprise, l'organisation du travail, le recrutement, pyramide des âges, les orientations stratégiques de l'entreprise, les conditions de travail.

Les 3 consultations stratégiques obligatoires (situations économiques et financières, politique sociales et orientations stratégiques) ont été réalisées et ont donné lieu à 3 avis positifs des membres du CSE.

### 4. FORMATION DES PERSONNELS

Pour 2024, 31 actions de formation ont été menées à bien au sein de l'Agence du Tourisme de la Corse notamment dans les domaines de la communication digitale, les langues, la fiscalité des meublés touristiques, le MICE et le système d'informatique touristique.

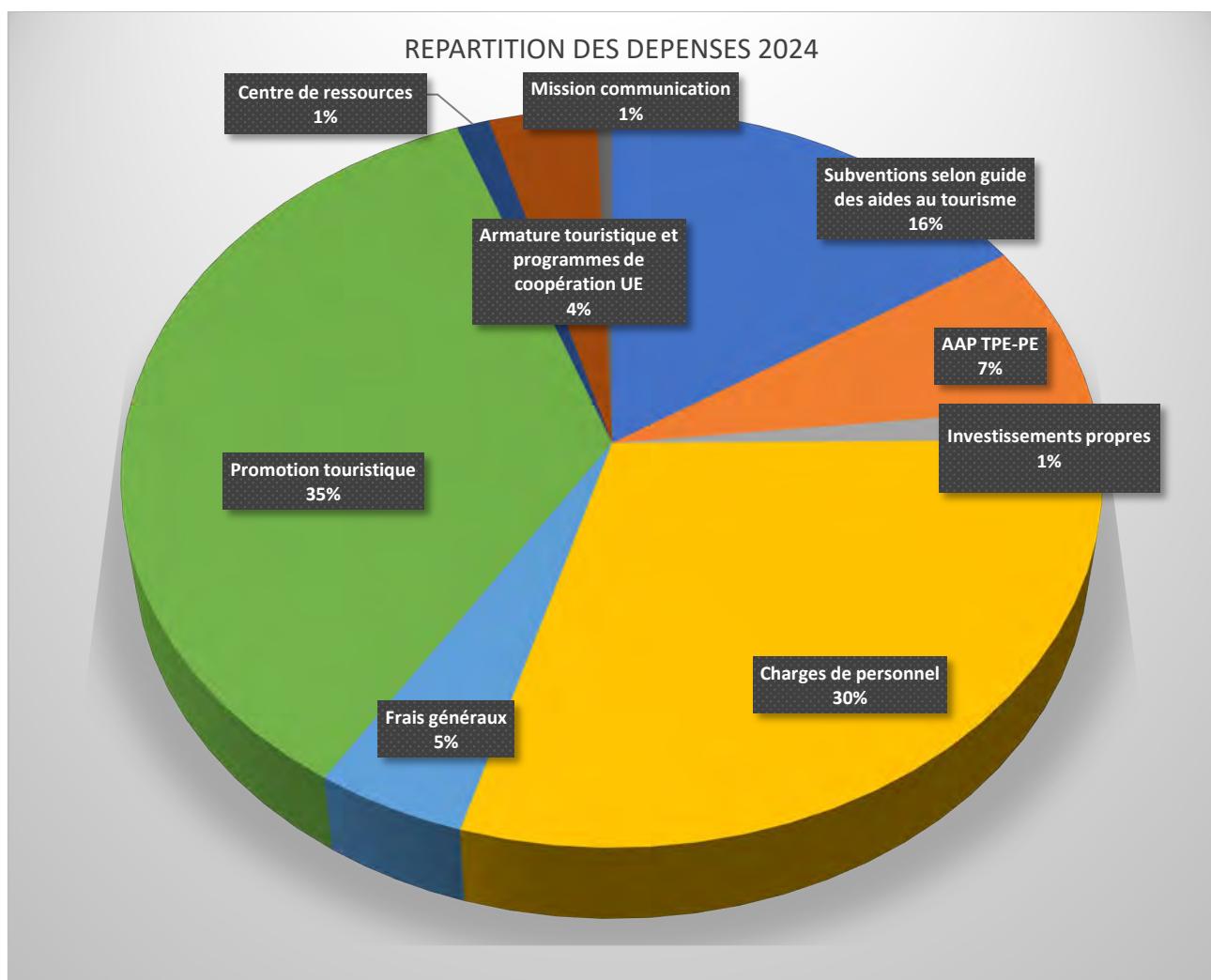
Le budget consacré à ces actions s'est élevé à 15 313 €.

## B. BUDGET-FINANCES

### 1. COMPTE ADMINISTRATIF 2024

	SECTION D'INVESTISSEMENT		SECTION DE FONCTIONNEMENT		TOTAL DES SECTIONS	
	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent
Résultat reporté		239 279,25 €		2 001 139,98 €		2 240 419,23 €
Opérations réelles	4 182 393,51 €	4 277 394,18 €	12 643 398,06 €	12 441 218,21 €	16 825 791,57 €	16 718 612,39 €
Opérations d'ordre	1 719 428,86 €	1 992 686,19 €	1 992 686,19 €	1 719 428,86 €	3 712 115,05 €	3 712 115,05 €
Total année 2024	5 901 822,37 €	6 270 080,37 €	14 636 084,25 €	14 160 647,07 €	20 537 906,62 €	20 430 727,44 €
Résultat de clôture		607 537,25 €		1 525 702,80 €		2 133 240,05 €

### 2. ETAT DES REALISATIONS BUDGETAIRES



**INVESTISSEMENT- DEPENSES : 4 182 393.51 €**

Cette somme comprend les subventions versées selon le règlement du guide des aides au tourisme, les aides directes au développement économique des opérateurs privés dans le cadre du plan de relance, la dotation aux avances remboursables et les dépenses d'équipement nécessaires au fonctionnement de l'établissement.

**Subventions versées selon le règlement du guide des aides : 1 182 023.12 €**

Il s'agit des subventions d'équipement versées aux organismes publics et privés conformément au guide des aides au tourisme. L'essentiel des crédits versés concerne des engagements antérieurs, les subventions étant liquidées en fonction de l'avancée des projets et après certification des dépenses.

Ces subventions ont contribué :

- A financer des projets structurants des territoires ;
- A conforter et à développer l'activité économique (modernisation d'hôtels, création de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes) ;
- Au développement de l'offre « Affaire » ;
- A développer et à structurer des filières ;
- A financer la professionnalisation des acteurs et l'innovation ;
- A diverses études pour le développement et l'aménagement.

**Aides directes au développement économique des opérateurs privés (plan de relance) : 1 246 623.55 €**

Mesure 1.1 de la Feuille de route territoriale pour le tourisme corse adoptée le 27 avril 2021 : « Soutien à l'investissement et à l'accompagnement des TPE-PE du secteur touristique ».

Ce dispositif conçu sous la forme d'un appel à projet a permis d'apporter une aide financière directe aux projets d'investissement des TPE-PME insulaires qui ont été fortement impactées par la crise sanitaire. Cette mesure dotée de 6 M€ a été co-financée par l'Etat (2.125 €) et la CdC (3.875 €). Les deux comités de sélection (Etat-ATC) qui se sont tenus en 2022 (5 mai et 18 octobre) ont validé 103 dossiers.

En 2023, 34 nouveaux dossiers d'aide à l'investissement ont été instruits par les services de l'ATC pour un montant total de 1 643 676 € dans le cadre du budget actions de l'ATC financé par la CdC.

A fin décembre 2024 :

- 107 dossiers sont finalisés (travaux réalisés et contrôlés, versement de l'aide effective) ;
- 30 dossiers restent à finaliser dont 16 dossiers ont fait l'objet du versement d'un acompte sur investissement en cours de réalisation.

Les destinataires des subventions d'équipement versées en 2024 dans le cadre du guide des aides et des aides directes au développement économique des opérateurs privés s'établissent comme suit, 26.66% communes, structures intercommunales et organismes publics, 6.80% OTI et 66.54% partenaires privés.

**Dispositif avances remboursables : 1 500 000 €**

Il s'agit du premier versement à la CADEC, prévu par convention ATC/CADEC/2023/09 ratifiée le 7 novembre 2023. Le montant total des versements à effectuer sera sur 3 ans de 4 millions d'euros. Ces versements permettent de financer le dispositif des avances remboursables (axe 2 du règlement des aides : conforter et développer l'activité économique).

Réception par le **Ministère de l'Intérieur** le **18/04/2025**  
**Autre de l'année 2024** un montant total de 2 836 000 € ont été versés. Ces versements concernent 18 établissements : 16 hôtels dont 7 créations et 2 résidences de tourisme. L'aide moyenne par dossier est de 157 000 € et a permis un montant d'investissement moyen de 2 600 000 € par dossier.

Les crédits de paiement ouverts par la CdC pour ces actions d'investissement ont été consommés.

#### **Subventions actions versées en 2024 :**

Subventions selon règlement du guide des aides :	30% ;
Aides directes au développement économique (plan de relance) :	32% ;
Dispositif avances remboursables :	38%.

#### **Immobilisations corporelles et incorporelles de l'établissement : 253 746.84 €**

Il s'agit des dépenses d'investissement propres à l'établissement (licences, logiciels, matériels informatique, mobiliers de bureau, création d'une plateforme de gestion en ligne des demandes d'aides du guide des aides au tourisme...).

#### **b) Détail Section de Fonctionnement**

#### **FONCTIONNEMENT - DEPENSES : 14 643 398.06 €**

La section de fonctionnement de l'ATC regroupe les frais de fonctionnement propres de l'établissement (frais de personnel et administration générale) mais également les dépenses d'interventions et d'actions. Ces dépenses concernent principalement les actions de promotion et de communication, les missions de l'observatoire, les aides accordées aux OTI, le soutien à l'évènementiel.

#### **Fonctionnement propre de l'établissement : 5 761 205 €**

##### **Frais de personnel : 4 995 900.45 €**

Ce montant comprend les salaires et les charges sociales patronales de l'ensemble des salariés de l'établissement (CDI, CDD, alternants) et les provisions concernant le Compte Epargne Temps.

##### **Administration générale : 765 304.55 €**

Ce montant comprend les frais de structure de l'établissement, dépenses liées aux loyers, charges et entretien des bureaux de l'ATC, aux matériels de reprographie, aux fournitures de bureau, aux contrats d'assurance, aux frais de télécommunication et d'affranchissement, la dotation aux dépréciations d'actif...

Les dotations en frais de personnel et en frais d'administration générale perçues par l'établissement ont été réalisées globalement à hauteur de **100 %**.

##### **Dépenses d'intervention et d'actions de l'établissement : 6 882 192.45 €**

##### **Promotion, marketing : 5 937 577.38 €**

##### **Mission communication : 94 590.72 €**

##### **Centre de ressources : 198 289.11 €**

##### **Développement touristique : 651 735.85 €**

**FONCTIONNEMENT- RECETTES : 12 441 218.21 €**

Financement des actions 6 027 777 € dont

- Subvention CdC actions : 5 103 140,89 € (41,02%)

- Taxe de séjour additionnelle : 924 636,11 € ( 7,43%)

Dotation de fonctionnement : 5 653 000,00 € (45,44%)

Autres ressources propres : 760 441,21 € ( 6,11%)

**3. TRESORERIE**

Au 31 décembre 2024, le montant de la trésorerie de l'Agence du Tourisme de la Corse se montait à **1 795 252.01 €**.

**4. COMPTABILITE**

L'Agence du Tourisme de la Corse est régie par la comptabilité publique M57.

Volume de mandattement de l'Agence : 1 926 mandats et 342 titres de recettes émis en 2024.

**5. CERTIFICATION**

L'établissement dispose d'une cellule de certification et de contrôle des dépenses. Ce contrôle s'effectue sur pièces (factures acquittées notamment) mais aussi au travers de visites sur site.

**a) Contrôle contrats de commercialisation**

Les contrôles relatifs aux 23 dossiers soldés ont été effectués s'agissant du respect de la commercialisation des meublés sur une période de 9 ans.

**b) Versement des aides*****Aides au titre de la Région***

En 2024 :

- 58 dossiers d'opérations ont été soldés pour un montant total versé de 806 049.66 €
- 27 dossiers d'opérations ont bénéficié d'acomptes pour un total versé de 810 873.78 €.

Le tout représente 85 dossiers pour un total de fonds Région versé de 1 616 923.44 €.

Ces dossiers certifiés concernent l'hôtellerie, les meublés de tourisme, les Offices de Tourisme, les communes, les communautés de communes, les associations.

### ***Appel à projet TPE-PME***

**47** dossiers ont été mis en paiement pour un montant total de **1 246 623.55 €.**

Sur les 47 dossiers mis en paiement, 29 dossiers ont fait l'objet d'un versement pour solde (travaux réalisés et contrôlés après visite sur site), 18 dossiers pour acompte sur travaux en cours de réalisation.

### ***Aides au titre du FEDER***

Clôture des dossiers FEDER.

## **C. CLASSEMENT DES COMMUNES ET STATIONS**

L'instruction des dossiers de classement en commune touristique et station de tourisme relève des compétences de l'Agence du Tourisme de la Corse.

L'ATC a instruit et finalisé au cours de l'année 2024 les demandes suivantes :

- Reclassement de la commune de Piana membre de la communauté de communes Spelunca Liamone en dénomination de « **commune touristique** » ;
- Reclassement de la commune de Corti membre de la communauté de communes Centru di Corsica en dénomination de « **commune touristique** » ;
- Classement en dénomination de « **groupement de communes touristiques** » des 10 communes ci-après listées : Biguglia, U Borgu, Lucciana, L'Olmu, Monte, Vignale, Bicurnu, Campitellu, Scola, Lantu, membres de la communauté de communes Marana Golu.

## **D. MARCHES PUBLICS PASSÉS EN 2024**

Au cours de l'année 2024, plusieurs marchés ont nécessité la réunion de la commission d'appel d'offres. Ces CAO se sont tenues :

- Pour la première, le 29 mai 2024 (MP 2024-03 : « Groupement de commandes pour la mise à disposition et l'acquisition de données relatives au secteur touristique en Corse ») ;
- Pour la seconde, le 10 juillet 2024 (MP 2024-02 : « Communication Touristique de la Corse » Lot 2 – Marketing digital 360 ; Lot 3 – Social media et marketing d'influence ; Lot 4 – Contenus SEO) ;
- Pour la troisième, le 23 octobre 2024 (MP 2024-08 : Communication touristique « Stratégie et création de la Corse pour le compte de l'Agence du Tourisme de la Corse ») ;
- Pour la quatrième, le 4 décembre 2024 (MP 2024-09 : « Contrat d'assurance complémentaire santé et prévoyance à destination des salariés de l'Agence du Tourisme de la Corse » Lot 1 – Complémentaire santé ; Lot 2 – Prévoyance).

Les administrateurs ont par ailleurs été régulièrement informés des marchés passés par l'Agence après mise en concurrence conformément à la réglementation en vigueur.

Lot 1 « Communication », 1 marché avec offre irrégulière (MP 2024-07 Lot 1 « Etude image » et un marché non notifié en 2024 (MP 2024-10 AMO projets européens) :

- 11 ont fait l'objet d'un sourcing (montant maximum de 40 000 € HT) ;
- 7 ont été passés en MAPA (montant maximum de 215 000 € HT) ;
- 7 ont été passés en Appel d'offres ouvert (montant supérieur à 215 000 € HT) ;
- 4 ont été passés par l'UGAP (centrale d'achat) ;
- 1 avenant de durée sans incidence financière a été réalisé.

**ANNEXE 2.3 : Liste des marchés publics conclus en 2024**

### III. COORDINATION DES ACTEURS

Parmi les quatre missions dévolues à l'Agence du Tourisme de la Corse figure la **coordination des différents acteurs du tourisme de notre île**.

Offices de tourisme, professionnels, transporteurs, chambres consulaires, acteurs de la formation, autant de partenaires de prédilection qui agissent aux côtés de l'ATC pour, ensemble, construire une politique touristique dynamique.

Dans un contexte budgétaire contraint et face à une concurrence accrue d'autres îles et territoires de Méditerranée, la coordination se révèle être un impératif majeur. Notre action en la matière a été particulièrement volontariste en 2024.

#### 1. LES ATELIERS « THEMATIQUE TOURISME »

En 2024, le Président du Conseil Exécutif a demandé à l'ATC de réunir les principales organisations et syndicats des acteurs du tourisme corse dans le cadre de rencontres opérationnelles thématiques. Les Présidents d'Agences et Offices concernés ont été invités aux travaux.

**Ces ateliers avaient pour objectifs :**

- Une prise en compte des besoins et des attentes des organisations professionnelles ;
- Une harmonisation et un partage de connaissances concernant les sujets stratégiques du tourisme corse ;
- L'écriture d'une ligne directrice commune pour le tourisme corse intégrant les conclusions des échanges dans la conduite des politiques publiques.

**Inauguration d'un cycle de quatre réunions de travail intitulées :**

- Atelier Formation et métiers du tourisme – 24 janvier 2024 ;
- Atelier Penser et construire le tourisme durable d'aujourd'hui et de demain – 24 janvier 2024 ;
- Atelier Paracommercialisme : focus meublés de tourisme – 14 mars 2024 ;
- Atelier Transports : focus sur le transport aérien – 14 mars 2024 ;
- Un atelier supplémentaire destiné aux élus a été organisé le 9 décembre 2024 pour faire le point sur la question du paracommercialisme et les meublés et leur faire part de l'évolution de la législation.

**Concernant la méthodologie**, chaque atelier s'est déroulé en deux temps :

- Un état des lieux de la thématique réalisé par les services concernés (CdC pour la formation, AUE, ATC) en utilisant notamment les éléments statistiques produits par l'Observatoire du tourisme ;
- Une phase de dialogue et d'interventions permettant de nourrir le débat.

La synthèse des échanges a été présentée au Président du Conseil Exécutif de Corse.

## a) Atelier Formation et métiers du tourisme

L'industrie du tourisme est marquée par une typologie d'entreprise particulière, des TPME familiales et surtout à l'instar des autres territoires insulaires, par une activité saisonnière qui conduit au recrutement de personnels non qualifiés et, dans la majorité des cas, qui viennent d'ailleurs.

Selon l'INSEE on parle de près de 17 470 emplois saisonniers dans le secteur de l'hébergement, de la restauration et des activités, dont 36 % résident hors de Corse.

La désaffection des métiers du tourisme s'est accélérée depuis le COVID, obligeant les professionnels du secteur à revoir leurs modes d'organisation.

Pourtant, l'évolution de la demande touristique rend prégnante les besoins en main d'œuvre qualifiée. Les formations proposées peinent à répondre aux attentes de l'industrie. Un grand nombre d'offres d'emplois, dont certaines pérennes, ne trouvent pas preneur. La situation est tendue depuis plusieurs années et l'ATC constate qu'un risque de déséquilibre de l'industrie touristique existe désormais. Ces problématiques existent sur tout le territoire français mais elles sont exacerbées en Corse, en raison de l'insularité et du caractère saisonnier de l'activité.

## b) Atelier Penser et construire le tourisme durable d'aujourd'hui et de demain

La destination Corse a fait le choix d'un tourisme durable de manière officielle depuis octobre 2015 avec l'adoption du PADDUC par l'Assemblée de Corse.

Désormais, l'objectif transversal à toutes nos actions de développement de l'économie touristique est cette durabilité pour laquelle il faut résoudre prioritairement la problématique d'une meilleure répartition spatiale et temporelle des flux, toujours dans la même recherche d'équilibre entre la capacité de charge environnementale, l'efficience économique et l'épanouissement social des acteurs.

Ce produit de l'histoire doit constituer une force à l'heure de la transition de cet appareil de production vers la durabilité : la destination ne peut-être que durable parce que les Corses le veulent, ils veulent cet équilibre entre la protection de l'environnement et un développement économique et social leur permettant d'envisager sereinement l'avenir.

Il faut donner ici au terme environnement une acception large, celle du patrimoine naturel mais aussi culturel de la Corse : patrimoine physique, patrimoine matériel et immatériel.

Cet atelier a permis de faire le point sur l'action de l'Agence du Tourisme de la Corse pour mettre en œuvre ce tourisme durable tel que souhaité par le PADDUC.

## c) Atelier Paracommercialisme : focus meublés de tourisme

L'atelier, réalisé en collaboration avec l'AUE, a permis de dresser un état des lieux précis de l'offre actuelle en matière de meublés de tourisme, une mise en perspective des capacités d'hébergement, en comparant les offres collectives aux offres locatives et d'ouvrir un débat sur la régulation et les mesures applicables pour encadrer au mieux ces pratiques tout en soutenant le développement du tourisme en Corse.

**Ce débat est crucial** : il s'agit de trouver un équilibre entre liberté d'entreprendre et régulation nécessaire pour garantir une offre de qualité, respectueuse de notre environnement et bénéfique pour l'économie locale. La question du paracommercialisme, avec ses impacts sur les hébergements traditionnels et sur l'authenticité de l'expérience touristique corse, nécessite une attention particulière et des réponses adaptées.

L'atelier proposait une analyse détaillée des données collectées sur les meublés de tourisme, notamment leur répartition géographique, leur évolution en nombre et les revenus générés. Les statistiques montraient une forte concentration des offres dans les principales zones touristiques telles que Porto-Vecchio, Ajaccio et Calvi, où les meublés représentaient une part croissante de l'offre d'hébergement. Ces locations avaient généré des revenus significatifs, reflétant leur importance économique, mais aussi les défis qu'elles posaient en termes de régulation et d'équité pour le tissu résidentiel local.

Enfin, l'atelier s'intéressait aux mesures de régulation mises en œuvre pour encadrer ce phénomène, comme les déclarations obligatoires en mairie, la limitation du nombre de jours de location pour les résidences principales et les autorisations nécessaires pour les résidences secondaires. Les participants avaient également été informés des obligations fiscales et des initiatives européennes visant à renforcer le contrôle des plateformes. L'objectif global de ces efforts était de protéger l'équilibre entre le développement des meublés de tourisme, les besoins des résidents, et la promotion d'un tourisme plus durable et responsable.

#### d) Atelier sur le transport aérien

Cet atelier a permis de dresser un bilan de la fréquentation des ports et aéroports de Corse, le bilan du trafic aérien de 2023, ainsi que les perspectives pour la desserte aérienne en 2024. La CCI a présenté son dispositif d'aides aux compagnies aériennes (AMI) et le projet d'achat de flux qui sera porté par la CdC.

La Présidente souligne l'importance du travail récurrent mené en transversalité avec les opérateurs tels qu'Air Corsica et la CCIC. D'ailleurs le travail mené en concertation avec Air Corsica, l'ATC et les Offices de tourisme - Opérateurs de voyages sous l'égide de leur fédération (la FROTSI) a permis en mai 2024 la signature de conventions offrant la possibilité aux OT de vendre des packages (billets transport + nuitée hébergement professionnel) avec des tarifs très attractifs sur les billets de transport (jusqu'à - 30% de remise).

#### e) Atelier sur le phénomène de la location des meublés de tourisme – décideurs publics

Cet atelier réalisé en collaboration avec l'AUE, destiné aux maires et décideurs publics, portait sur les enjeux de la régulation et de la réglementation des meublés de tourisme en Corse. Il abordait les impacts de ce phénomène sur le marché immobilier local et soulignait les difficultés liées à la pénurie de logements pour les résidents permanents, exacerbées par la montée en puissance des plateformes de location. Les participants étaient informés des spécificités légales encadrant les meublés de tourisme, notamment les distinctions entre résidences principales et secondaires, et les obligations déclaratives associées.

L'atelier proposait une analyse approfondie des mesures de contrôle disponibles pour les collectivités, telles que l'obligation d'enregistrement des locations, la limitation de la durée de location pour les résidences principales (120 jours maximum) et les autorisations nécessaires pour le changement d'usage des logements. À cette occasion, la mairie de Bastia a apporté son témoignage, en exposant son expérience concrète et les étapes de mise en place de son propre processus de régulation. Cet éclairage pratique avait pour but d'aider

Réception par le destinataire

Les participants à mieux comprendre les démarches administratives et juridiques impliquées, tout en illustrant les bénéfices et les défis liés à de telles initiatives.

Enfin, l'atelier soulignait les évolutions récentes du cadre législatif, notamment les nouvelles dispositions européennes visant à harmoniser les procédures de contrôle des plateformes et à accroître la transparence des données. Les participants étaient sensibilisés à l'importance d'un suivi rigoureux et à la mise en place de moyens juridiques et financiers pour garantir l'application effective des réglementations. L'objectif global était de doter les élus et décideurs d'outils efficaces pour concilier développement touristique, gestion durable des ressources locales et réponse aux besoins des habitants.

## 2. LA CONVENTION CCI DE CORSE - ATC

De nombreuses actions sont menées dans le cadre de cette convention signée en 2022, notamment concernant l'Axe I dédié aux transports.

### a) Développement des liaisons aériennes : Dossier achat de flux passagers

L'Assemblée de Corse a approuvé à l'unanimité lors de ses sessions de mai et octobre 2024 les rapports intitulés « renforcement, l'élargissement et l'annualisation des liaisons aériennes à destination de la Corse par achat de flux ». En effet, constatant que le programme d'incitation à l'ouverture et au développement de nouvelles lignes aériennes actuellement mis en œuvre par la CCIC était insuffisant au regard de la nécessité de renforcer, élargir et annualiser les liaisons aériennes à destination de la Corse, il a été présenté à l'Assemblée de Corse un projet d'achat public de flux aériens.

Ce dispositif consiste à conclure, après mise en concurrence, des contrats avec les compagnies aériennes s'engageant à offrir et à exploiter, à leur risques et périls, un service de transport aérien régulier entre des aéroports situés dans les zones françaises et européennes et les quatre aéroports de Corse. L'adoption de ce projet s'inscrit dans la continuité des orientations du PADDUC visant à promouvoir un tourisme responsable et durable et mieux réparti sur l'année et sur l'ensemble des territoires. L'annualisation des liaisons aériennes joue en effet un rôle clé dans la stratégie de déconcentration temporelle et géographique de la fréquentation touristique de l'île et est une condition de la concrétisation de l'objectif visant à positionner la Corse comme une destination attractive au printemps et à l'automne.

Le renforcement de la desserte aérienne de l'île constitue un dessein partagé par l'ensemble des acteurs institutionnels et professionnels soucieux de sécuriser et de développer les activités touristiques, et plus largement économiques, mais également et de façon plus large, de connecter la Corse à son environnement européen et méditerranéen.

Il s'inscrit également dans la volonté affirmée de la Collectivité de Corse de mettre en œuvre sa vision stratégique dans le domaine des transports externes et du développement économique et reflète la capacité de la Collectivité de Corse et de ses partenaires à proposer des solutions innovantes tout en défendant les intérêts propres de la Corse et de ses acteurs économiques et sociaux, en intégrant les enjeux liés à l'évolution des modèles économiques et touristiques et à une concurrence toujours plus forte et diversifiée.

En amont même du nouveau dispositif projeté, l'Agence du Tourisme de la Corse constate d'ores et déjà une augmentation significative des flux touristiques en avant et arrière-saison, notamment avec des événements

Réception par le préfet de Corse

axes sur l'éco-tourisme et la nature (fort accroissement des sports de pleine nature), des secteurs porteurs d'avenir qui correspondent aux attentes d'une certaine catégorie de clientèle et aux axes de développement et d'attractivité que la Collectivité de Corse entend soutenir.

Enfin, ce projet s'inscrit dans une stratégie globale de soutien à l'économie insulaire, notamment à travers la création d'emplois qualifiés (politique de formation, CDI saisonnier, répartition territoriale de l'activité touristique incluant les zones de l'intérieur et de montagne, etc...). Les travaux menés par le Pôle Observation de l'ATC ont estimé à près de 2% d'augmentation de PIB annuel les effets de la mise en place du dispositif.

b) Promotion et développement du réseau des lignes aériennes : travail en synergie entre les deux institutions

Nombreuses interactions concrètes entre les services « Marketing des aéroports » et « Promotion de l'ATC (Marchés nationaux et internationaux) afin d'associer des moyens financiers et de multiplier des échanges d'information, de réseautage, de contacts qualifiés et d'actions promotionnelles susceptibles d'aider à la concrétisation d'ouvertures et de développement de lignes aériennes.

Cela se traduit par **des actions marketing partenariales** : corréler les actions Promotion de l'ATC aux actions d'incitations aéroportuaires CCI pour une attractivité plus incisive de la destination, **un partage de contacts** (Tours opérateurs et contacts marketing des compagnies) et une méthodologie à mettre en synergie afin de permettre l'ouverture de nouvelles lignes. Des résultats concrets seront effectifs dès 2025.

### 3. REUNIONS HEBDOMADAIRES AIR CORSICA 2024

Des rencontres récurrentes sont organisées avec la compagnie aérienne pour faire le point sur l'évolution de la situation en matière de transport aérien et adapter ainsi notre stratégie marketing.

Des partenariats visant à soutenir des projets d'ouvertures de nouvelles lignes sont noués (Vienne-Corse en 2026).

Des actions de communications sont menées par l'Agence auprès des clients de la compagnie.

Lors des ateliers « Transporteurs OT ATC » de 2023, il avait été convenu de réfléchir à l'élaboration d'un dispositif qui permettrait aux Offices de Tourisme de bénéficier d'avantages tarifaires proposés par la Compagnie aérienne. Dans ce but, l'ATC dans son rôle de coordination des acteurs, a mis en place dès janvier 2024, des réunions hebdomadaires ATC/FROTSI/Air Corsica.

L'Agence du Tourisme de la Corse, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative de Corse (FROTSI) et la Compagnie Aérienne Air Corsica ont engagé une concertation afin de nouer un partenariat pour mieux répondre aux besoins des professionnels du tourisme, hôteliers et hébergement de plein air, et ainsi promouvoir le développement économique de la Corse.

Cette concertation a abouti à **une convention cadre** signée le vendredi 17 mai qui détaille les conditions permettant aux Offices de Tourisme immatriculés au registre des opérateurs de séjours et de voyage de bénéficier de tarifs promotionnels (jusqu'à 30% de réduction) sur les vols d'Air Corsica vendus par les Offices de Tourisme, dans le cadre d'une offre touristique intégrant un hébergement éligible (hôtel, camping, gîtes de France).

Réception par le service le 2025-04-10 à 10:20:20  
Les mêmes Offices de Tourisme bénéficieront de tarifs promotionnels dans le cadre d'organisation d'évènement de promotion, à vocation touristique, des territoires concernés.

Ce partenariat va se décliner en contrats bilatéraux entre la Compagnie Régionale et les Offices de Tourisme, afin de fixer les conditions d'accès à ces tarifs réduits.

#### 4. TRAVAIL MENE AVEC LA FROTSI ET LES OFFICES DU TOURISME

Depuis 2021, à la demande de Mme Angèle BASTIANI, Présidente de l'ATC, un important travail de concertation a été mis en place avec les territoires. L'objectif étant de nouer une relation pérenne et de construire un dialogue efficace pour évoluer vers une coopération renforcée, concrète et utile à tous les partenaires.

En 2024, le **cycle de réunions** a été maintenu en concertation avec la FROTSI, les thématiques suivantes ont été abordées :

- Travail sur la thématique du transport aérien avec un accord à l'issue (cf. point 3 supra) ;
- En mai 2024, signature de conventions tripartites et bilatérales ATC-FROTSI-Air Corsica et Air Corsica-Offices de Tourisme ;
- Réunions techniques et suivi des Contrats de développement ;
- Séminaire de travail avec les Offices de Tourisme consacré au plan d'actions Promotion 2025.

Ces rendez-vous seront reconduits en 2025.

#### 5. RDV EN FRANCE – TOULOUSE 2024

Le Salon RDV France constitue le point d'orgue de la saison de promotion pour les acteurs du tourisme institutionnel : l'endroit où l'offre nationale croise la demande mondiale (Tour-Opérateurs et journalistes) autour de rendez-vous préprogrammés. Cette plateforme de business essentielle pour les destinations, permet aux exposants français de présenter leurs offres aux Tour-Opérateurs et journalistes internationaux.

L'édition de 2024 à Toulouse a démontré que le tourisme mondial a retrouvé le dynamisme d'avant Covid. Les Tour-Opérateurs internationaux ont répondu présents à l'invitation d'Atout France.

Les principales remarques des Tour-Opérateurs : lors des RDV avec les Tour-Opérateurs, nous avons pu constater une reprise de l'intérêt des TO pour la Corse.

L'année 2024 a été consacrée à la structuration, la coordination et la préfiguration du projet de création d'une Maison de la Corse à Rome, conçue comme une représentation permanente en Italie, destinée à installer et renforcer notre présence dans un pays qui constitue un marché clef pour le tourisme.

Le projet ambitionne de fédérer au-delà des acteurs touristiques, en intégrant des aspects économiques, culturels et institutionnels autour d'un lieu physique identifié à Rome. C'est une réponse à un objectif partagé de positionner la Corse comme une destination à part entière au sein de l'espace euro-méditerranéen en misant sur une présence continue et qualitative.

Dans cette perspective, l'Agence a mené plusieurs initiatives planifiées tout au long de l'année 2024 et destinées à structurer l'organisation administrative et juridique de la future Maison de la Corse au regard des législations françaises et italienne et d'autre part à prospecter le marché immobilier romain pour l'identification d'offres locatives en rapport avec l'objectif du projet et ses besoins en aménagement et équipement.

En complément, un avant-projet technique a été conçu, qui constitue un schéma provisoire d'intention, dont la vocation est d'illustrer un contenu de projet dans une offre locative qui est ressortie comme la plus pertinente dans le rapport d'analyse technique réalisé à l'issue de la prospection Terrain.

Au cours du second semestre 2024, une mission prospective a été réalisée à Rome par l'ATC, qui a permis de cibler 7 espaces disponibles sur le marché locatif à Rome qui répondaient à notre cahier des charges. Un séjour qualitatif en termes d'opportunités puisque, au-delà des visites de sites, l'ATC a pu nouer des premiers contacts avec les représentants de l'Ambassade de France en Italie et de sa mission économique, avec les Pieux Etablissements de la France à Rome (chargés de la gestion immobilière et des édifices religieux français de Rome) et avec le Cardinal MAMBERTI, chargé pour le Saint Siège des affaires étrangères ainsi qu'avec des architectes et experts immobiliers, juridiques et financiers. Notre projet a reçu un accueil très favorable de l'ensemble de nos interlocuteurs.

L'année 2024 a permis de poser les fondations solides du projet « Palazzu di a Corsica ». Les avancées réalisées traduisent la capacité des acteurs corses à travailler ensemble autour d'une ambition collective à l'international, en lien avec le positionnement stratégique de la Corse en Méditerranée. L'année 2025 marquera, nous l'espérons, l'entrée en phase opérationnelle avec des actions concrètes visant à transformer cette vitrine romaine en véritable levier de rayonnement et de développement durable pour l'île.

#### **Dix-sept livrables produits en internes sur l'année 2024 :**

- Un Planning Project de Maison de la Corse Italie de la conception à l'ouverture (Etape ; Actions ; Livrables attendus, Echéances) : doc XL interne au COPIL projet ;
- Un Dossier présentation Projet : Objectif stratégiques, objectifs opérationnels, Contenu technique, outils numériques, Benchmark, projet animation-Evènement, principes gestion financière : doc PP distribué lors des rencontres prospects à Rome 18 – 20 sept ;
- Douze notes internes de synthèse et d'analyse : RH-VIE ; FEDER – PO et DOMO ; Fiches Métiers, Rapport d'analyse des offres locatives, Benchmark Marketing Numérique, Outils de valorisation, IA et Tourisme Benchmark Obligations et contenus des différentes formalisations de conventions partenariales, Benchmark plan d'actions Atout France-ATC Italie 2024 ;
- Une Brochure Partenaire (présentation du projet) : doc PDF ;
- Un Répertoire Partenaires (interne) : doc XL ;
- Deux CCTP : Prospection Offres locatives et Avant-Projet Travaux et Equipements numériques : doc PDF.

## IV. POLE CENTRE DE RESSOURCES

Le Pôle Centre de Ressources nourrit la Direction de l'Agence du Tourisme de la Corse des tendances observées dans le secteur du tourisme en Corse dans le but de définir des politiques publiques adaptées au territoire. Il travaille également sur un panel de données permettant de définir de manière précise les campagnes marketing et promotionnelles à mener sur les différents marchés émetteurs de la Corse et de cibler les profils de clientèles adéquats, cohérents avec la stratégie poursuivie par la Présidence.

Enfin, il conduit les grands chantiers parfois transverses de l'Agence comme, actuellement, la refonte de l'écosystème numérique régional pour y intégrer les nouvelles technologies et satisfaire les nouveaux usages de la clientèle touristique.

Le Pôle Centre de Ressources intègre principalement :

1. **L'observation du phénomène touristique.** Cette mission consiste à collecter, analyser et interpréter des données sur l'activité touristique en Corse. Grâce à des outils de suivi et d'analyse performants, le Centre de Ressources est en mesure de fournir des informations précieuses sur les tendances, les flux touristiques, les préférences des visiteurs et d'autres paramètres pertinents. Ces données sont essentielles pour orienter les décisions stratégiques, les politiques publiques et les actions de promotion du tourisme en Corse, en favorisant une approche basée sur des preuves solides.
2. **Le classement des hébergements touristiques.** Il vise à garantir la qualité et le confort des établissements d'accueil en Corse. En effectuant des évaluations objectives, il attribue des classements aux hébergements, fournissant ainsi aux voyageurs des informations fiables pour les aider à faire des choix éclairés.

Cette année, l'équipe du Pôle Centre de Ressources s'est vue renforcée par le recrutement d'un Ingénieur de données, complétant ainsi les compétences déjà présentes au sein de l'Observatoire de l'Agence, principalement en « web scraping », montage d'architectures de base de données complexes et en automatisation des traitements, analyses et valorisations des données.

### A. PROJETS TRANSVERSES ET ACTIONS REALISEES

#### - **Suivi des meublés de tourisme (LIKIBU) – collaboration avec DREAL et AUE.**

Le travail mené de concert avec la Direction Régionale de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement (DREAL) et l'Agence d'Aménagement durable, d'Urbanisme et d'Energie de la Corse (AUE) au sujet de la location de meublés de tourisme en Corse via le renouvellement d'un groupement de commande dans le but de sélectionner un nouveau fournisseur de données (société LIKIBU) a été poursuivi pendant l'année 2024.

#### - **Suivi des données de fréquentation – Flux vision Orange.**

Nous travaillons quotidiennement sur les données de fréquentation et de mobilité issues de Flux Vision Orange (FVO), un outil qui nous permet de suivre et d'analyser les flux touristiques en Corse. Ce travail s'effectue à l'échelle régionale, comme présenté dans le Cahier du Tourisme n°28, mais également à une échelle plus locale, en se concentrant sur les intercommunalités et des zones spécifiques, au total 38 zones d'analyse. Il nous est ainsi possible de produire des rapports détaillés

Reception par le préfet : 28/04/2025 à 10:52 sur ces différentes zones afin d'éclairer les décideurs publics sur les politiques à mener, qu'il s'agisse d'aménagement du territoire, de gestion des flux touristiques ou de développement durable. Les analyses réalisées permettent de mieux comprendre les phénomènes touristiques, leurs impacts locaux et d'orienter les politiques publiques en fonction des spécificités et besoins de chaque territoire.

- **Groupement de commande Fourniture de données relatives au secteur touristique (convention de tarification).**

Le groupement de commande pour la fourniture de données sur le secteur touristique en Corse a été créé à la suite d'un appel d'offres ouvert coordonné par l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC). Cet appel d'offres visait à sélectionner un prestataire capable de fournir des données stratégiques et détaillées sur le secteur touristique. Ce groupement, constitué le 19 janvier 2024, regroupe sept partenaires : l'ADEC, Air Corsica, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse (CCIC), le Cercle des Grandes Maisons, les Gîtes de France Corse, le groupe Ollandini et l'ATC. L'objectif est de centraliser l'accès aux données touristiques pour éclairer les décisions stratégiques et optimiser les actions des acteurs du secteur. Les données, accessibles via une plateforme SaaS, incluent des analyses sociodémographiques, des tendances de consommation, ainsi que des données historiques et prospectives. À l'issue de cette procédure, la société Mabrian a été retenue pour ses solutions complètes permettant d'analyser divers aspects du tourisme tels que la connectivité aérienne, les comportements des clientèles, les dépenses et l'image de marque de la destination.

Chaque mois, une réunion des partenaires est organisée pour présenter les chiffres actualisés du tourisme, à la fois passés et prévisionnels. Ces rencontres permettent de discuter des tendances identifiées et de travailler ensemble à l'élaboration de plans stratégiques communs, favorisant ainsi des synergies entre les acteurs et une meilleure coordination des actions en faveur du développement touristique de la Corse. Cette initiative illustre l'importance d'une collaboration structurée (volonté de structurer une gouvernance collective et proactive via des partenariats publics-privés) pour répondre aux défis du tourisme tout en favorisant une gestion durable et coordonnée de ce secteur clé pour l'économie corse.

- **Etude FTI sur les logements saisonniers en Corse.**

Cette étude s'inscrivait dans le cadre du dispositif France Tourisme Ingénierie pour répondre aux besoins spécifiques des travailleurs saisonniers, un enjeu crucial dans une région où le tourisme représentait un tiers du PIB local. La Communauté de Communes Sud Corse (CCSC), incluant Porto-Vecchio, Bonifacio et des communes émergentes, faisait face à une forte pression sur son marché immobilier en raison de la prédominance des résidences secondaires (57 % du parc) et d'une offre limitée en logements accessibles pour les actifs. Le diagnostic avait révélé que les saisonniers, représentant 37 % des emplois locaux, rencontraient de grandes difficultés pour accéder à un logement, notamment en termes de disponibilité, de coût et de qualité.

L'étude a proposé plusieurs pistes d'amélioration, notamment la création de structures dédiées aux saisonniers, telles que des maisons ou foyers spécifiques, l'exploitation de résidences secondaires pour des locations temporaires, ou encore le développement d'un guichet unique pour centraliser les offres de logement et les démarches administratives. Une gouvernance collective a été recommandée pour fédérer les acteurs locaux, encourager des initiatives innovantes et garantir un accueil touristique de qualité tout en répondant aux besoins essentiels des travailleurs saisonniers.

- **Etude statistique personnalisée réalisée par la Banque de France (ACSEL).**

Afin d'obtenir des données précises sur le secteur touristique, l'Agence du Tourisme de la Corse, à travers son Observatoire, a commandé auprès de la Banque de France une étude ACSEL (Analyse conjoncturelle et structurelle économique locale) sur le secteur touristique insulaire. Cette étude

Réception par le préfet : 2025-04-10 10:45:25

Le rapport reposant sur l'analyse des bilans d'entreprises, enrichis par des données qualitatives et quantitatives collectées par la Banque de France. L'observatoire a collaboré avec la Banque de France pour définir précisément les contours du secteur touristique à analyser. Les résultats de l'étude seront présentés au début de l'année 2025.

- **Rapport 135 Assemblée de Corse achat de flux – stratégie de développement de nouvelles routes aériennes et de renforcement des routes existantes.**

Le Pôle Centre de Ressources a participé à la rédaction de ce rapport, apportant son expertise et son soutien technique à l'analyse des enjeux et à la formulation des propositions. Grâce à sa maîtrise des problématiques liées aux transports et à la connectivité aérienne, il a contribué à structurer les recommandations pour renforcer, élargir et annualiser les liaisons aériennes à destination de la Corse. Le Pôle a également participé à l'évaluation des besoins en trafic, à l'identification des opportunités de nouvelles routes, garantissant ainsi la pertinence et la cohérence des solutions proposées. Il a également réalisé une analyse économique des effets induits par le dispositif (augmentation de près de 2% du PIB par an) ;

- **Etude MICE : Réalisation d'une étude sur le poids de la filière du tourisme d'affaires en Corse, incluant ses retombées économiques et ses potentialités de croissance, Voltere by Egis.**

Le tourisme d'affaires (MICE) représente un secteur stratégique pour l'Agence du Tourisme de la Corse pour la diversification et la dynamisation de l'économie touristique insulaire. Le tourisme d'affaires est une activité à part entière avec des retombées économiques majeures mais qui s'exerce à l'intérieur d'un champ dont les frontières sont imprécises compte tenu de la diversité des prestations auxquelles il recourt : hébergement, transport, activité, prestations diverses... De plus, il y a peu ou pas de données statistiques fiables, régulières et disponibles permettant de caractériser la filière. C'est dans ce contexte, que l'Agence du Tourisme de la Corse a lancé un appel d'offres (MAPA) pour la réalisation d'une étude. Cette étude, menée par le cabinet Voltere by Egis, dresse un état des lieux détaillé de l'offre et de la demande MICE sur l'île, identifie les enjeux clés et propose des recommandations pour structurer et renforcer cette filière.

- **Un catalogue des offres pour un accompagnement stratégique des partenaires.**

En 2024, le Pôle Centre de Ressources de l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) a développé un catalogue d'offres de services, axé principalement sur l'accompagnement stratégique des territoires. Ce catalogue a été conçu pour répondre aux besoins spécifiques des partenaires institutionnels et socio-économiques de l'île, leur offrant la possibilité de commander des études adaptées à leurs enjeux. Ces études stratégiques permettent d'analyser des thématiques variées, telles que la fréquentation touristique, les dynamiques de marché, les opportunités de diversification ou encore l'évaluation des impacts des politiques publiques.

Ce nouvel outil constitue un véritable levier pour accompagner les partenaires dans le développement de leurs projets et l'élaboration de leurs stratégies territoriales. Grâce à cette initiative, chaque acteur peut bénéficier d'un service personnalisé et d'une expertise pointue pour répondre à des problématiques ciblées. Ce dispositif renforce ainsi la capacité de l'ATC à jouer un rôle clé dans la structuration et la promotion d'un tourisme durable, équilibré et en phase avec les besoins des territoires et des décideurs publics.

- **CAPA : enquête sur le besoin en logement saisonniers.**

Le secteur touristique, particulièrement en Corse, rencontre des difficultés structurelles de recrutement, notamment en raison de l'insuffisance de logements accessibles et abordables pour les travailleurs saisonniers. Cette problématique est devenue plus aigüe après la crise Covid, mettant en

Réception par le préfet : **21 juillet 2024** l'importance d'améliorer les conditions de vie et de travail des saisonniers pour assurer la compétitivité et la pérennité des entreprises touristiques.

Face à cette situation, la Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien (CAPA) a sollicité l'Agence du Tourisme de la Corse afin de réaliser une étude qui visait à diagnostiquer le marché de l'hébergement des saisonniers sur le territoire communautaire ; évaluer les modalités d'accès au logement pour ces travailleurs et proposer des pistes d'action concrètes aux décideurs locaux. Le questionnaire élaboré par l'ATC a couvert cinq thématiques principales et a été validé par des professionnels du secteur pour en garantir la pertinence. Malgré une faible participation des secteurs de la restauration et des loisirs, les résultats ont révélé une forte corrélation entre la disponibilité des logements et la capacité des entreprises à recruter et fidéliser la main-d'œuvre saisonnière.

### ANNEXE 3.1 : Les chiffres clés du tourisme corse

## B. OBSERVATION TOURISTIQUE TERRITORIALE



Notes de conjoncture



Etudes et travaux thématiques



Les cahiers du tourisme



L'économie du tourisme

### 1. NOS PUBLICATIONS « LES CAHIERS DU TOURISME »

L'Observatoire du Tourisme de la Corse a réalisé une série de publications intitulée « Cahiers du tourisme » dont le but premier consiste à communiquer, de façon régulière, sur des thématiques précises. En 2024, 6 nouveaux cahiers du tourisme, **disponibles sur le site professionnel de l'Agence**, sont venus compléter la liste des 23 précédents cahiers.

### ANNEXE 3.2 : Liste des cahiers du tourisme produits en 2024

La mission Observation du Tourisme poursuit son travail de suivi conjoncturel de l'activité touristique auprès de différents « secteurs » : hébergement marchand, Gîtes de France, meublés de tourisme, transport aérien et maritime, musées, Offices de Tourisme intercommunaux, etc.

Deux notes de conjoncture sont ainsi réalisées chaque mois – une portant sur les hébergements, l'autre les transports – et transmises à l'ensemble des professionnels et organisations du tourisme de la région (plus de 12 000 destinataires).

Ces éléments sont très appréciés par les socioprofessionnels et ils nous en font part tout au long de l'année.

### 3. DONNEES TRANSPORTS

En 2024, 8,35 millions de passagers ont été transportés dans les ports et aéroports de Corse (arrivées et départs confondus).

Ce chiffre est en hausse de 2,5 % par rapport au résultat de 2023 (8,15 M. de passagers).

Le détail des données 2024 est à retrouver dans l'annexe 3.2.

#### ANNEXE 3.3 : Détail des données transports

## C. CLASSEMENT DES HEBERGEMENTS 2024

En 2024, au titre de la mission classement des hébergements touristiques, le nombre de dossiers traités s'élève à 1 232, soit une légère diminution (-3%) par rapport à l'année 2023 : 9 villages de vacances, 25 campings, 1 parc résidentiel de loisirs, 29 résidences de tourisme, 83 hôtels, 1085 meublés de tourisme.

Par ailleurs, l'année 2024 a permis d'optimiser la collaboration entre Atout France et l'Agence du Tourisme de la Corse au sujet de l'instruction des demandes de classement des hébergements professionnels. Différents travaux entre les deux organisations devraient permettre pendant l'année 2025 d'organiser le classement directement au travers de la plateforme de dématérialisation des demandes de classement, administrée par Atout France. L'Agence du Tourisme de la Corse devrait pouvoir obtenir délégation de gestion du progiciel (administration) pour la zone Corse.

#### ANNEXE 3.4 : Détail du classement des hébergements en 2024

## V. POLE PROMOTION TOURISTIQUE

L'Agence du Tourisme mène des campagnes de communication, organise des opérations événementielles, participe à des salons et workshops dans toute l'Europe, accueille les médias en Corse et édite nombre de documents promotionnels multilingues à destination des publics, ceci pour mettre en relation l'offre et la demande.

La promotion de la destination Corse repose sur trois axes majeurs :

- La promotion au niveau européen de la destination Corse avec 5 marchés prioritaires ;
- La promotion de l'offre touristique des territoires corses en concertation avec les partenaires de l'Agence ;
- La promotion des différentes offres de services mises en place par l'institution.

### A. STRATEGIE ET COMMUNICATION

En 2024, l'ATC a poursuivi une stratégie de promotion en adéquation avec sa stratégie visant à renforcer l'attractivité de la Corse tout en développant un tourisme équilibré et durable.

L'approche repose sur une combinaison de campagnes multicanal et d'actions de conversion ciblées, adaptées aux évolutions des marchés et des transports. Les Offices de Tourisme, compagnies de transport et opérateurs touristiques ont été intégrés aux actions via des salons, workshops et campagnes collaboratives, tandis que certaines opérations ont été menées directement par l'ATC.

L'analyse des données fournies par le Pôle Centre de Ressources a permis d'adapter notre action en fonction des flux touristiques et des opportunités de desserte. Le positionnement stratégique a mis l'accent sur l'avant et l'après-saison, affirmant la Corse comme une île d'expériences toute l'année et une destination préservée en Méditerranée.

#### Stratégie générale

L'ATC a anticipé ses actions pour garantir une visibilité forte dès le début de 2024, avec une priorité sur l'avant-saison. L'objectif a consisté à attirer des visiteurs dès avril-mai et préparer les réservations pour la saison estivale et surtout l'automne.

Les campagnes ont été calibrées en fonction de l'accessibilité de la destination, en concertation avec les Offices de Tourisme et sur la base des données de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse.

Les grandes thématiques mises en avant ont permis de valoriser les atouts et événements de la destination : Activités outdoor, nature, culture, patrimoine, gastronomie et savoir-faire locaux. La promotion du tourisme d'affaires (MICE) a également été dynamique avec des actions ciblées mettant en avant des offres dédiées aux séminaires, incentives et événements professionnels, valorisant à la fois les infrastructures adaptées et le cadre unique qu'offre la Corse pour ce segment.

Cette approche a permis de renforcer l'attractivité de la destination tout en s'adressant à une diversité de publics, contribuant ainsi à un tourisme équilibré et structuré tout au long de l'année.

## Stratégie créative et charte graphique

L'équipe Promotion et Communication conçoit une stratégie créative visant à développer une campagne déclinable sur l'ensemble des marchés cibles, en cohérence avec les plans médias spécifiques à chaque marché. Au cœur de cette approche, la préservation et la valorisation de l'identité de la destination sont essentielles. Pour garantir une cohérence visuelle et un impact maximal, l'équipe veille scrupuleusement à l'application et au respect de la charte graphique de la destination Corse. Cette démarche assure une identité forte, reconnaissable et homogène sur l'ensemble des supports et canaux de communication, consolidant ainsi la perception de la Corse en tant que destination unique et authentique.

Afin de garantir cette uniformité, l'équipe coordonne toutes les demandes de mises au format, veillant à ce que chaque adaptation respecte les codes visuels et narratifs définis. Ce travail permet d'assurer une communication fluide, harmonieuse et immédiatement identifiable, renforçant la puissance des campagnes et leur efficacité auprès des différentes audiences.

En affirmant une identité visuelle claire et impactante, la Corse se distingue et impose son positionnement sur la scène touristique internationale.

## Une stratégie digitale amplifiée et pilotée par la data

L'ATC a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux et l'influence avec :

- Une production de contenus engageants, incluant des vidéos et photos réalisées par les collaborateurs en interne ;
- Des collaborations avec des producteurs de contenus, pour toucher des audiences qualifiées ;
- L'exploitation de l'UGC (User Generated Content), transformant les visiteurs en ambassadeurs de la destination.

Une approche data-driven, grâce à la mise en place d'une base de données first party, permettant un ciblage plus précis et une personnalisation accrue des campagnes a été privilégiée.

Cette approche concertée a permis d'optimiser la visibilité de la Corse sur ses marchés clés, de favoriser l'engagement des visiteurs via le digital et de renforcer la performance des actions marketing en adéquation avec la stratégie globale.

## Stratégie des moyens

En 2024, l'ATC a déployé une stratégie mixant volet image et actions tactiques pour promouvoir la Corse tout au long de l'année.

Le volet image s'est appuyé sur des médias d'envergure : TV, affichage dynamique, presse magazine et internet. Le digital a joué un rôle clé avec des campagnes sur de grands carrefours d'audience et des formats impactants comme le pre-roll YouTube.

Le volet tactique a misé sur le digital comme levier principal via des campagnes de conversion et des actions ciblées sur des événements phares. Plusieurs vagues de communication ont accompagné des temps forts comme la Corsica Cyclo GT20, le Restonica Trail, le Championnat du Monde d'Apnée, mais aussi la promotion de l'arrière-saison avec des offres commerciales sur META et YouTube en France, Italie, Belgique et Suisse.

La stratégie a également mis en avant des contenus valorisant la randonnée, la gastronomie et le patrimoine, avec des campagnes spécifiques (mini-série napoléonienne, guide La Corse Secrète en partenariat avec Le Petit Futé). Enfin, la création d'une base de données first party ouvre la voie à un ciblage plus précis et des actions marketing optimisées pour 2025.

## Marchés concernés

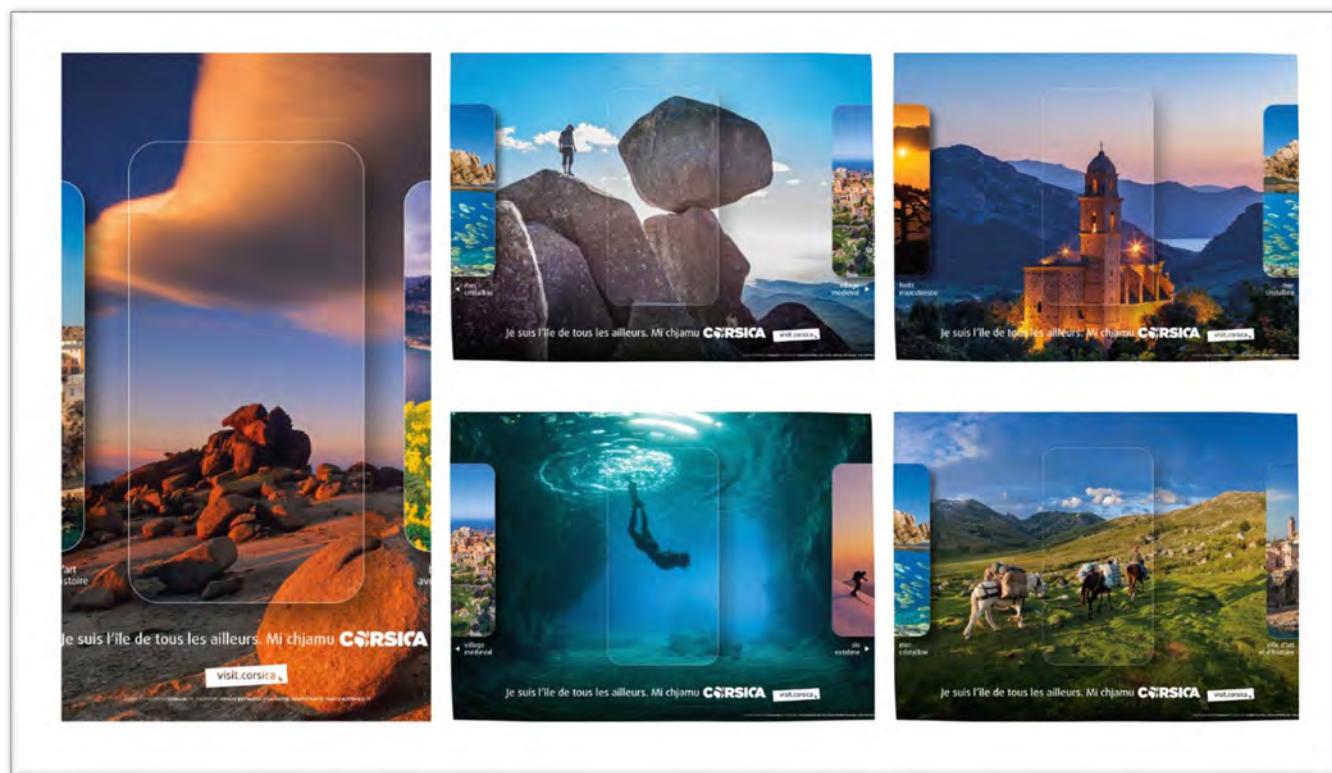
En 2024, l'ATC a concentré ses efforts sur les marchés émetteurs, avec une priorité donnée à l'Allemagne, l'Italie, la France, la Suisse, la Belgique, le Luxembourg, l'Autriche et les Pays-Bas. La stratégie repose sur des campagnes multicanal très ciblées, combinant conversion et notoriété.

Des opérations early booking ont été menées au printemps et à l'automne avec des partenaires tandis que des campagnes de notoriété ont renforcé la présence de la destination. Des initiatives thématiques ont mis en avant les atouts de la Corse : sports outdoor, nature, culture et gastronomie. L'ensemble des actions converge vers [www.visit-corsica.com](http://www.visit-corsica.com), renforçant la visibilité et l'attractivité de l'île sur ses marchés clés.

## Campagne 2024 « Je suis l'île de tous les ailleurs ». « Mi chjamu CORSICA »

En 2024, le concept « Mi chjamu Corsica » évolue pour mettre en avant la diversité des paysages et des atouts de l'île. L'Agence du Tourisme de la Corse cherche ainsi à affirmer son positionnement en tant que destination de choix, portée par une identité de marque affirmée.

Activités, art de vivre, patrimoine, gastronomie, cette campagne met en lumière les multiples facettes de la Corse à travers une approche visuelle soignée. Un triptyque d'images fortes illustre la richesse du territoire et son invitation à la découverte.



Avec le claim « Je suis l'île de tous les ailleurs », cette campagne propose une immersion dans une destination qui se vit au gré des expériences et des rencontres.

Le principe créatif a été décliné en un ensemble de visuels-clés pour les parties print et digitale (bannières) ainsi qu'en vidéo pour la TV et l'exploitation sur Internet. Un kit complet de cette campagne a été décliné pour s'adapter aux différents supports : DOOH pour l'affichage urbain et commercial, affichage aéroport, spots TV 15 et 30 secondes, encarts publicitaires pour la presse, bannières et pre-roll pour le digital, capsules vidéo 15, 20 et 30 secondes pour le social media. Ce kit a été utilisé sur tous les marchés.

## Un spot publicitaire pour 2024

Le film « A Cima » est un spot de 40 secondes qui propose un voyage sensoriel et inattendu à travers une île aux multiples facettes. Du lever du soleil sur les côtes orientales aux dernières lueurs du couchant sur la côte ouest, il suit la course du soleil et le rythme des expériences qu'offre la Corse.

« Tra u pumonte è u cismonte », il invite à une immersion totale au cœur d'un territoire contrasté et préservé. Conçu comme une ascension visuelle et émotionnelle, le film traverse villages et montagnes, longe des sentiers escarpés et dévoile des panoramas spectaculaires. Il offre une succession de lumières, de contrastes et d'ambiances saisissantes. Le tournage, débuté à l'aube sur les côtes orientales, progresse à travers les plateaux et les forêts, atteint les crêtes avant de redescendre par torrents, cascades et maquis, jusqu'aux vues plongeantes sur la mer au coucher du soleil.

La mise en scène minimalistes laisse toute sa place à la grandeur des paysages, tandis que l'omniprésence du soleil rythme chaque plan et souligne la temporalité du voyage.

Ce spot a également été décliné en format 30 secondes pour s'adapter aux exigences des plans médias.

### ANNEXE 4.1 : Visuels campagne 2024

## Lancement de campagnes d'e-mailing

Durant l'année 2024, l'Agence du Tourisme de la Corse a poursuivi et renforcé sa stratégie d'e-mailings ciblés sur les différents marchés en déployant des newsletters saisonnières et thématiques tout en développant des partenariats avec les professionnels et transporteurs.

Ces campagnes d'emailing représentant près de 10 envois en 2024, ont assuré une visibilité continue tout au long de l'année, générant un trafic important sur le site Visit Corsica donnant une visibilité à l'ensemble des territoires et professionnels insulaires. Elles ont également permis de mener des opérations de captation de data à grande échelle, garantissant un lien durable et ciblé avec notre communauté.

### ANNEXE 4.2 : Visuels des campagnes d'e-mailings et social media

## Les réseaux sociaux Visit Corsica : un levier de visibilité et d'engagement

Les réseaux sociaux Visit Corsica jouent un rôle clé dans la promotion de la destination en valorisant l'ensemble des territoires et des activités tout au long de l'année.

Instagram et Facebook, en français, italien et anglais, ciblent le grand public, tandis que LinkedIn s'adresse spécifiquement au marché du tourisme d'affaires (MICE).

L'ensemble de la stratégie repose sur la mise en avant des temps forts et de la saisonnalité, avec des contenus adaptés à chaque audience.

Réception par le destinataire le 10 mai 2024 à 10h00  
**Tout au long de l'année, la Corse est mise en lumière à travers des formats variés et engageants, articulés autour de thématiques fortes :**

- Patrimoine et culture, notamment avec la mini-série napoléonienne, qui illustre l'histoire et l'empreinte culturelle de l'île ;
- Art de vivre et gastronomie, avec la valorisation des foires locales et des traditions culinaires insulaires ;
- Les offres touristiques sont promues en partenariat avec les territoires, à travers des campagnes fil rouge et des actions ciblées sur des événements majeurs tels que la Corsica Cyclo GT20, le festival Creazionne, le Corsica Bike Festival et le Trail de Bonifacio.

En août et septembre 2024, une campagne de publicités sponsorisées autour de cinq grandes thématiques randonnée, vélo, plongée, culture et gastronomie, a généré 17 millions d'impressions et plus de 133 000 clics vers les offres disponibles sur [www.visit-corsica.com](http://www.visit-corsica.com).

L'année a également été marquée par de nombreux accueils stratégiques, avec notamment : la Team Salomon, venue en avril explorer les sentiers du Centre Corse et de la Balagne, des sportifs et aventuriers accueillis à l'occasion du Restonica Trail, des créateurs de contenu italiens, invités à découvrir Ajaccio et Bastia durant les fêtes de fin d'année.

Grâce à cette dynamique, l'engagement et la visibilité des comptes Visit Corsica ont fortement progressé. En un an, le compte Instagram a recruté plus de 10 000 abonnés tandis que la page Facebook a enregistré une progression de +1 500 abonnés francophones et plus de 500 followers sur la page anglophone.

Cette stratégie digitale, conjuguant contenus immersifs, actions ciblées et campagnes sponsorisées, continue de renforcer l'image de la Corse sur ses marchés prioritaires et d'attirer une audience toujours plus engagée.

Facebook			
Marché	France	Italie	Grande-Bretagne
Couverture <sup>3</sup>	527,3K	59,9K	9,6K
Followers	94 442	49 541	5 749

Instagram		
Marché	France	Italie
Couverture	2,2M	630,9K
Followers	41 356	14 961
Clic sur lien	10,2K	1,8K

LinkedIn - Corsica Convention Bureau	
Followers	1425

<sup>3</sup> La couverture correspond au **nombre de personnes qui ont vu du contenu issu de la Page Facebook ou concernant cette dernière**. Cet indicateur est une estimation.

## La gamme d'éditions promotionnelles

### La carte généraliste

Chaque année, la carte généraliste qui est mise à disposition sur les salons, workshops et dans les Offices de Tourisme de Corse séduit un large public. Ce support qui connaît un franc succès est mis à jour en collaboration avec les Offices de Tourisme.

### Le dépliant « randonnées découverte »

La gamme d'éditions promotionnelles a été étoffée sur la thématique outdoor avec un nouveau dépliant consacré aux 7 itinéraires de moyenne montagne créés par le PNRC (sentiers alternatifs au GR20 trop fréquenté).

Dans la continuité de la ligne éditoriale du support dédié à la GT 20 qui rencontre toujours un franc succès, cette nouvelle brochure d'appel synthétise des informations techniques et pratiques. Ce « trois-volets » intitulé « Les Randonnées Découverte » est utilisé par les chargés de marchés pour répondre à une demande des pratiquants de randonnées experts ou amateurs en quête d'explorer une Corse authentique.

Cette édition qui a été réalisée avec l'aide du PNRC et qui rassemble des infos utiles sur les Mare à Mare, Mare è Monti et Sentier de la Transhumance est disponible en anglais, italien, néerlandais et allemand.

### Le manuel de vente

Pendant plusieurs mois, la cellule communication promotionnelle a travaillé avec l'agence de communication Sunmade sur le développement d'un nouveau support éditorial : le manuel de vente de la destination.

Ce manuel numérique à destination des professionnels du tourisme soucieux de commercialiser la Corse bénéficie d'une actualisation permanente grâce aux flux du SITTCO auxquels il est connecté.

Cet outil qui est un support indispensable pour les chargés de marchés recense des informations pratiques sur la destination, valorise les atouts de la Corse à travers les thématiques et propose un annuaire complet des professionnels locaux du tourisme.

Une fois l'utilisateur connecté, son carnet de voyage regroupant ses pages, rubriques et informations favorites peut lui être transféré par mail. Ce support est disponible dans plusieurs langues (français, anglais, italien et allemand).

## Les éditions partenariales

### Partenariat Le Petit Futé x ATC

Issu d'un travail collaboratif ATC x le Petit Futé, un nouveau carnet de voyage de la collection du Petit Futé vient élargir la gamme d'édition. Le guide « La Corse secrète » révèle le côté intime de l'île de Beauté, invite à la découverte d'une Corse authentique car l'île a le bon goût d'abriter une multitude de chemins de traverse et de personnages sympathiques prêts à valoriser son patrimoine et partager ses richesses.

### ANNEXE 4.3 : Exemples de la gamme d'éditions

## B. NOS ACTIONS SPECIFIQUES SUR LES MARCHES

Compte tenu des réunions de travail (points d'étapes) la Commission Promotion 2024 a pu se tenir en novembre 2024.

Cette situation a permis aux équipes de l'ATC de se mobiliser avec ses partenaires sur les salons de début 2024, dès le mois de janvier en participant au **Salon de la Plongée, Tourissima, Pure Meetings & Events pour la cible tourisme d'affaires ainsi qu'au Salon des Vacances de Bruxelles de février**. A fin mars 2024, 9 salons majeurs grand public avaient été tenus par l'ATC accompagnée de ses partenaires.

### ANNEXE 4.4 : Salons et workshops

L'objectif assigné est de déployer des stratégies visant à mettre en œuvre les campagnes de communication sur les marchés ciblés en optimisant tous les canaux de communication qu'ils soient digitaux ou traditionnels visant ainsi une réponse optimale. Les démarches partenariales avec les opérateurs (transporteurs et prescripteurs de la destination) sont priorisées afin d'impulser la dynamique de réservation via des dispositifs en conversion.

Ces dispositifs sont complétés par l'animation du réseau professionnel par le biais de workshops, d'évènements spécifiques voire de salons afin de mettre en relation l'offre et la demande dans le cadre de la mise en marché de notre offre touristique. La cible presse dans toutes ses composantes est l'un des autres vecteurs priorisés et nous donne l'opportunité d'agir sur la couverture médiatique offerte à notre destination et de fait sur sa notoriété.

Les missions de prospection nous permettent quant à elles d'appréhender les mutations de consommation de la demande touristique, de tisser des liens avec de nouveaux opérateurs afin de positionner notre destination sur l'échiquier de la demande touristique afin d'établir des démarches partenariales et d'optionner une mise en marché immédiate.

Le détail de notre action sur les différents marchés européens est précisé au sein des annexes 5.5 à 5.8.

### ANNEXE 4.5 : Zone Europe du Nord

### ANNEXE 4.6 : Zone Europe Centrale

### ANNEXE 4.7 : Zone Europe du Sud

### ANNEXE 4.8 : Marchés d'opportunité

### ANNEXE 4.9 : Le Tourisme d'Affaires

## C. NOS ACTIONS DE PROMOTION SUR LE TERRITOIRE

Dans le cadre de son plan d'actions annuel, l'Agence du Tourisme met un accent tout particulier sur les accueils de journalistes de la presse écrite, télévisée et radio.

Désireuse de faire découvrir au public par le biais de reportages les attraits de la Corse, notamment en dehors de la saison, l'Agence organise chaque année l'accueil de plus de 200 journalistes en provenance d'Allemagne, Belgique, Suisse, Grande-Bretagne, Scandinavie, France, Italie, Pays-Bas, Autriche...

Par ailleurs, de nombreux « Eductour » sont organisés qui permettent de présenter la destination aux opérateurs du tourisme (Tour-Opérateurs, agences de voyage, transporteurs...).

### ANNEXE 4.10 : Relevé détaillé des accueils organisés par l'ATC

## VI. POLE INGENIERIE-DEVELOPPEMENT

Les missions du Pôle Ingénierie/Développement convergent toutes vers l'amélioration de l'offre de la destination Corse sous l'angle d'un développement durable de l'activité touristique conformément aux préconisations du PADDUC : « *Faire du couple Environnement/Identité le moteur de la croissance ... avec pour ambition de positionner la Corse comme la destination méditerranéenne de référence.* »<sup>4</sup>

C'est également l'annexe n° 8 du PADDUC valant Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique (SODT) qui précise qu'« *aucune autre activité économique que le tourisme n'a autant intérêt à préserver la qualité de l'environnement* ».<sup>5</sup>

Ce travail sur l'offre s'opère de diverses manières : des aménagements publics aux projets d'entreprises privées, dès lors qu'ils correspondent à la politique de soutien au tourisme de la Collectivité de Corse votée par l'Assemblée de Corse.

L'ATC soutient les investissements ainsi que l'ingénierie et l'accompagnement nécessaires aux projets dans une logique de protection des milieux et des ressources, de préservation des paysages et de la biodiversité, de cohésion sociale et de solidarité entre les territoires.

L'objectif est de tendre vers une dynamique de développement suivant des modes de production et de consommation responsables et autocentrés participant à une répartition optimale de la fréquentation touristique dans le temps et dans l'espace et produisant également un effet de levier sur les autres secteurs d'activité.

La synthèse de l'activité 2024 est le reflet des principes précédemment évoqués.

Par ailleurs, une **plateforme de gestion des aides en ligne OpenSub** a été lancée en janvier 2024. Son objectif est d'augmenter et d'améliorer l'accessibilité des aides disponibles de l'ATC dans un cadre unique simplifié avec une traçabilité en temps réel des demandes et des procédures de gestion sécurisées.

Cet outil a été développé avec la Société LANTEAS à partir de sa solution CRM OpenSub et est hébergé sur les serveurs de la SITEC en Corse, qui assurera ainsi dans la plateforme, la qualité de la gestion des flux et le stockage des données renseignées mais également leur sécurisation. Le développement de **OpenSub** dans l'Agence, s'opère en trois parties interconnectées : – le Grand Portail « Usagers », – l'Outil Métiers « Instructeurs » et le Module Editique « Restitutions-Suivis ».

Cet outil à destination des porteurs de projets privés et publics, permet d'accéder en un simple clic, à toutes les Aides au Tourisme de l'Agence. Ils pourront ainsi déposer directement en ligne leur dossier de demande d'aide puis de paiement ainsi que suivre leur avancement. Il regroupera les mesures du Guide des Aides au Tourisme pour 2022-2027 ainsi que d'autres leviers de soutien financier, tels que des Appels à Projets et des Appels à manifestation d'Intérêt, régionaux, nationaux et européens sur les thématiques touristiques.

<sup>4</sup> PADDUC - PADD - Orientation stratégique n°5 « *Etablir un tourisme durable, fondé sur l'identité, largement répartit sur l'année et sur les territoires* », page 125

<sup>5</sup> Schéma d'Orientation pour le Développement Touristique, page 11

La transformation numérique et ses services associés sont au cœur de la stratégie de l'Agence pour répondre aux nouveaux défis de la compétitivité du tourisme Corse et de l'attractivité de notre destination. La création de la présente plateforme numérique dédiée au Guide des Aides au tourisme de l'Agence pour la période 2022-2027 participe de cette transformation en contribuant d'une part à améliorer et simplifier l'accès des professionnels du tourisme corse, associations et collectivités aux démarches de soutien financier de l'Agence, d'autre part, à rendre plus performant et réactif la qualité de l'accompagnement des services de l'ATC. En effet, cette plateforme répond à trois ambitions majeures : une large diffusion de nos aides régionales pour tous et dans tous nos territoires, une ingénierie d'aide aux projets de meilleure qualité grâce au numérique, une plus grande ouverture et transparence de l'action publique grâce à cet outil dématérialisé qui est aussi un vecteur de communication de l'ATC.

## A. DEVELOPPER ET VALORISER L'OFFRE TOURISTIQUE : AMELIORER L'OFFRE TOURISTIQUE POUR ACCROITRE L'ATTRACTIVITE ET LA COMPETITIVITE

### 1. LES OUTILS ET SOUTIENS FINANCIERS AUX PORTEURS DE PROJETS

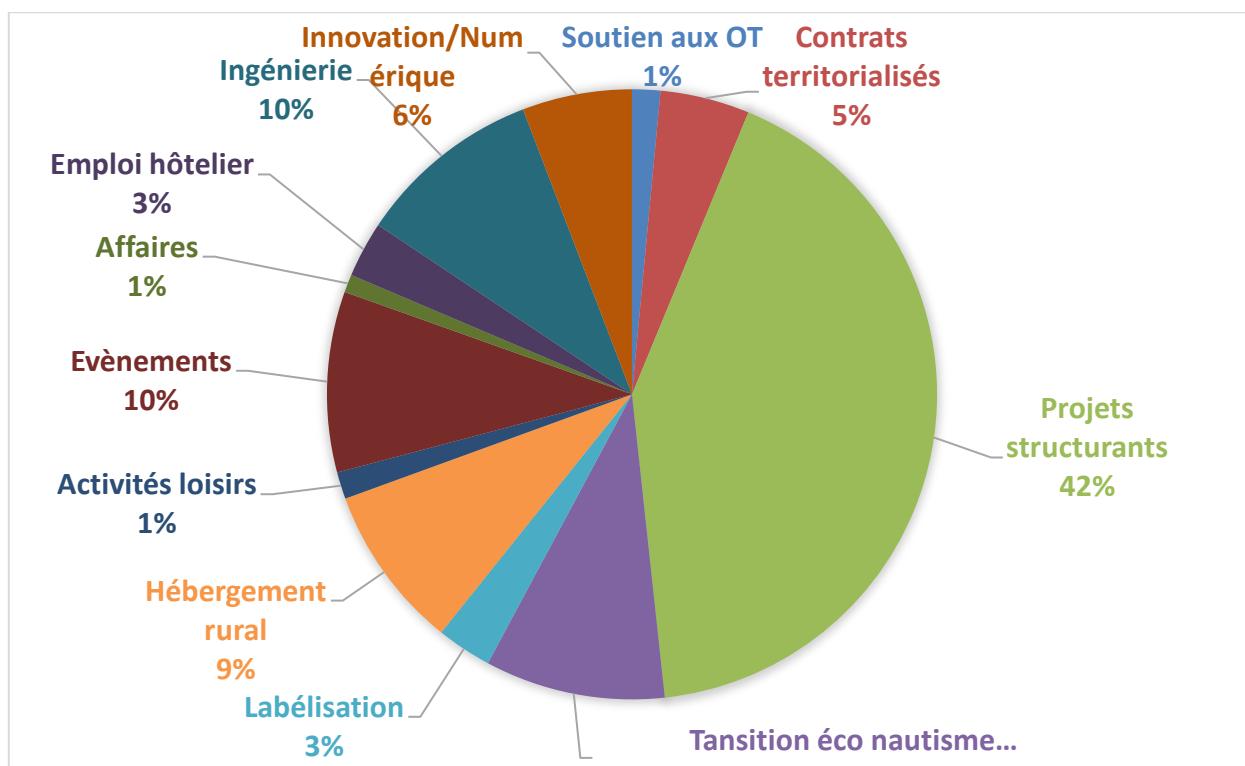
a) Le soutien financier par l'aide directe : individualisation de subventions

Lors des 3 Bureaux de l'ATC qui se sont tenus au cours de l'année 2024, 88 dossiers ont été soumis au vote et ont donné lieu à l'individualisation de **2 528 732 €** de subventions soit une moyenne de **28 735 €** par dossier.

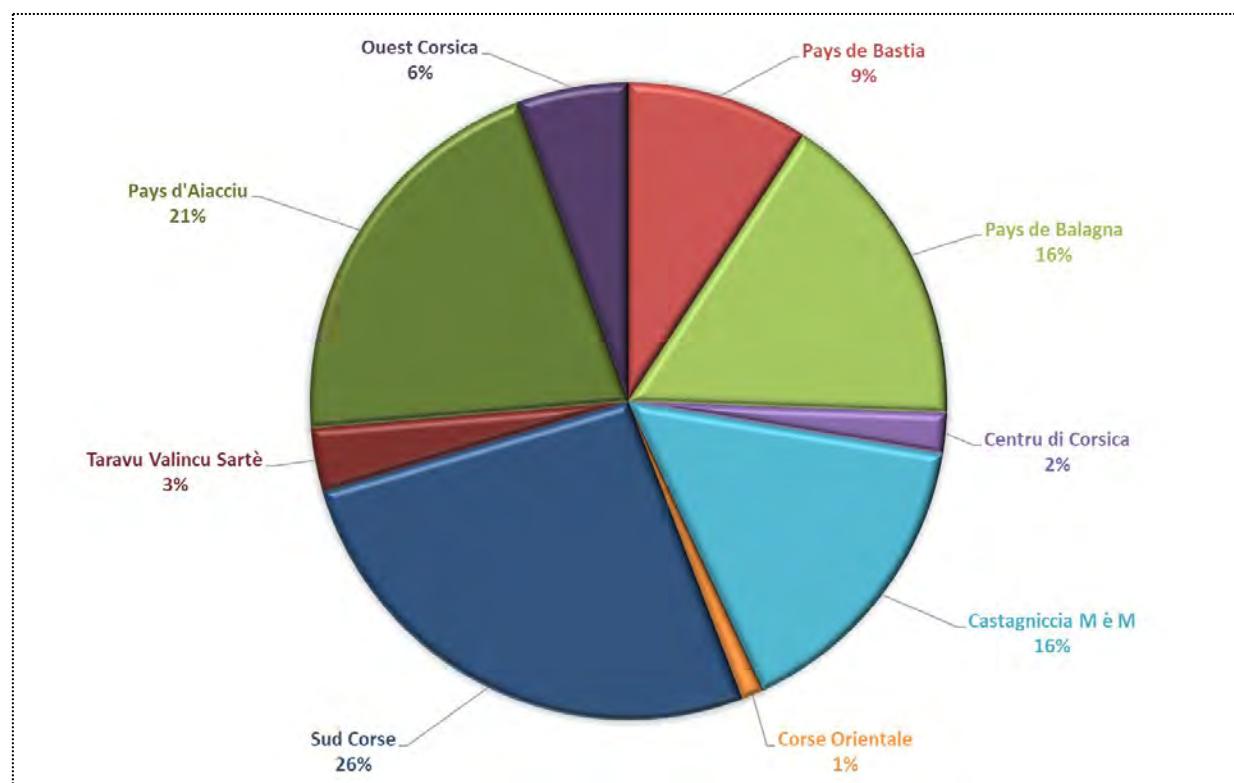
A mi-parcours de son utilisation, ce sont toutes les mesures du Guide des Aides 2022-2027 qui ont été sollicitées et utilisées pour un peu plus de 2.5M€ de subventions.

	Bureau 24 avril	Bureau 24 juillet	Bureau 13 nov.	Nbre dossiers	Totaux
<b>1.1 Soutien OT</b>	5 000	-	32 820	3	<b>37 820</b>
<b>1.2 Contrats territorialisés OT</b>	-	59 795	60 000	2	<b>119 795</b>
<b>1.3 Projets structurants</b>	519 820.40	386 677	156 806	10	<b>1 063 303.40</b>
<b>1.4 Transition écolo. nautisme</b>	-	-	241 468.20	2	<b>241 468.20</b>
<b>2.2 Hébergement : labélisation</b>	31 571	9 600	32 712	11	<b>73 883</b>
<b>2.3 Hébergement rural : aide directe</b>	205 000	-	14 880	5	<b>219 880</b>
<b>2.4 Activités loisir</b>	18 543	10 309.40	7 248	4	<b>36 100.40</b>
<b>2.5 Evènements</b>	94 572	24 484.96	122 948	23	<b>242 004.96</b>
<b>2.6 Tourisme d'affaires</b>	24 125	-	-	2	<b>24 125</b>
<b>3.2 Emploi hôtelier</b>	19 000	30 000	25 908	4	<b>74 908</b>
<b>4.1 Ingénierie</b>	149 092	22 820	76 515	11	<b>248 427</b>
<b>4.2 Innov. /Numérique</b>	74 325	12 250	60 442.5	11	<b>147 017.50</b>
<b>TOTAUX</b>				<b>88</b>	<b>2 528 732.46</b>

## Ventilation par mesures



## Ventilation territoriale

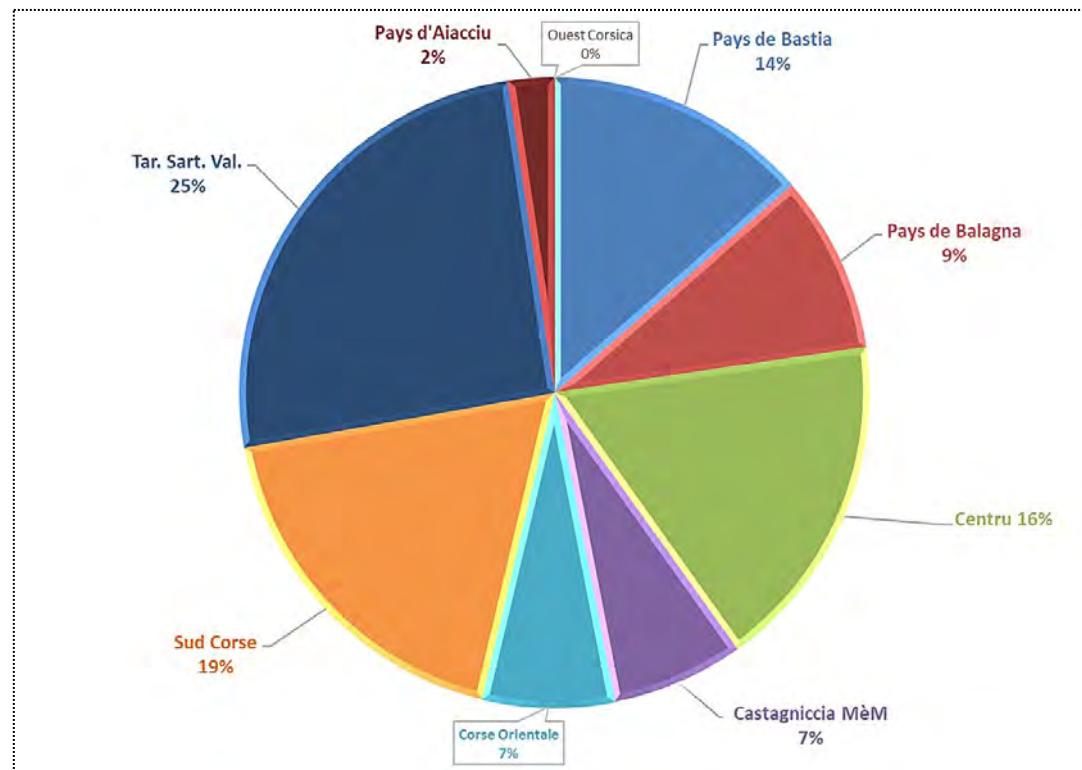


Comme souvent, le Sud Corse qui est le premier bassin réceptif, arrive en tête de l'investissement. Viennent ensuite le Pays Ajaccien et la Balagne. Il est intéressant de constater qu'un territoire à l'offre plus modeste tel que Castagniccia Mare è Monti arrive cette année à un taux de consommation élevé.

Le dispositif d'avance remboursable pour lequel l'ATC a créé un fonds, le FRCT (Fonds Régional Corse du Tourisme), fonctionne depuis 2010. Ce fonds est confié à un opérateur bancaire via une mise en concurrence ; la CADEC en est l'actuel attributaire.

En 2024, l'ATC a octroyé **2 836 000 €** d'avance remboursable à taux zéro qui ont permis à **18** projets, dont **7** créations, de réaliser **46.5** millions d'Euros d'investissements soit un prêt à taux zéro moyen de **157 555 €** pour un investissement moyen de **2.6** millions d'euros.

### Ventilation territoriale



La répartition territoriale laisse apparaître une forte dynamique d'investissements sur le Taravu-Valincu-Sartinese et dans le Sud Corse mais aussi sur le territoire Centru di Corsica et sur le Pays Bastiais.

Tous les territoires sont représentés, quelle que soit l'importance de leurs capacités d'accueil respectives.

L'ATC n'assure plus le rôle de service instructeur d'une mesure du PO comme ce fut précédemment le cas sur la mesure 6C du PO 14-20 : « *Conservation, protection, promotion et développement du patrimoine naturel et culturel* ». L'ATC est désormais « Service expert » sur la priorité 4 - Objectif spécifique RSO 4.6 : « *Renforcer le rôle de la culture et du tourisme durable dans le développement économique, l'inclusion sociale et l'innovation sociale* ».

A ce titre, l'ATC a rendu trois avis en 2024 sur des dossiers déposés par des opérateurs publics, leur instruction est en cours au sein de la Direction des Affaires Européennes.

## MISSION D'ETUDE « FRANCE TOURISME INGENIERIE » AVEC ATOUT FRANCE ET LA BANQUE DES TERRITOIRES

France Tourisme Ingénierie est un dispositif que propose Atout France sur un financement de la Banque des Territoires et en partenariat avec l'Agence Nationale pour la Cohésion des Territoires.

En 2024, deux sujets ont été étudiés :

- **Le logement des saisonniers avec la Communauté de Communes Sud Corse pour territoire d'étude**



- **L'opportunité d'un projet de réhabilitation du Grand Hôtel de Baracci en « Maison du bien-être »**



### 3. SLOW TOURISME : ETUDE POUR L'AMENAGEMENT DE L'ITINERAIRE CYCLO TOURISTIQUE GT20

Après avoir équipé l'itinéraire d'une signalétique directionnelle et informative en coordination avec le service des routes de la Collectivité de Corse, l'ATC souhaite maintenant aménager des aires d'arrêt proposant des services en fonction de leur localisation (point d'eau, sanitaires, stationnements sécurisés, tables d'orientation, ...). Ces aires seraient également équipées de stations de recharge pour VAE raccordées au réseau électrique ou autonome quand cela est possible.

Afin de répondre efficacement aux attentes des usagers en proposant des aires d'arrêt positionnées de manière pertinente et offrant les services attendus, une étude de localisation et de dimensionnement des aires d'arrêt a été menée au cours de l'année 2024, elle suggère la réalisation de 31 aires réparties sur les 12 étapes du parcours. Ces aires viendront ponctuer l'itinéraire entre chaque ville étape (13 sites).

Réception par le Ministère de l'Intérieur

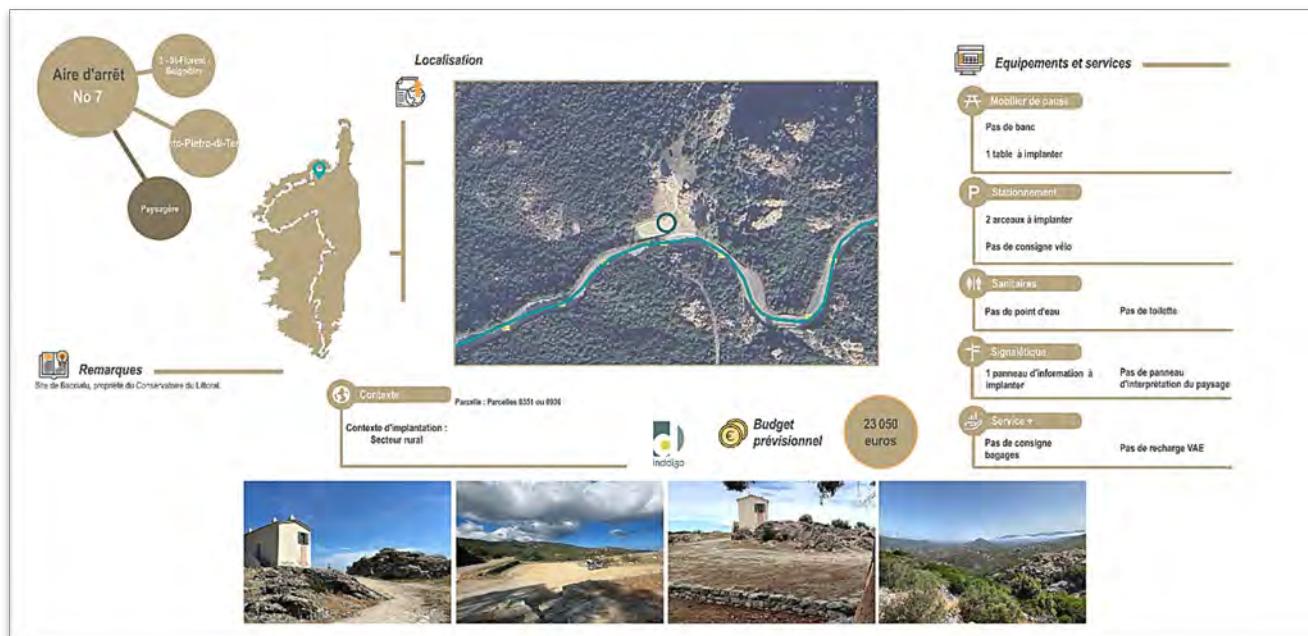
Des réunions avec les acteurs locaux ont été organisées tout au long de l'itinéraire afin d'échanger sur le positionnement des aires d'arrêt ainsi que sur leur entretien futur.

Une trentaine de participants ont participé à ces réunions qui avaient pour objet de présenter aux acteurs des territoires parcourus par la GT20 des hypothèses d'aménagement et d'en débattre avec eux sous forme d'atelier de travail, elles ont permis d'aborder les points suivants :

- Rappel de la stratégie de déploiement retenue par l'ATC ;
- Propositions de localisation d'aires d'arrêt à partir du diagnostic territorial réalisé ;
- Echanges sur les propositions formulées ;
- Réflexion sur le type d'équipement à implanter pour les aires retenues.

L'ATC a retenu une stratégie, validée par l'ensemble des participants, consistant à créer des aires hors ville-étape, implanter des arceaux dans les villages traversés sur demande des collectivités locales et positionner des totems dans les villes-étapes

Cette mission se terminera au premier trimestre 2025 avec le rendu de l'étude permettant de programmer les investissements souhaités.



#### 4. CANDIDATURE DE LA DESTINATION CORSE AU LABEL INTERNATIONAL « GREEN DESTINATIONS »

Après avoir œuvré à la diffusion de l'Ecolabel Européen au sein des entreprises d'hébergement touristique, l'ATC a souhaité inscrire l'ensemble de la destination Corse sous l'angle d'un label international du tourisme durable.

« Green Destinations » est une fondation internationale basée aux Pays-Bas et accréditée pour porter une certification reconnue par le Conseil Mondial du Tourisme Durable (Global Sustainable Tourism Council - GSTC), plus haute instance traitant du tourisme durable au niveau international.



Le GSTC est une organisation indépendante, légalement constituée aux États-Unis, qui représente des membres divers et mondiaux, y compris des gouvernements nationaux et provinciaux, les principales entreprises de voyage, des hôtels, des Tour-Opérateurs, des ONG, des individus et des communautés qui s'efforcent d'atteindre les meilleures pratiques en matière de tourisme durable.

« Green Destinations » est un programme de certification et de promotion des destinations touristiques durables, au niveau international, selon des critères environnementaux, socio-économiques et culturels : les critères de Green Destinations sont ceux du GSTC.

La présentation d'un dossier de candidature prend en compte 84 critères et indicateurs de durabilité dont 75 sont obligatoires et 9 optionnels.

Ces critères couvrent six domaines :

1. La gestion des destinations (le PADDUC, par exemple, est un élément fort dans ce domaine) ;
2. La nature et les paysages ;
3. L'environnement et le climat ;
4. Cultures et traditions ;
5. Le bien-être social (domaine venant sanctionner les destinations où le droit du travail est bafoué) ;
6. La communication d'entreprise (efforts d'une institution telle que l'ATC pour mettre en avant les éléments constitutifs de la durabilité de la destination).

Des critères tels que la qualité, la transférabilité, le niveau d'innovation des histoires et la présence de tous les piliers de la durabilité sont pris en compte dans la sélection.

En fonction des scores, une destination se voit décerner un prix : bronze, argent, or, platine.

a) Destination inclusive : développement de l'accessibilité des plages du territoire Calvi-Balagne aux personnes à mobilité réduite

L'Office de Tourisme Calvi-Balagne entend apporter sa contribution à un tourisme inclusif sur son territoire consistant à favoriser l'accueil de tous les publics et notamment des personnes à mobilité réduite en leur permettant un accès adapté aux plages du périmètre communautaire sur lequel l'OTI exerce ses compétences : Aregno - Algajola - Lumio - Calvi – Galeria.

Pour parvenir à cet objectif, l'OTI fait l'acquisition de tapis permettant la mise à l'eau des PMR ainsi que de petit matériel afférent. Un accord a été établi avec l'association « Cap Corse Handicap » pour le montage et le démontage de ce matériel ainsi qu'avec les établissements de plage pour son stockage.

L'opération se fait en partenariat avec les communes ainsi que les représentants des bases nautiques et des restaurants de plage. Elle vient renforcer le dispositif « Una Piaghja per tutti » à vocation régionale (cf. 7 supra) soutenu par l'Etat, la CdC et l'ATC en étroite collaboration avec l'association précitée.



Les élus des communes et représentants de l'OTI Calvi Balagne

b) Destination durable : diffusion de l'Ecolabel Européen dans les structures d'hébergement

En 2024, l'ATC a soutenu 11 structures d'hébergement dans le cadre de l'obtention de l'Ecolabel Européen soit un taux de progression de 15% par rapport au nombre de structures écolabellisées en 2023. Le nombre de structures d'hébergement écolabellisées au 31/12/2024 était de 58.



c) Tourisme culturel : la mise en Valeur du Site archéologique de Sant'Appianu avec des outils d'aide à la Visite

La commune de Vicu possède sur son territoire un site archéologique : « Sant'Appianu », situé à Sagone. Ce lieu a fait l'objet pendant plusieurs années de fouilles et aujourd'hui la commune y conduit un projet de mise en valeur. La mise en valeur du site archéologique de Sagone est en mesure de contribuer au développement de la microrégion en mettant un centre d'intérêt patrimonial et culturel unique à la disposition de tous les publics (population locale, scientifiques, scolaires, touristes) et tout au long de l'année.

Ce projet vise, d'une part, à garantir la sauvegarde des vestiges immobiliers mis au jour ou encore ensevelis et d'autre part, à diffuser les résultats nombreux et variés acquis durant ces huit années de recherche.

Il se compose de 4 éléments principaux :

- Un aménagement du parc et des vestiges,
- Un centre d'interprétation,
- Une salle d'exposition temporaire
- Un théâtre de verdure situé au centre du dispositif.

Il s'agit ici de financer la mise en place d'un support d'aide à la visite numérique destiné à accompagner le visiteur et à diffuser l'information auprès d'un très large public. L'ATC soutient ce projet, d'un coût total de 177 000€, à hauteur de 106 200 €.



**d) Marketing territorial : une identité visuelle pour un art de vivre du Pays Bastiais**

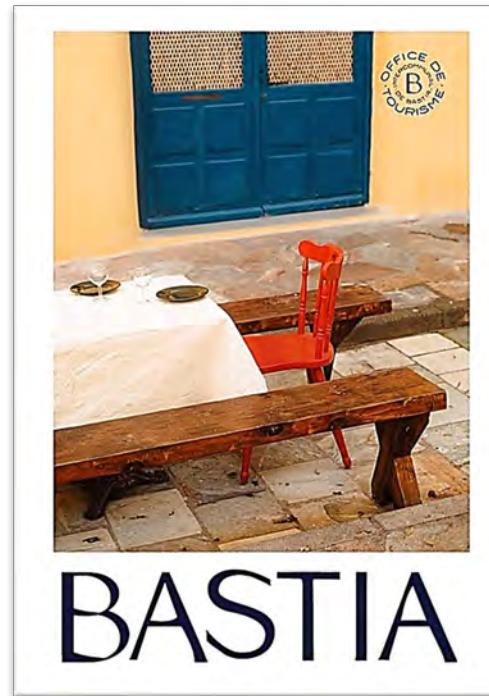
Le 9 février 2024, dans la prestigieuse enceinte du Palais des Gouverneurs, l'Office Intercommunal de Tourisme de Bastia a procédé au lancement officiel de sa marque de territoire.

Cette action, soutenue financièrement par l'ATC, est en effet destinée à promouvoir l'ensemble du territoire intercommunal avec sa ville centre.

Ainsi, le nouveau concept se décline sur chacune des composantes de la communauté d'agglomération : Bastia, E Ville di Petrabugnu, Furiani, San Martinu di lotta, Santa Maria di Lotta.

Le maire de Bastia, le président et le vice-président de la CAB, la présidente et la directrice de l'OTI, ont mis l'accent à la fois sur la cohérence du Pays Bastiais en termes d'offre touristique et sur la capacité désormais acquise par Bastia à figurer au titre des destinations de séjour après avoir effectué une mutation reléguant son ancienne image de lieu de transit aux archives du tourisme insulaire.

La nouvelle identité visuelle du territoire bastiais fait la part belle aux hommes et aux femmes qui en incarnent un certain art de vivre et d'y vivre toute l'année, au gré des saisons, des évènements profanes ou religieux, des découvertes culturelles, patrimoniales, gastronomiques, ...



Deux établissements ont obtenu le label en 2024 :

- Hôtel Campo dell’Oro à Ajaccio (chambres labellisées) premier hôtel à bénéficié de ce label en Corse ;
- Villas Lantana à Lecci.



## 7. PLAGES INCLUSIVES

Dans le cadre du projet « una Piaghja per tutti », l’Etat (ARS et DRAJES), la Collectivité de Corse avec l’ATC, et l’association Cap Corse Handicap, ont noué un partenariat pour proposer aux acteurs de l’aménagement du territoire de rendre accessibles les plages et les plans d’eau aux personnes en situation de handicap. L’accès aux plages est un droit et cette opération vise à promouvoir une Corse plus inclusive.

L’objectif est de réaliser une plage accessible dans toutes les communes disposant d’un littoral et une plage de niveau 4 (Poste de secours, handiplagiste, douche, WC, vestiaires, adaptée aux mal voyants) dans chaque intercommunalité. A l’été 2024, **68 plages étaient accessibles aux PMR**.

L’ATC vient co-financer, au titre du guide des aides, à hauteur de 80%, le coût des équipements.

Ce sont les intercommunalités ou les communes qui doivent saisir l’ATC d’une demande de financement. De nombreuses collectivités ont été sollicitées par l’association Cap Corse Handicap qui est parvenue à convaincre une partie importante d’entre elles d’intégrer le dispositif.

L’ATC a par ailleurs signé une convention de partenariat en 2024 avec l’association Cap Corse Handicap qui, durant les mois de juillet et d’août de chaque année, vérifie que les conditions de mise en place de ces matériels correspondent aux besoins des personnes handicapées. Elle adresse tous les mois à l’ATC la liste et les photographies des installations des plages opérationnelles sur le territoire corse. Cette information permet à l’ATC et à l’ARS de garantir la fiabilité des informations délivrées aux visiteurs. Cette association est également chargée de poser les panneaux d’information sur chaque site.

## B. UNE MISE EN OEUVRE CONCERTEE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE

### 1. ANIMATION DES ACTEURS – JOURNÉE DU CLUB DE L'ECOLABEL EUROPÉEN

L'Agence du Tourisme de la Corse joue un rôle central dans la transition écologique du tourisme Corse.

Depuis plusieurs années, l'ATC travaille en étroite collaboration avec les acteurs du secteur pour encourager l'adoption de pratiques respectueuses de l'environnement. L'une des initiatives phares de l'ATC étant la diffusion de l'Ecolabel Européen pour les structures d'hébergement touristiques en Corse.

Depuis le lancement de cette initiative, le nombre d'établissements touristiques écolabellisés n'a cessé d'augmenter : avec l'accompagnement technique et financier de l'ATC, de plus en plus d'établissements ont pu adhérer à cette démarche.

Pour la troisième année consécutive, le Club de l'Écolabel Européen s'est réuni sous l'égide de l'ATC à L'Ile-Rousse le 22 avril 2024. Cette journée est devenue le moment de synthèse annuel sur la dynamique de progression du label en Corse, plus d'une cinquantaine de personnes, dont une majorité d'hôteliers, avait fait le déplacement cette année. Le Club de l'Écolabel Européen rassemble les structures qui se sont engagées dans cette démarche ainsi que celles qui s'y intéressent et peuvent aussi obtenir information et soutien.



**2. COOPERATION INTERNATIONALE – SEMINAIRE DE LANCEMENT DU PROGRAMME****VIA PATRIMONIA - AIACCIU**

Le 29 octobre 2024, en présence d'Angèle BASTIANI, Présidente de l'ATC et d'Antonia LUCIANI, Conseillère exécutive en charge du patrimoine, a été lancé le programme de coopération Via Patrimonia.

Il s'agit d'un programme de l'Interreg Marittimo 2021-2027 dont la Collectivité de Corse est chef de file et l'ATC partenaire. La zone de coopération concerne pour l'Italie : la Ligurie, la Sardaigne, les cinq provinces du littoral Toscan et pour la France : la Corse et les départements français des Alpes-Maritimes et du Var.

C'est un projet stratégique inscrit comme la première étape opérationnelle du réseau des itinéraires culturels accessibles « Via Patrimonia », formalisé par le précédent projet stratégique « Grltaccess » au travers d'une convention liant les représentants des cinq régions du programme pour concrétiser leur volonté d'agir ensemble pour le développement d'itinéraires accessibles.

Le projet doit mettre en œuvre une feuille de route du réseau « Via Patrimonia », permettant l'amélioration des politiques publiques et le développement des itinéraires transfrontaliers dans la promotion d'un tourisme responsable et inclusif :

- Appliquer une gouvernance durable, inclusive et résiliente pour les itinéraires ;
- Promouvoir et accroître la visibilité des parcours transfrontaliers ;
- Renforcer les atouts et l'accessibilité du patrimoine culturel et naturel pour tous.

La zone de coopération se caractérise par un immense patrimoine de ressources naturelles et culturelles ainsi que par un tissu entrepreneurial à fort potentiel de développement.

L'ATC joue un rôle essentiel dans le projet de développement touristique et de promotion intégrée des itinéraires et, en tant que responsable des tables consultatives du tourisme des itinéraires, l'ATC entend favoriser une approche participative locale/régionale, essentielle à la planification, à la co-construction et à l'évaluation des actions entreprises.

Dans une optique de durabilité, l'ATC s'engage à renforcer les capacités des itinéraires en promouvant des initiatives telles que l'Ecolabel Européen. En organisant des rencontres et ateliers avec les parties prenantes en Corse, elle facilite l'échange de meilleures pratiques, contribuant à construire une offre touristique respectueuse de l'environnement.

L'ATC mènera son plan d'actions en soutenant les territoires de Costa Verde et de l'Alta Rocca qui bénéficient par ailleurs d'expériences significatives au sein des programmations transfrontalières.



**REBOOT MED** est un programme de coopération COSME 2021-2027 (Programme européen pour la compétitivité des entreprises) associant 14 partenaires dont 3 pays de la rive sud : le Maroc, la Tunisie et la Mauritanie. L'ATC est partenaire associé du chef de file Petra Patrimonia Corsica, coopérative d'activité et d'emploi spécialisée dans l'accompagnement de porteurs de projets. Le projet REBOOT MED (Récupérer - Expérimenter - Stimuler l'éco-tourisme dans la région de la Méditerranée occidentale) par ses nombreuses initiatives, souhaite promouvoir la mer Méditerranée comme un bien commun à protéger. Ce programme a encouragé l'échange de bonnes pratiques pour accompagner les différentes politiques et les prises de décisions pour un développement durable de la mer Méditerranée, notamment dans le cadre des activités touristiques. La transition vers une économie bleue durable est la clé pour la préservation de l'environnement marin et garantir les capacités des générations futures à intervenir dans ce sens en Méditerranée occidentale et sur l'ensemble du bassin méditerranéen.

REBOOT MED s'est déroulé sur 24 mois, encourageant le partenariat public-privé à co-définir des plans d'action pour l'économie bleue et le secteur du tourisme.

Lors du Séminaire final qui s'est tenu à Tunis le 4 novembre 2024, la Présidente de l'Agence du Tourisme de la Corse, Angèle BASTIANI, a développé les ambitions de la Collectivité de Corse, inscrites dans différents documents cadre tels que le PADDUC, le SMVM et le SODT, en matière de stratégie de développement durable devant concilier le développement économique et la protection de la ressource naturelle et patrimoniale. Elle a développé son rôle, comme conseillère exécutive en charge du tourisme, consistant à promouvoir les ambitions de la Collectivité de Corse inscrites dans les documents cadre, cet ensemble de textes contenant la doctrine dont s'est dotée la Corse en matière de stratégie de développement durable devant concilier développement économique et protection de la ressource naturelle et patrimoniale.



Angèle BASTIANI en compagnie d'Asma Shiri Laabidi, Secrétaire générale aux affaires de la mer (ex-ministre de la Femme)

## VII. LA MISSION COMMUNICATION

La **Mission Communication** a notamment en charge la gestion de la communication institutionnelle en relation avec le message politique porté par la Présidence. La communication jouant un rôle fondamental pour l'image et la notoriété de l'ATC, la mission Communication est garante **du capital image et des valeurs de l'institution**. Elle a pour mission essentielle de permettre à l'institution de communiquer de manière **coordonnée et réactive** tant en externe qu'en interne. Elle assure également la production de contenus tant éditoriaux qu'iconographiques pour les besoins en communication promotionnelle de l'Agence.

**Trois enjeux majeurs l'ont guidée au cours de l'année 2024 :**

1. Susciter l'engagement de ses interlocuteurs internes et externes ;
2. Donner du sens, incarner, la stratégie de l'institution ;
3. Faciliter les relations de coopération et de confiance entre les acteurs internes et externes.

Les actions conduites par la Mission Communication au cours de l'année 2024 ont ainsi participé à offrir à nos cibles externes une **image positive, dynamique de l'institution basée sur l'expérience, la compétence et l'innovation** et reflété la **cohérence de la communication interne** au sein de l'ATC.

Le travail de la mission est mené en concertation étroite avec le Pôle Promotion.

### A. LES MISSIONS ET LES ACTIONS DE COMMUNICATION

La **stratégie de communication institutionnelle** notamment à destination des socioprofessionnels du tourisme corse a été déployée tout au long de l'année 2024 à travers l'animation de nombreux réseaux sociaux et la production et diffusion de nombreux contenus sur le site corporate Atc.corsica.

Relations presse, production de dossiers et communiqués de presse, réalisation de newsletters ciblées, animation des réseaux sociaux institutionnels, tels ont été les leviers de la mission communication au niveau « corporate ».

#### 1. LES RELATIONS PRESSE INSTITUTIONNELLES

Les relations presse ont pour vocation de conférer à l'ATC davantage de légitimité vis-à-vis des journalistes car les médias jouent tout autant leur rôle de relais d'information que de prescripteur.

- **25 articles de presse** ont été publiés, démontrant un intérêt continu des médias pour les activités et initiatives de l'Agence du Tourisme de la Corse.  
<https://www.atc.corsica/fr/infos-actus/salle-de-presse/concernant-latc/>
- **Deux rendez-vous médias significatifs** ont eu lieu :
  - **En avril, mai et en septembre**, la Présidente de l'ATC, Madame Angèle BASTIANI, a accordé divers entretiens à Corse Matin et Corse Net Info (CNI) au cours desquels elle a réaffirmé la nécessité de poursuivre les efforts liés à la politique voulue par l'Exécutif de la Corse pour

Réception par le préfet : 28/04/2025 | répondre aux enjeux du secteur touristique dans l'île et contrôler l'attractivité afin de l'orienter vers un tourisme durable, à l'année, et bien réparti sur le territoire.

<https://www.atc.corsica/actualite/cni-il-faut-choisir-notre-tourisme-plutot-que-le-subir/>

<https://www.atc.corsica/actualite/corse-matin-angele-bastiani-on-ne-peut-pas-a-la-fois-critiquer-la-politique-touristique-et-dire-quil-ny-en-a-pas/>

<https://www.atc.corsica/actualite/entretien-avec-angele-bastiani/>

- **En mai**, la Présidente de l'ATC, Madame Angèle BASTIANI, s'est exprimée dans les médias régionaux, dans le cadre de la réunion qui s'est tenue à Ajaccio avec le président de l'ADEC et des représentants du monde économique insulaire afin de faire le point sur la situation économique de la Corse depuis le début de l'année et envisager les perspectives à venir. Les médias avec lesquels ces interviews ont été accordées sont CNI, Corse Matin, Telepaese, Paroles de Corse...

<https://www.atc.corsica/actualite/telepaese-economie-ladec-et-latc-analysent-la-situation-de-lile/>

<https://www.atc.corsica/actualite/120352-2/>

<https://www.atc.corsica/actualite/paroles-de-corse-soutien-economique-ladec-et-latc-a-lunisson/>

<https://www.atc.corsica/actualite/telepaese-economie-ladec-et-latc-analysent-la-situation-de-lile/>

## 2. LES RESEAUX SOCIAUX INSTITUTIONNELS

L'ATC a fait le choix d'utiliser cinq réseaux sociaux comme leviers de sa communication institutionnelle : YouTube, Instagram, Facebook, LinkedIn et X. Une ligne éditoriale et une charte graphique spécifiques sont au service d'actions de communication permettant d'être au plus près des acteurs du tourisme.

En 2024, l'engagement sur LinkedIn est toujours très satisfaisant. La chaîne YouTube continue d'être alimentée régulièrement avec un contenu de qualité sur les actions de l'ATC et de ses partenaires. Le compte Instagram de l'ATC a connu une croissance constante grâce à des photos de qualité et une charte graphique ordonnée. La page Facebook de l'ATC a augmenté son nombre de likes de manière significative. Les posts suscitent de nombreuses réactions positives, en particulier ceux liés à l'Administration Générale/Présidence ou aux retours de salon.

L'évolution positive observée confirme que notre présence sur les réseaux sociaux contribue efficacement à la diffusion de l'image de l'institution.

Les **posts** qui ont suscité le plus d'interactions sur nos réseaux sociaux, au cours de l'année 2024, sont les suivants :

### Top 3 des publications Facebook (en fonction des interactions)

1. Salon des Vacances à Bruxelles
2. Salon de la Plongée
3. Cunfarenza di stampa Corsica Cyclo GT20

**Top 3 des publications Instagram (en fonction des interactions)**

1. Fiera di u Vinu à Lisula
2. Tourissima Lille
3. Salon de la Plongée

**Top 3 des vidéos YouTube (en fonction des vues)**

1. Les rencontres MICE Pietracap
2. Dématérialisation des demandes de subvention
3. 2023 : Au cœur des activités de l'ATC

**ANNEXE 5.1 : Détail des retombées réseaux corporate****3. ANIMATION DU SITE INTERNET PROFESSIONNEL ATC.CORSICA, POLITIQUE RELATIONNELLE**

Le site Atc.corsica a pour vocation la **diffusion en continu de flux d'informations** à destination des acteurs du secteur touristique ainsi que, de manière plus générale, la connaissance de l'actualité du tourisme insulaire. Cet outil web est un **vecteur essentiel de communication** (actualités, agenda), alimenté de manière permanente par l'ensemble des composantes organisationnelles de l'établissement. Ce site s'adresse prioritairement aux professionnels du tourisme, journalistes mais encore à toute personne ou groupe susceptible de rechercher de l'information pertinente en matière d'économie touristique locale.

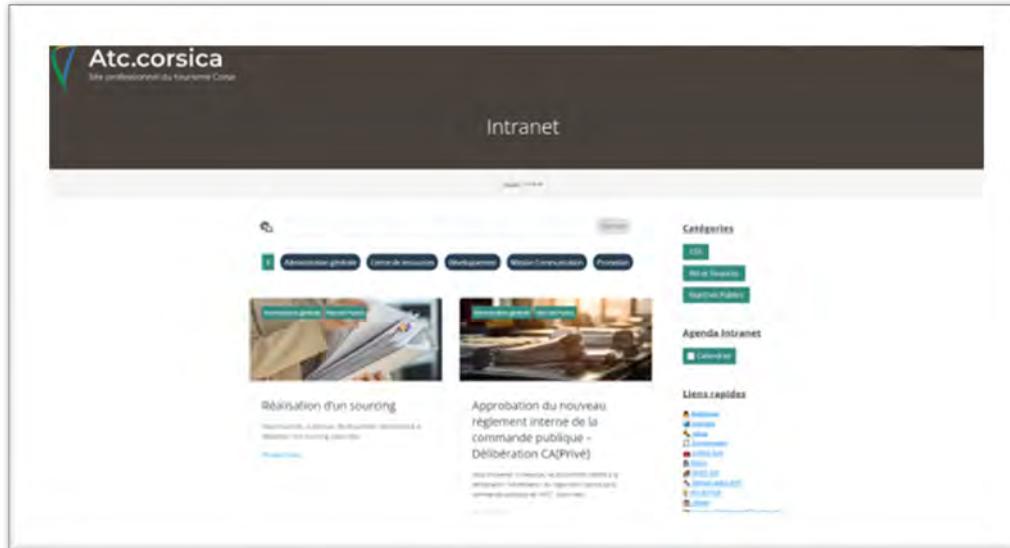
Une revue de presse spécialisée tourisme est réalisée quotidiennement par la documentaliste du service (145 revues de presse en 2024). Destinée aux agents de l'ATC, elle donne également lieu à la réalisation d'articles de veille thématiqués accessibles pour tous sur le site Atc.corsica et requêtables par thématiques (200 articles).

- 76 actualités externes reflets de l'actualité de l'ATC ont été publiées et 58 internes ;
- 20 newsletters internes (bi-mensuelles) ;
- 4 newsletters externes ont été diffusées à près de 4 000 cibles (institutionnelles et professionnelles) dans le cadre de la politique relationnelle de l'institution auprès de ses cibles corporate ;
- Ces dernières comptabilisent d'excellents résultats en termes de taux d'ouverture (près de 50%) et de clics (9%).

**4. CREATION D'UN INTRANET AU SERVICE DE LA COMMUNICATION INTERNE**

L'ATC dispose depuis plusieurs années d'une communication institutionnelle uniformisée, efficace et numérique où le site Atc.corsica a une place essentielle. Les fonctionnalités nouvelles proposées par notre nouveau site corporate ont permis le déploiement d'un nouvel outil de communication interne via un intranet dédié qui a pour vocation à être utilisé par les collaborateurs de l'ATC seulement. Les objectifs de ce nouvel outil sont d'informer les agents, de favoriser la circulation de l'information, de rassembler les agents de l'institution autour de valeurs et projets communs sur lesquels nous avons choisi de communiquer et permettre à la direction de communiquer avec les collaborateurs de manière moins formelle. Cette nouvelle

**58 articles reflets de l'actualité de l'ATC à destination de l'interne ont été mis en ligne en 2024.**



## B. PRODUCTION ET DIFFUSION DE CONTENUS VIDEO /PHOTO ET INFOGRAPHIE

La Mission Communication a également la charge de la **gestion technique et administrative annuelle des différents abonnements photos de l'établissement, la gestion de la médiathèque** pour le compte de l'Agence et la réalisation de reportages dits « de territoire » avec la création de contenus immersifs appropriés et la réalisation de travaux d'infographie.

## 1. PHOTOS ET MEDIATHEQUE

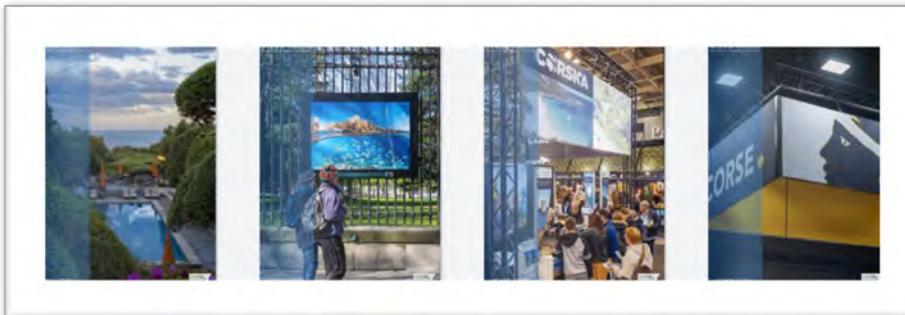
La Mission Communication assiste les différents services de l'Agence en termes de recherches et de réalisation **photos/vidéos ou de montage** ou encore **d'infographie, de création de cartographie et de webdesign**. En 2024, dans le cadre de **l'optimisation de la photothèque de l'ATC, 40 missions** ont été réalisées en Corse et à l'extérieur avec la réalisation de près de 2 000 photos.

Un **abondement du fonds photographique** a été réalisé avec près de **2000 photos** prises dans le contexte professionnel, dont **800 photos lors de 8 salons et workshops professionnels**. La présence sur ces opérations a donné lieu à des reportages photos des partenaires / de la fréquentation du stand et de « l'espace Corse ». Une sélection des photos et des vidéos faites en temps réel a permis de poster en direct sur les réseaux sociaux. Ces clichés font également l'objet de partage auprès des différents partenaires associés à ces salons.

Une **assistance iconographique** aux services opérationnels de l'ATC a été effectuée notamment à l'occasion de la réalisation de salons ou pour des supports tels que la nouvelle édition « **Le petit futé NAUTISME** ». Les photos prises par la mission communication ont également été utilisées sur différents supports (magazines,

Réception par le ~~journal~~ ~~et~~ ~~campagnes~~, réseaux sociaux...). 8 albums photos recueils des différentes missions opérées tout au long de l'année ont été partagés via Calameo.

<https://www.calameo.com/accounts/7255096>



#### ANNEXE 5.2 : Détail et exemples de la production photo

### 2. PRODUCTION, TOURNAGE ET MONTAGE DE VIDEOS

En 2024 :

- **160 montages et mises au format vidéo** ont été réalisées et diffusées sur tous les supports numériques de l'Agence ;
- **95 vidéos** ont été réalisées et diffusées sur tous les supports numériques de l'agence.

#### ANNEXE 5.3 : Détail et exemples de la production vidéo

### 3. GRAPHISME/WEBDESIGN

En 2024, l'ATC a renforcé sa dimension créative et iconographique, en veillant à la continuité, à la qualité et à l'harmonisation des supports de communication. Parmi ces réalisations, figurent des supports variés tels que des brochures, des dossiers de presse, des flyers, des visuels pour le web, des affichages, des illustrations, des infographies, ainsi que des éléments pour les réseaux sociaux et le site internet.

Un des points marquants de l'année a été la production de la quasi-totalité des assets graphiques du plan d'action promotionnel, qui ont été adaptés aux différents formats de communication (mise en page, création de visuels, etc.).

#### ANNEXE 5.4 : Détail et exemples de la production graphique

## C. ANIMATION EDITORIALE DU SITE VISIT.CORSICA

On retiendra pour l'exercice 2024,

- **50 articles et/ ou interviews à destination de la rubrique « La destination Corse » et des landings thématiques du site.**

<https://www.visit-corsica.com/La-destination-Corse>

- **430 offres et idées séjours ont été publiées dans la rubrique Offres et Idées séjours de visit.corsica**

<https://www.visit-corsica.com/Offres-et-idees-sejours>

- **50 articles et contenus divers ont été traduits en anglais, italien, allemand et néerlandais et mis en ligne sur visit corsica.**

	2024	Taux variation /2023
<b>Utilisateurs</b>	1 400 000	+33,60%
<b>Sessions</b>	2 000 000	+42,70%
<b>Nbre de sessions/utilisateur</b>	1,4	-0.83 %
<b>Pages vues</b>	3 100 000	+ 26,00%
<b>Pages/session</b>	1.5	-0,92%
<b>Durée moyenne des sessions</b>	1 min 11s	-0,35%

## D. SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE TERRITORIAL

### 1. GESTION DU SITTCO

La Mission Communication a en charge la gestion et l'animation du Système d'Information Touristique Territorial de Corse (SITTCO). L'objectif du SITTCO est de permettre aux organismes de tourisme du territoire, ainsi qu'à d'autres partenaires concernés par le sujet, l'accès à un système d'information touristique ouvert, performant et évolutif via le progiciel « Tourinsoft » dont l'ATC s'est doté fin 2019 via la passation d'un marché public attribué à la société « FAIRE-SAVOIR ».

Les services de l'Agence centralisent désormais dans une base de données commune accessible en ligne, l'ensemble des offres touristiques et de loisirs (points d'intérêts, prestataires, etc.). Le SITTCO permet par un effet de mutualisation, de disposer d'une vision globale de l'offre et de l'activité touristique territoriale et de pouvoir construire des stratégies et actions pertinentes à destination de l'offre et de la demande.

Réception par le destinataire le 02/05/2024  
Il permet par ailleurs aux utilisateurs de pouvoir construire et mettre en avant des offres touristiques à destination des clients, pour améliorer la performance promotionnelle.

<https://www.atc.corsica/fr/infos-actus/sittco/le-systeme-d-information-touristique-regional/>

Dans le cadre du bon fonctionnement du SITTCO, de nombreuses tâches ont été réalisées parmi lesquelles, notamment, l'administration de bordereaux, la gestion des profils de droits et des profils utilisateurs, la création de syndications multiples permettant d'alimenter les outils numériques de l'Agence et des Offices du Tourisme de Corse en quatre versions linguistiques.

#### **ANNEXE 5.5 : Détail de la gestion du SITTCO**

#### **2. AIDE A L'APPROPRIATION DU SITTCO**

Au cœur de la stratégie numérique de l'Agence, l'organisation et la structuration du SITTCO constituent un pilier central. Dans cette dynamique, l'ATC accompagne quotidiennement les adhérents du SITTCO dans le déploiement de leurs stratégies numériques en vue de créer un véritable écosystème numérique interactif. L'outil mutualisé étant désormais utilisé par 100% des Offices de Tourisme de Corse, la Mission Communication a supervisé la formation à l'utilisation de la base de données pour les agents des Offices de Tourisme. Une dizaine de formations à l'utilisation de la base de données et à l'outil de GRC (Gestion Relation client) du SITTCO ont ainsi été organisées dont 7 déplacements sur le terrain. Par ailleurs, un nouvel espace collaboratif a été déployé afin de faciliter les échanges.

#### **E. GESTION DU CDI**

Le fonds documentaire de l'ATC comprend des ouvrages, des études sur le tourisme, des abonnements à des revues professionnelles spécialisées ainsi que les publications de l'Observatoire du Tourisme de l'ATC. La gestion courante génère une mission de service adaptée à destination des utilisateurs internes et externes. La Mission Communication a assuré au cours de l'année 2024, la gestion technique et administrative annuelle des différents abonnements et enrichissement de ce fonds documentaire en fonction des besoins.

#### **ANNEXE 5.6 : Détail de la gestion du CDI**

## F. ACQUISITION D'UN LOGICIEL DE GESTION DE PHOTOTHEQUE ET VIDEOTHEQUE

L'ATC a fait le choix de se doter d'une solution de **Digital Asset Management (DAM)** afin de centraliser et sécuriser ses actifs numériques. Un DAM a la capacité d'**organiser et de valoriser** de grandes quantités de photos, de vidéos et leurs informations associées, en un seul endroit, avec des accès authentifiés et sécurisés, compatibles avec la politique de confidentialité de l'institution.

<https://medias.atc.corsica/Mediatheque/>

## G. MISE A DISPOSITION D'ESPACES COLLABORATIFS ATC/PARTENAIRES

L'ATC a fait le choix de mettre à disposition de ses partenaires, courant 2024, une plateforme collaborative via HumHub qui est un logiciel et un framework de réseau social gratuit incluant tous les outils nécessaires pour faciliter la communication et la collaboration entre partenaires. Cette plateforme au service de la collaboration, privée et sécurisée, intuitive et personnalisable, est adossée à notre site Atc.corsica dans le cadre de notre marché d'hébergement. Elle dispose d'une interface très conviviale qui permet de créer un réseau social personnalisé.

<https://collaboratif.atc.corsica/.>

Son déploiement a pour vocation de faciliter l'animation des réseaux de partenaires, (SITTCO, Club de l'Ecolabel, Communication promotionnelle...) et d'autres groupes de travail sur lesquels l'ATC est engagée.

