



.....

REUNION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN DATE DU 17 DECEMBRE 2025
RIUNIONE DI U CUNSIGLIU D'AMMINISTRAZIONE DI U 17 DI DICEMBRE DI U 2025

.....

RAPPORT DE LA PRESIDENTE
RAPORTU DI A PRESIDENTE

.....

Objet : **Orientations budgétaires 2026.**
Ughjettu : ***Orientazione bugetarie 2026.***

ORIENTATIONS BUDGETAIRES 2026

La tenue d'un débat d'orientations budgétaires s'impose préalablement au débat budgétaire annuel.

Le CGCT dispose que ce débat doit avoir lieu dans un délai maximum de dix semaines précédant l'examen du budget.

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

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

- La description de la politique publique ;*
- Les éléments de contexte et les opérations prioritaires ;*
- Les perspectives financières pour 2025.*

CONTEXTE ET PERSPECTIVES 2026

L'année 2025 a été marquée par **l'étalement et l'allongement de la saison touristique qui s'est confirmé**. Trois phénomènes majeurs témoignent de l'évolution positive du calendrier touristique :

- D'une part, la saison touristique débute plus tôt et se prolonge au-delà des mois traditionnellement actifs ;
- D'autre part, le pic estival, autrefois marqué par une concentration extrême de la fréquentation en juillet-août, tend à s'aplatir, traduisant une meilleure répartition des visiteurs sur l'ensemble de la saison sans que le nombre de passagers transporté en haute saison soit en diminution ;
- Enfin, les mois de la fin de l'année civile, historiquement considérés comme creux, enregistrent une augmentation notable de la fréquentation.

En 2025 on constate aussi **l'augmentation et la diversification des flux de clientèle internationale**. Depuis la crise sanitaire liée au COVID-19, la destination a non seulement retrouvé sa clientèle internationale, mais celle-ci est revenue de manière plus importante et plus diversifiée. Cette croissance s'observe non seulement en termes de volume, mais également en termes de provenance géographique, démontrant l'attractivité renouvelée de la destination. Cette diversification constitue un facteur clé de résilience pour l'économie touristique, réduisant la dépendance aux marchés traditionnels.

Ces résultats témoignent de l'efficacité de la stratégie claire visant à désaisonnaliser et à diversifier les flux touristiques.

L'année 2026 se prépare comme l'année précédente au constat de la baisse du pouvoir d'achat, d'une conjoncture extrêmement concurrentielle et d'une desserte aérienne volatile en fonction des opportunités d'affaires des compagnies. Cela nécessite des actions visant la structuration de

l'offre, le renforcement de l'impact de la promotion de la destination et la sécurisation de la desserte aérienne. Le rôle de l'établissement est essentiel pour notre destination, l'objectif étant de promouvoir un tourisme créateur de valeur fondé sur l'identité et la protection durable de la ressource.

L'élaboration du budget annuel pour 2026, acte qui traduit en termes financiers la politique budgétaire de l'établissement sera réalisée dans un contexte financier contraint et aura pour objectifs la maîtrise des frais généraux de fonctionnement et de masse salariale. Il est néanmoins essentiel que la dynamique engagée se poursuive, les retombées économiques de l'activité touristique étant l'un des principaux moteurs de l'économie locale.

Le budget qui sera présenté pour vote aux membres du conseil d'administration prendra en compte les orientations budgétaires stratégiques définies par l'Assemblée de Corse 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 ». Il est rappelé que les actions de développement figurant au sein du SODT doivent s'inscrire dans une dynamique de développement en accord avec les enjeux environnementaux et une identité culturelle forte.

Dans ce cadre, les efforts porteront sur :

- L'étalement de la saison touristique par une meilleure fréquentation avant et après la période estivale et une meilleure répartition des flux de visiteurs sur les différents territoires de l'île en mettant l'accent sur nos régions de l'intérieur par la valorisation de leurs atouts naturels et culturels constituent des objectifs majeurs pour la Corse. La difficulté principale pour atteindre ces objectifs résidait dans le manque de liaisons entre la Corse et le continent en dehors des mois d'été. Avec le dispositif « achat de flux » la Corse dispose désormais d'un outil qu'il faudra exploiter en concertation avec tous les acteurs du tourisme de l'île. En dehors de ce dispositif, l'ATC mène en relation avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse et les compagnies de transport, notamment Air Corsica, un travail de fond pour inciter à l'ouverture de nouvelles lignes ;
- 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, constituent une clientèle intéressée par des visites en dehors de la saison estivale et sont très attentifs à l'aspect tourisme durable qui constitue une priorité pour l'ATC. Pour rappel, la Corse vient d'obtenir le niveau Or du label « Green Destinations », une certification reconnue par le Conseil Mondial du Tourisme durable. C'est la seule île de Méditerranée et seule région française à détenir ce label.

Les actions de promotion touristique de la destination Corse poursuivront les campagnes de communication, l'organisation d'opérations événementielles, la participation à des salons et workshops en France et dans toute l'Europe, l'accueil de médias en Corse et l'édition de documents promotionnels multilingues à destination des publics.

L'axe « tourisme durable », désormais reconnu dans le monde entier grâce à notre labellisation « Green Destinations », constituera le fil rouge de ces actions de promotion. Par ailleurs, le virage de la communication digitale a été résolument amorcé avec la refonte en cours de notre site Internet et la constitution de bases de données (grand public, agences de voyage et tour-

opérateurs, comités d'entreprises) qui permettront de mieux cibler les campagnes. Considérant le succès du premier salon du tourisme d'affaires organisé cette année à Bastia, une autre manifestation sera organisée en 2026 dans l'île, en collaboration avec l'ADEC et l'ODARC. Deux opérations seront réalisées à l'étranger avec l'ADEC et l'ODARC. Enfin, l'amélioration de la coordination des acteurs du tourisme se poursuit, en matière de communication. Un rapprochement est initié avec les offices de tourisme, la CCIC et nos partenaires privés (transporteurs, tour-opérateurs, hébergeurs) : une première campagne a été proposée en 2025 en Italie (Quinzaine de la Corse en Italie), financée par les six participants.

L'aide aux porteurs de projets publics et privés sera effectuée à nouveau en 2026, en tenant compte des modifications réalisées sur le Guide des aides au tourisme afin d'orienter les investissements dans le sens souhaité par la Collectivité : effort porté sur le tourisme durable (écolabel européen, mobilités douces, langue corse,...), soutien aux projets structurants du territoire permettant une valorisation de l'offre patrimoniale, culturelle, de pleine nature, notamment au sein des espaces ruraux et de montagne. Il s'agit d'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. L'obtention du niveau Or du label «Green Destinations», l'excellent positionnement de la Corse en nombre d'établissements d'hébergement écolabellisés (deuxième région française) ne constituent qu'une étape : à horizon de trois années, le niveau Platine du label, le plus élevé, et la première place en ce qui concerne l'écolabel européen pourrait être atteint. La dynamique initiée avec les acteurs publics et privés du tourisme corse doit être maintenue et renforcée notamment en ce qui concerne l'accessibilité de nos sites aux personnes à mobilité réduite. En 2026, les 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 seront maintenues. Le soutien à l'organisation d'événements et d'animations sur les territoires, mais également à la création de produits touristiques, dès lors qu'ils sont en phase avec les objectifs stratégiques retenus et contribuent à une fréquentation désaisonnalisée sera encore accru. Le projet de création d'une Maison de la Corse dans la capitale italienne reste un grand projet à finaliser.

Le rôle de l'Observatoire de l'Agence dans la production et la diffusion de l'information et de la donnée concernant le tourisme est désormais reconnu et son action va être amplifiée en 2026. De nombreuses collectivités locales font appel à nos services pour la réalisation de rapports qui leur permettent notamment de mieux connaître les flux de visiteurs, le volume de meublés actifs sur le territoire, Un groupement de commande a été constitué regroupant 6 structures publiques et privées sous l'égide de l'ATC qui a permis l'accès à un outil statistique spécialisé dans la donnée touristique. Notre ambition est de consolider la culture de la donnée touristique afin d'en optimiser l'usage collectif dans le cadre d'un dispositif régional ; cette mise en réseau a pour objectif un meilleur partage de l'information afin de mieux préparer l'accueil des visiteurs grâce à l'analyse prospective que permet notre outil. Le Centre de Ressources continuera de produire les notes mensuelles de conjoncture et plusieurs Cahiers du tourisme, tous publiés sur notre site Internet.

Ces objectifs financés dans le cadre des orientations budgétaires qui ont fait l'objet d'un arbitrage auprès de la tutelle seront traduites au sein du budget général pour l'année. Le montant budgétaire global dont pourra disposer l'ATC en 2026 est identique à celui de l'année 2025.

REPARTITION GLOBALE EN AP ET AE	MONTANT
1- ACTIONS DE L'ETABLISSEMENT	9.399.950 €
2- FRAIS DE FONCTIONNEMENT ETABLISSEMENT	6.050.000 €
TOTAL GENERAL	15.449.950 €

Ces moyens mobilisés pour pouvoir engager les actions nécessaires destinées au principal secteur économique de la destination aux effets d'entraînements économiques et sociaux avérés et quasi immédiats seront, lors de l'élaboration du budget primitif pour l'année 2026 complétés des recettes propres de l'établissement (financements européens, prestations, taxe additionnelle...).

REPARTITION DETAILLEE EN AP ET AE	MONTANT	TOTAL	%
1- ACTIONS DE L'ETABLISSEMENT (AP et AE)		9.399.950 €	61 %
INVESTISSEMENT – ACTIONS (AP)			
Subventions selon règlement du guide des aides	2.590.000 €		
Dispositif avances remboursables (<i>selon guide des aides</i>)	1.000.000 €		
FONCTIONNEMENT – ACTIONS (AE)			
Promotion et Communication – actions sur les marchés internationaux et promotion	5.011.950 €		
Centre de ressources, observatoire	180.000 €		
Aides aux actions des OT, partenariats territoires et soutien aux évènementiels	618.000 €		
2- FRAIS DE FONCTIONNEMENT ETABLISSEMENT (AE)		6.050.000 €	39 %
Frais de personnel et charges sociales	5.000.000 €		
Frais généraux de fonctionnement	800.000 €		
Investissement propre	250.000 €		
TOTAL GENERAL		15.449.950 €	