

## RAPORTU D'ATTIVITA – RAPPORT D'ACTIVITE



**2018**

## Sommaire

INTRODUCTION GENERALE .....	3
TITRE 1 : GOUVERNANCE ET ADMINISTRATION .....	5
TITRE 2 : GESTION DES RESSOURCES HUMAINES .....	9
TITRE 3 : ACTIVITES MISSIONS CENTRE DE RESSOURCES.....	14
TITRE 4 : MISSION DEVELOPPEMENT-AMENAGEMENT .....	20
TITRE 5 : MISSION PROMOTION .....	25
TITRE 6 : BUDGET-FINANCES .....	53
TITRE 7 : COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE .....	56
ANNEXE 1 – ORGANIGRAMME .....	58
ANNEXE 2 – REALISATIONS BUDGETAIRES .....	59
ANNEXE 3 – DOSSIER FEDER .....	60
ANNEXE 4 – COMPOSITION DU CONSEIL D’ADMINISTRATION .....	63
ANNEXE 5 – COMPOSITION DU BUREAU .....	65
ANNEXE 6 – DELIBERATION INDIVIDUALISEES EN BUREAU .....	66
ANNEXE 7 – MARCHES PUBLICS.....	68
ANNEXE 8 – DELIBERATIONS DU CONSEIL D’ADMINISTRATION .....	72

# INTRODUCTION GENERALE

*Le présent rapport d'activité synthétise les activités de l'établissement pour l'année 2018 tant du point de vue des fonctions opérationnelles qui correspondent aux missions dévolues à l'Agence du Tourisme (observation, promotion, développement) que des fonctions support (administratif). Parmi les principaux points remarquables :*

- **Une feuille de route qui engage le tourisme corse dans une nouvelle dynamique**

L'année 2018 a été marquée par le vote unanime à la session de l'Assemblée de Corse du mois d'avril de la feuille de route du tourisme corse présenté par la Présidente de l'Agence du Tourisme après un important travail de réflexion et de préparation.

Ce travail met clairement le tourisme de l'île sur la voie de la transition écologique et numérique et marque une nouvelle étape qui doit permettre à l'économie touristique de s'adapter aux évolutions de marché tout en s'appuyant sur ses actifs fondamentaux qui fondent l'attractivité de la destination et notamment le binôme nature/culture.

Le propos, dans le prolongement du diagnostic posé par le SRD2I relatif au secteur touristique, décline ainsi un catalogue d'actions opérationnelles en vue de promouvoir une politique économique touristique rentable, maîtrisée et innovante pour la Corse.

L'architecture de la feuille de route qui vise à converger vers un modèle de tourisme vert écoresponsable et inclusif positionnant la « Destination Corse » dans une dimension d'excellence durable lui permettant de créer un écosystème productif compétitif au cœur du bassin méditerranéen, retient 3 objectifs stratégiques pour l'établissement :

- Faire évoluer l'Agence, animateur de la stratégie économique touristique régionale, en une véritable « Destination Management Organisation » (DMO) fédérant l'ensemble des territoires et des acteurs des filières dans des dynamiques partagées de la « Destination Corse » ;
- Devenir et être reconnu comme le centre de ressources du tourisme corse agrégeant la DATA tourisme afin de gérer les outils numériques « Destination » dans une architecture numérique régionale et un écosystème global de l'e-tourisme à développer ;
- Passer d'une logique « outil » de la Collectivité de Corse à celle « d'opérateur » de la Collectivité de Corse au service du « projet » afin d'optimiser la co-production public-privé en y intégrant une dimension ingénierie à même de soutenir un développement économique maîtrisé au niveau des territoires.

- **Une année 2018 marquée par un nouveau record de fréquentation**

En termes de résultats de fréquentation, l'année 2018, servie il est vrai par des effets calendaires (ponts de mai notamment) et une météo tous deux très favorables, a enregistré de nouveaux records de fréquentation avec une progression globale des entrées sur le territoire de l'ordre de 3%.

Pour la première fois les flux aériens avec une croissance de +6,5% ont dépassé les flux maritimes qui reculent pour leur part de 1,1%.

Les hébergements touristiques marchands (hôtels, campings et autres hébergement collectifs) ont comptabilisé près de 11 millions de nuitées (*source INSEE-DGE-ATC*). Seule la Corse dans les régions du grand sud de France enregistre une hausse de 0,6% en hébergement marchand professionnel.

Parmi les points à retenir, l'hôtellerie a enregistré une évolution record de clientèle étrangère (+10%) notamment en provenance d'Allemagne et d'Italie. Les campings enregistrent une hausse globale de 3,3 points tirée par les emplacements équipés.

Entre avril et septembre 2018, le nombre de nuitées passées dans les hôtels de Corse s'élève à 2,9 millions soit +1,7% avec 24,2% de clientèle étrangère. Pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, la région enregistre une hausse de la fréquentation.

Entre avril et septembre 2018, les campings de Corse totalisent 4,4 millions de nuitées dont 38,5% de clientèle étrangère.

- **Un nouveau règlement intérieur pour l'établissement**

En 2018 a été adopté, par délibération ATC/CA/1/2 du 1<sup>er</sup> mars 2018, le nouveau règlement intérieur de l'établissement. Celui-ci a fait l'objet d'un toilettage et d'une actualisation des modalités de fonctionnement et d'exercice des organes délibérants et consultatifs de l'établissement.

## TITRE 1 : GOUVERNANCE ET ADMINISTRATION



### 1-1. Fonctionnement des organes statutaires délibérants

- **Le Conseil d'Administration :**

En 2018, la composition du Conseil d'Administration de l'Agence du Tourisme de la Corse, dont il convient de rappeler qu'il est paritaire, a été amendée par arrêté n°18/010 CE du Président du Conseil Exécutif de Corse du 30 mars 2018 modifiant l'arrêté initial n°1800807CE du Président du Conseil Exécutif de Corse du 15 février 2018 portant sur la composition du CA de l'Agence (cf. annexe).

5 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 avec le quorum atteint. Ces réunions se sont tenues respectivement sur les ordres du jour ci-après :

- **réunion du 1<sup>er</sup> mars 2018**

- Adoption du Règlement Intérieur ;
- Election des membres du bureau de l'ATC ;
- Désignation des présidents des commissions de l'ATC ;
- Election des membres du conseil d'administration devant siéger à la commission d'appels d'offres ;
- Désignation des représentants du conseil d'administration de l'ATC devant siéger dans divers organismes ;
- Règlement de la commande publique ;

- Autorisations données pour la signature des marchés publics ;
- Autorisation donnée à la Présidente à signer des conventions ;
- Fixation de l'indemnité de fonction de la présidente de l'ATC ;
- Attribution d'une indemnité de conseil à M. le Payeur ;
- Règlement interne relatif à la création de nouveaux emplois et aux procédures de recrutement ;
- Transformation de postes ;
- Compte Epargne Temps (CET) ;
- Convention ATOUT France ;
- Convention INSEE ;
- Convention avec le GAL BALAGNE dans le cadre du programme ViViMED ;
- Convention avec le GAL Corse Orientale dans le cadre du programme ViViMED.

- réunion du 9 avril 2018

- Election des membres du collège des représentants des professionnels au Bureau de l'ATC ;
- Désignation des présidents des commissions Promotion, Développement et Observation de l'ATC ;
- Débat d'Orientations Budgétaires 2018 ;
- Rapport de la Chambre Régionale des Comptes pour la période 2012-2016 ;
- Feuille de Route 2018-2021 de l'ATC ;
- Information sur la demande formulée auprès de l'Assemblée de Corse en vue du transfert du produit de la Taxe de Séjour additionnelle départementale à l'ATC ;
- Information sur les aménagements à apporter aux dispositifs réglementaires et législatifs en tourisme (négociations CdC avec le Gouvernement).

- réunion du 19 avril 2018

- Adoption du Règlement Financier de l'ATC ;
- Vote du Budget Primitif 2018.

- réunion du 26 juin 2018

- Modification du Règlement Intérieur de l'établissement ;
- Compte de gestion de l'ATC pour l'année 2017 ;
- Compte administratif de l'ATC pour l'année 2017 ;
- Vote des budgets affectés au Comité d'Entreprise de l'ATC pour 2018 (Fonctionnement et œuvres sociales).

- réunion du 11 décembre 2018

- Modification du Règlement Intérieur de l'établissement ;
- Modification du Règlement Financier ;
- Budget Supplémentaire 2018 ;
- Modification de l'acte constitutif de la régie d'avances ;
- Amendement au règlement intérieur des personnels ;
- Dispositif incitatif de départ à la retraite ;
- Evolution et transformation de postes au sein de l'organisation ;
- Signature de trois contrats d'alternance ;
- Plan de promotion et programme d'actions 2019 ;
- Autorisation candidature Slow-Islands Project ;
- Signature de la Convention SIG ;
- Signature d'une convention de partenariat SCN Musée National Malmaison/ATC ;
- Signature de la Convention de partenariat Atout France/ATC.

- **Le Bureau :**

En 2018 le Conseil d'Administration de l'ATC a adopté par délibérations ATC/CA/1/3 du 1<sup>er</sup> mars 2018 et ATC/CA/2/2 du 09 avril 2018 le renouvellement de la désignation des dix administrateurs composant le Bureau de l'Agence, émanation du CA. 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 CA. 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.

3 réunions du bureau se sont tenues durant l'année avec une grande assiduité de ses membres, toutes les séances, disposant du quorum, ayant pu se réunir en première instance.

La liste des projets délibérés en bureau est annexée aux présentes.

- **La Commission d'appel d'offres :**

La commission d'appel d'offres ne s'est pas réunie en cette année 2018, aucun marché public ne dépassant les seuils requis pour sa convocation. La liste des marchés conclus avec les attributaires (19 au total en 2018) figure en annexe.

## **1-2. 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 (Promotion et Commercialisation, Equipement et Aménagement, Formation). La composition du Comité et des commissions ainsi que leur rôle sont fixés par le règlement intérieur de l'Etablissement.

Les commissions consultatives prévues au règlement intérieur de l'établissement ont été réinstallées avec la désignation de leur président respectif lors de la séance du Conseil d'Administration du 9 avril 2018.

En 2018 ces commissions consultatives se sont réunies chacune à deux reprises dans le courant de l'année 2018 sous les présidences de M. Alexandre RUTILY pour la commission Promotion, de M. Toussaint COEROLI pour la commission Développement et de M. Dominique SUBRINI pour la Commission Observation.

Ces commissions ont régulièrement rendu compte pour information au conseil d'administration.



## TITRE 2 : GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

### 2-1 Effectifs de l'Agence et classification

Au 31 décembre 2018 Le nombre de salariés postes ouverts et pourvus au sein de l'Etablissement s'établissait à 51 agents soit 29 femmes et 22 hommes. Aucun poste nouveau n'a été sollicité en création durant l'année, l'établissement s'en tenant à un effectif constant.

	Temps plein	Temps partiel	Ensemble
Hommes	21	1	22
Femmes	26	3	29
Ensemble	47	4	51

Le temps partiel se répartissait de la façon suivante :

- 4 salariés à temps partiel : 2 à 80 % dont 1 homme et 2 à 90%.
- En septembre 2018, 1 agent femme a souhaité passer de 80 à 90 %.

En considérant le volume de temps partiels, l'équivalent temps plein (ETP) ressort en 2018 à **49 agents**

L'établissement n'a eu recours durant l'année à aucun recrutement en CDD de renforcement, seuls 3 CDD de remplacement de personnels en arrêt maladie ont été recrutés, leur présence courant jusqu'au retour des agents concernés.

En 2018 les mouvements de personnel ont concerné trois nouveaux collaborateurs embauchés en CDI soit 1 homme et deux femmes. Un poste était ouvert mais non pourvu et les deux autres correspondent au départ de deux agents ayant fait valoir leurs droits à la retraite.

3 contrats en alternance sur une période universitaire ont été contractés et l'établissement a accueilli un stagiaire dans le courant de l'année.

Au 31 décembre 2018 le nombre de salariés par sexe selon la classification en vigueur de la convention collective nationale des organismes publics de tourisme se répartissait de la façon suivante : 2% d'employés, 45% d'agents de maîtrise, 53% de cadres, soit par catégorie (grille convention collective)

	Hommes	Femmes	Ensemble
1.1 Employés			
1.2 Employés		1	1
1.3 Employés			
2.1 Agents de maîtrise et Techniciens		1	1
2.2 Agents de maîtrise et Techniciens	2	2	4
2.3 Agents de maîtrise et Techniciens	2	7	9
2.4 Agents de maîtrise et Techniciens	3	6	9
3.1 Cadres	9	9	18
3.2 Cadres	2	3	5
3.3 Cadres	3		3
<b>Ensemble</b>	<b>21</b>	<b>29</b>	<b>50(*)</b>

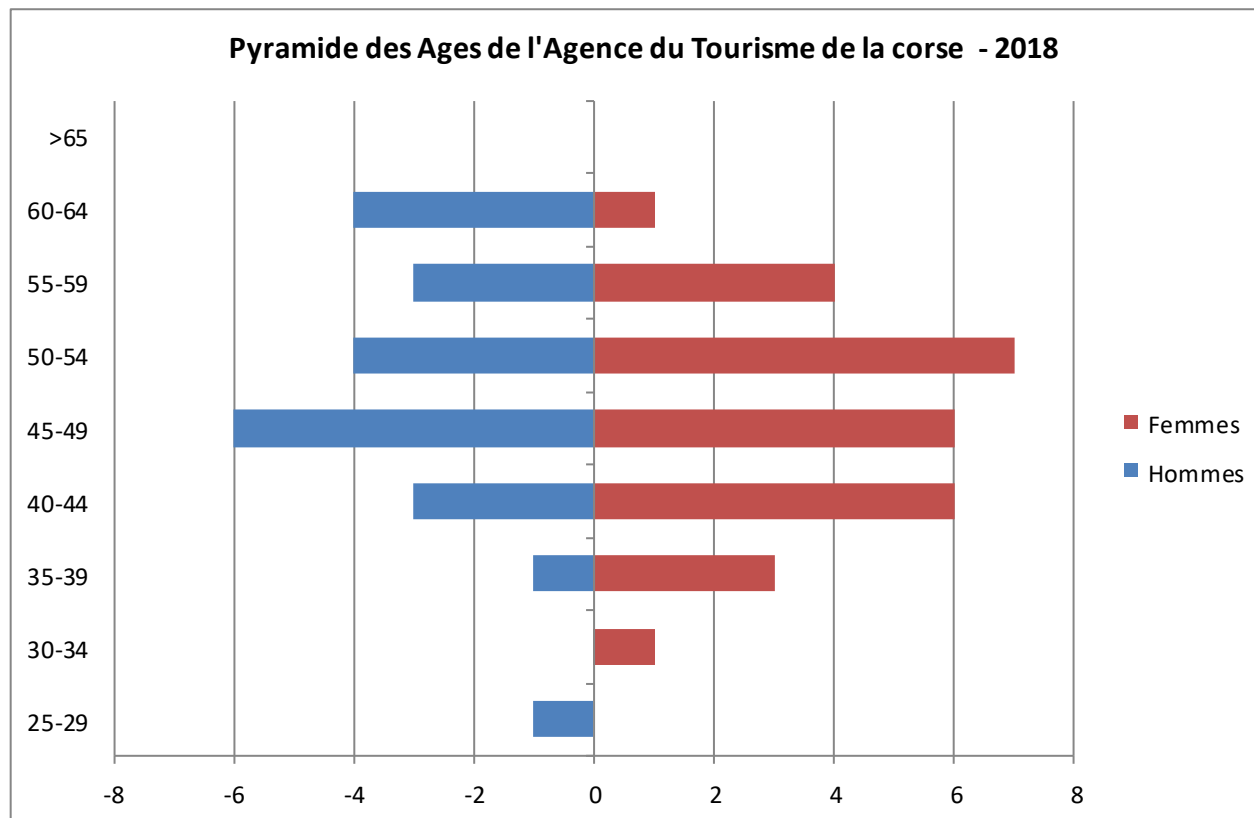
(\*) hors directeur général de l'établissement

Parmi cet effectif, 2 personnes sont considérées en handicap.

## 2-2 Pyramide des âges

Au 31 décembre 2018 la pyramide des âges accentue mécaniquement le déséquilibre générationnel avec 20% des effectifs ayant plus de 57 ans et 3 agents (6%) ayant moins de 35 ans.

	moins de 26 ans	26 à 30 ans	31 à 35 ans	36 à 40 ans	41 à 45 ans	46 ans à 50 ans	51 ans à 56 ans	57 ans et plus	Ensemble
Hommes		1		1	4	5	4	7	22
Femmes		1	1	5	4	6	9	3	29
<b>Ensemble</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>51</b>



L'ancienneté importante des agents pèse mécaniquement en termes de GVT sur les effets de structure, la convention collective et les accords d'entreprise prévoyant une augmentation systémique de 1% de salaire chaque année sans plafonnement.

	< 1 an	1 à 3 ans	4 à 9 ans	10 à 14 ans	15 à 20 ans	21 à 24 ans	25 à 29 ans	30 ans et plus	Ensemble
Hommes	1		4	3	9	3		2	22
Femmes	2	1	2		11	4	3	6	29
Ensemble	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>51</b>

## **2-3 Temps de travail et arrêts maladie**

L'Établissement dispose d'un accord sur les 35 heures. Les salariés bénéficient de 30 jours de congés annuels et 23 jours par an de RTT. Le nombre de dimanches travaillés s'établit au total à 12 dimanches, six salariés (3 hommes et 3 femmes) ayant travaillé au moins un dimanche. Aucun jour férié n'a été travaillé

Au 31 décembre 2018, le nombre de jours d'absences comptabilisés au sein de l'établissement s'élève à 3.075,5 jours (décompte week-end comprise) dont 83,5 jours pris pour enfants malades.

Au 31 décembre 2018, l'Établissement disposait d'un Compte Epargne Temps ouvert au 1er juillet de l'année avec un nombre maximum de jours qui puisse y être inscrit annuellement de 10.

En matière sociale, au 31 décembre 2018, 20 salariés ont changé d'indice au cours de cet exercice dont quatre hommes et 16 femmes. Ces évolutions indiciaires ont privilégié les salaires les plus bas.

## **2-4 Instances représentatives du personnel**

L'établissement compte un comité d'entreprise (3 titulaires et 3 suppléants) pour lequel un budget est voté chaque année en Conseil, celui-ci étant constant en 2018 au regard de l'année précédente, à savoir, 36 000 € au titre des Œuvres Sociales et 5 020 € au titre du Fonctionnement. L'Agence dispose d'un CHSCT composé de 3 membres, de Délégués du Personnel (2 titulaires et 2 suppléants) ainsi que d'une Déléguée Syndicale (existence d'une unique organisation syndicale STC au sein de l'entreprise). Ces instances se sont réunies régulièrement durant l'année 2018.

## **2-5 Formation des personnels**

Dans le cadre du plan de formation triennal 2017/2020, l'ATC a mis en œuvre en 2018 de nombreuses actions de formation dans des domaines aussi variés que la maîtrise des outils numériques, le management d'équipe, les financements européens, les marchés publics, les Ressources Humaines, l'anglais professionnel, la sécurité, les groupes projets, les réseaux sociaux, l'écriture Web, les techniques de communication et les outils digitaux, etc.

Le budget formation a été géré au plus juste avec une bonne optimisation financière en raison à la fois d'une forte sollicitation des actions collectives (inter-entreprises) et une bonne mobilisation des financements complémentaires.

Ces actions de formations représentent 3.592 heures stagiaires soit une moyenne de 68 heures de formation par agent. Ces heures de formation ont été dispensées de manière équitable auprès des femmes et des hommes salariés de l'institution ; 2141 heures de formation suivies par des femmes soit 67 heures en moyenne par participante et 1451 heures suivies par des hommes, soit 68 heures en moyenne par participant.

L'Agence a souhaité d'un point de vue stratégique et opérationnel développer le management en mode projet. L'ensemble des effectifs de l'établissement a été associé à la réflexion afin d'aboutir à une solution efficace et partagée. Grâce à l'intervention financière d'AGEFOS PME, un diagnostic stratégique et ressources humaines a été mis en œuvre afin d'accompagner les changements organisationnels de l'Etablissement

L'organisme de formation AFFLOKAT, prestataire retenu par AGEFOS-PME a encadré et guidé les réflexions (20 journées d'accompagnement) qui ont abouti aux modalités de mise en œuvre opérationnelle des orientations stratégiques de l'Agence et notamment celles contenues dans la nouvelle feuille de route de l'Agence « 2018-2021 ». A cet effet, dix groupes de travail transversaux ont été constitués selon les items suivant :

- Transition numérique,
- Transition écologique,
- Cluster tourisme d'affaires,
- Cluster tourisme sport nature,
- Cluster tourisme culturel,
- Cluster tourisme bien-être,
- Communication interne,
- Communication (e-magazine et social média),
- Optimisation maillage institutionnel ATC/OTSI,
- Comportement vertueux écoresponsable au sein de l'ATC.

Les groupes de travail ainsi constitués de cinq à quinze agents ont été animés ou coanimés par trois hommes et sept femmes. En termes de bilan : quarante agents sur quarante-trois présents ont manifesté de l'intérêt pour au moins un groupe projet, soit un taux d'adhésion à la démarche de l'ordre de 93 %.

## TITRE 3 : ACTIVITES DU CENTRE DE RESSOURCES

Le centre de ressources a vocation à produire et diffuser de l'information et de la donnée pour les besoins propres des services internes de l'établissement comme pour ceux des acteurs du tourisme. Cette fonction comprend l'observation du tourisme, les systèmes d'information et la gestion des outils techniques avec en particulier la maintenance et l'animation du site web de l'établissement.

### 3-1 Observatoire

L'année 2018 a été consacrée à poursuivre les travaux récurrents de diffusion d'information à la demande et d'analyse de la fréquentation des hébergements marchands pour lesquels l'établissement est en convention avec l'INSEE, conventions que suit le service. Elles portent sur les enquêtes de fréquentation auprès des hébergements marchands (hôtellerie, campings, autres hébergements de tourisme collectifs), et la réalisation d'un bilan annuel du tourisme. L'ensemble des productions est en ligne sur le site pro internet de l'établissement.

Le travail de l'observatoire a consisté à produire les premières exploitations des résultats de l'enquête au frontière 2017 fournis en données brutes, préparation des cahiers du tourisme,

En 2018 une enquête de conjoncture a été menée en régie interne sur la perception de la saison touristique (enquête en ligne auprès de 975 hébergeurs) sur fichier ATC.

L'observatoire a réalisé par ailleurs un travail sur la taxe de séjour : évaluation du recouvrement et des potentialités sur tout le territoire, préfigurant les questions de transfert de la taxe additionnelle de séjour à la Collectivité de Corse avec affectation à l'Agence du tourisme.

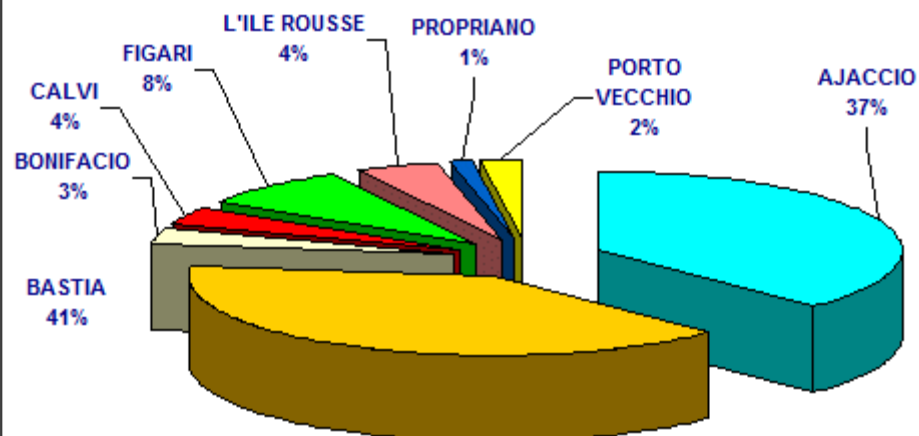
Il a rendu compte régulièrement des travaux et a en particulier présenté les grandes lignes des résultats de l'enquête aux frontières en commission d'Observation le 18 juin 2018

Au-delà des tâches courantes et en particulier du suivi des flux de transport selon les données de l'observatoire des transports de la DGE (ci-après), l'observatoire a participé également, pour sa part, à l'élaboration du SRD2I et au CCTP relatif à l'acquisition d'un nouveau système d'information touristique.

Quelques données transports recueillis sur l'année 2018 :

PASSAGERS EN 2018 ENTREES + SORTIES	MARITIME		AERIEN	TOTAL
	LIGNES REGULIERES	CROISIERES	LIGNES REGULIERES & CHARTER	
AJACCIO	988 652	838 098	1 673 196	3 499 946
BASTIA	2 169 215	19 404	1 524 921	3 713 540
BONIFACIO	274 177	23 530	---	297 707
CALVI	0	37 940	335 155	373 095
FIGARI	---	---	756 048	756 048
L'ILE ROUSSE	405 297	5 508	---	410 805
PROPRIANO	65 471	40 241	---	105 712
PORTO VECCHIO	194 158	12 480	---	206 638
<b>TOTAL</b>	<b>4 096 970</b>	<b>977 201</b>	<b>4 289 320</b>	<b>9 363 491</b>
Evolution Annuelle	<b>-1,1%</b>	<b>5,5%</b>	<b>6,5%</b>	<b>2,9%</b>

**VENTILATION DES TRAFICS PASSAGERS EN 2018**



### 3-2 Outils d'information et de diffusion

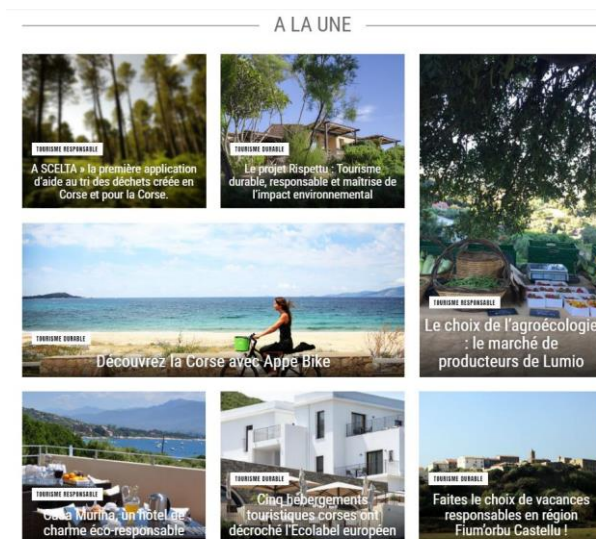


Le service information régionale de l'Agence dans ses activités courantes gère et anime l'ensemble des systèmes et outils dédiés et assure la gestion et la mise à jour de la base de données d'information touristique régionale, la coordination des sites web de l'Agence du Tourisme et la réponse aux e-demandes d'information touristique.

En 2018 la mission animation numérique du centre de ressources de l'Agence a concentré son effort sur le développement et l'optimisation des outils numériques de l'Agence (sites internet, médiathèque) et la production, et diffusion des contenus éditoriaux et iconographiques.







Ainsi, l'équipe animation numérique a travaillé plusieurs mois afin de proposer une version entièrement revue et repensée d'un nouveau site. Plus orienté magazine : nouvelle ligne éditoriale, nouvelle maquette, rubriques étoffées, reportages sur le terrain, vidéos immersives, la parole a été donnée à des passionnés et une plus grande simplicité de navigation.

Les travaux réalisés et actions menées ont permis de créer un web magazine mis en ligne en octobre 2018 épousant la politique touristique tout en mettant en avant des expériences vécues comme autant de promesses et proposant des idées séjours et bons plans avec chaque semaine de l'année de nouvelles offres avec tarifs sur le site web refondu.



En 2018 est venue s'ajouter une nouvelle rubrique dédiée spécifiquement au « développement durable » où sont mis en avant les acteurs du tourisme insulaire qui se sont engagés à diminuer leur empreinte sur l'environnement et à proposer des expériences écotouristiques.

VIVEZ UNE EXPÉRIENCE ÉCO RESPONSABLE!

 <p><b>Coup de coeur</b></p> <p>Visite du site de Terrenzana à Tallone, en Corse Orientale</p> <p>Par ANTOINE le 15/01/2019</p> <p>Observer la nature, le patrimoine culturel ainsi que les cultures marines et terrestres ...</p>	 <p><b>Coup de coeur</b></p> <p>Résidence Santa Giulia Palace à Porto Vecchio</p> <p>Par JOHANNA le 07/11/2018</p> <p>Limiter l'impact environnemental pour un tourisme responsable. ...</p>	 <p><b>Expérience</b></p> <p>Promenez-vous à vélo à travers le vignoble de Patrimoniu</p> <p>Par JOHANNA le 16/01/2019</p> <p>Une sortie insolite en vélo électrique à la découverte des paysages du Nebbiu ...</p>
 <p><b>Expérience</b></p> <p>Parc Galea à Tagliu Isulacciu : un écrin de verdure ... mais pas que !</p> <p>Par JOHANNA le 12/07/2018</p> <p>Accompagnez-moi en Costa Verde pour une visite sensorielle au cœur d'un parc culturel unique, entre connaissance de la Corse et découverte du bout du ...</p>	 <p><b>Expérience</b></p> <p>A Cheda : Atelier découverte des huiles essentielles de Corse</p> <p>Par JOHANNA le 12/07/2018</p> <p>Un voyage olfactif et sensoriel dans le maquis corse ...</p>	 <p><b>Expérience</b></p> <p>« U trinichellu » l'autre façon de découvrir la Corse ... en train !</p> <p>Par JOHANNA le 12/07/2018</p> <p>Participez à un voyage pas comme les autres à travers la Corse profonde ...</p>

Statistiques de fréquentation du site web de l'Agence :

424 094 utilisateurs,  
25 780 nouveaux utilisateurs,  
524 121 sessions,  
1,24 sessions par utilisateur,  
1 690 230 pages vues,  
00 :02 :27 de durée moyenne des sessions,  
57,84% de taux de rebond.

### 3-3 Base de données et Classement

#### 3-3-1 : Classement des hébergements

L’instruction des dossiers de classement des établissements professionnels de tourisme est assurée par les services de l’Agence pour le compte de la Collectivité de Corse, les arrêtés de classement étant visés, en Corse par le Président du Conseil Exécutif. Les classements étant prononcés pour 5 ans, les flux de dossiers sont continus. En 2018, **156** dossiers ont été traités par les services soit 18% de l’offre globale.

Répartition des hébergements classés en 2018 par type

<b>Total 'Hébergements collectifs classés en 2018</b>	<b>156</b>	
<b>Campings</b>	<b>39</b>	<b>25%</b>
<b>Hôtels</b>	<b>87</b>	<b>56%</b>
<b>Résidences de Tourisme</b>	<b>22</b>	<b>14%</b>
<b>Villages de Vacances</b>	<b>6</b>	<b>4%</b>
<b>Parcs Résidentiels de Loisirs</b>	<b>2</b>	<b>1%</b>

L’Agence instruit également les dossiers de **meublés de tourisme** dont on observe chaque année l’augmentation des demandes de classement. En 2018, **690** dossiers ont été traités dont 400 avaient fait l’objet d’une visite et d’un rapport d’inspection des Offices de Tourisme qui en ont la compétence (4 actuellement : Porto-Vecchio, Costa Verde, Sartenais-Valinco et Calvi-Balagne) et 290 avaient été inspectés par des organismes privés dont les Gîtes de France.

### **3-3-3 : Classement des communes touristiques**

L'instruction des dossiers de classement en stations et communes touristiques relève également d'une charge dévolue à l'Agence du tourisme.

Les communes de Bunifaziu et de Pruprà ont été classées le 26/10/18 après présentation de son dossier devant le CODERST et le Conseil des sites de Corse puis après l'avis de l'enquête publique prévue à cet effet, en dénomination de « station de tourisme ».

Ce sont les deux premières communes touristiques en Corse qui ont bénéficié en 2018 de la dénomination de « station de tourisme » selon les nouveaux textes en vigueur.

Toujours en cette année 2018, la Communauté de Communes de Calvi-Balagne a sollicité son classement en groupement de communes touristiques, dossier à l'instruction.

### **3-3-4 : Labellisation tourisme et Handicap**

En 2018, 28 dossiers de demande de classement « Tourisme et Handicap » ont été identifiés à la suite de la procédure déconcentrée de l'attribution de la marque d'état Tourisme et Handicaps applicable au 01 janvier 2016.

La DIRRECTE est désormais l'interlocuteur officiel de la marque d'Etat « Tourisme et Handicap » en Corse et compte sur les services de l'Agence pour instruire ces dossiers après les visites sur site obligatoire puis les lui transmettre pour attribution du label. Alors que le tourisme est un domaine de compétence totalement transféré en Corse, il est curieux que la labellisation « Tourisme et Handicap » relève du domaine régalién. Les dossiers sont restés pendants en 2018 dans l'attente d'une solution de clarification sur les modes opératoires, la demande de transfert auprès de la CdC ayant été formulée

## TITRE 4 - MISSION DEVELOPPEMENT-AMENAGEMENT

Les missions du service couvrent à la fois l’instruction des dossiers de demande de soutien dans le cadre du règlement des aides au tourisme de la Collectivité de Corse, l’instruction des dossiers relevant de la mesure FEDER gérée par l’établissement et la participation aux programmes INTERREG-MED. La mission est complétée par la participation à un grand nombre de comités de pilotage et de suivi de projets pour lesquels le tourisme est concerné en tant que mission transversale.

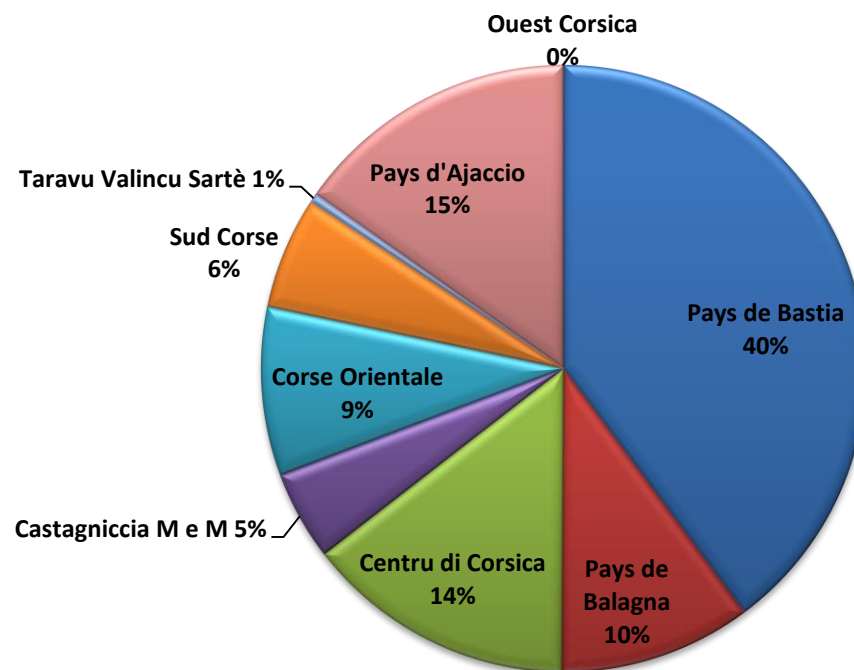
### 4-1 Individualisation des aides de la CdC

En matière d’individualisation des aides allouées relevant du règlement des aides de l’Agence du Tourisme de la Corse pour la période « 2016-2020 » un montant de **1.693 151.93 €** a été individualisé lors de trois bureaux au titre de l’exercice 2018.

Pour l’exercice 2018 la moyenne d’aide allouée par dossier a été de **36 808 €**.

Mesures du guide	Bureau 26 06.2018	Bureau 15 10.2018	Bureau 11.12.2018	Nombre de dossiers	Totaux
1Sites structurants	/	300 000	240 468	3	<b>540 468</b>
1Soutien aux Offices de	30 000	65 000	45 000	11	<b>140 000</b>
2Hébergement rural	294 163	142 671	181 428	11	<b>618 262</b>
3Patrimoine/Culture	13 440	/	9 200	2	<b>22 640</b>
3Patrimoine naturel	/	/		/	/
3Productions locales	40.335,88	15.415,55	8 480	6	<b>64.231,43</b>
3Affaires	14 000	/		1	<b>14 000</b>
3APN	13 500	48 120		3	<b>61 620</b>
3 Nautique	/	/		/	/
3Bien-être	35 217	/		1	<b>35 217</b>
4Etudes	147 035	35.619,50		7	<b>182.654,50</b>
4Emploi/Formation	/	/		/	/
4 Innovation/Numérique	/	/	14 059	1	<b>14 059</b>
<b>Nombre de dossiers</b>	21	13	12	46	
<b>Totaux</b>	<b>587.690,88 €</b>	<b>606 826,05 €</b>	<b>498.635 €</b>	<b>46</b>	<b>1.693 151,93 €</b>

La ventilation par territoire des opérations soutenues en 2018 qui pour 53% concernait des projets publics et 47% des projets privés se décline ainsi :



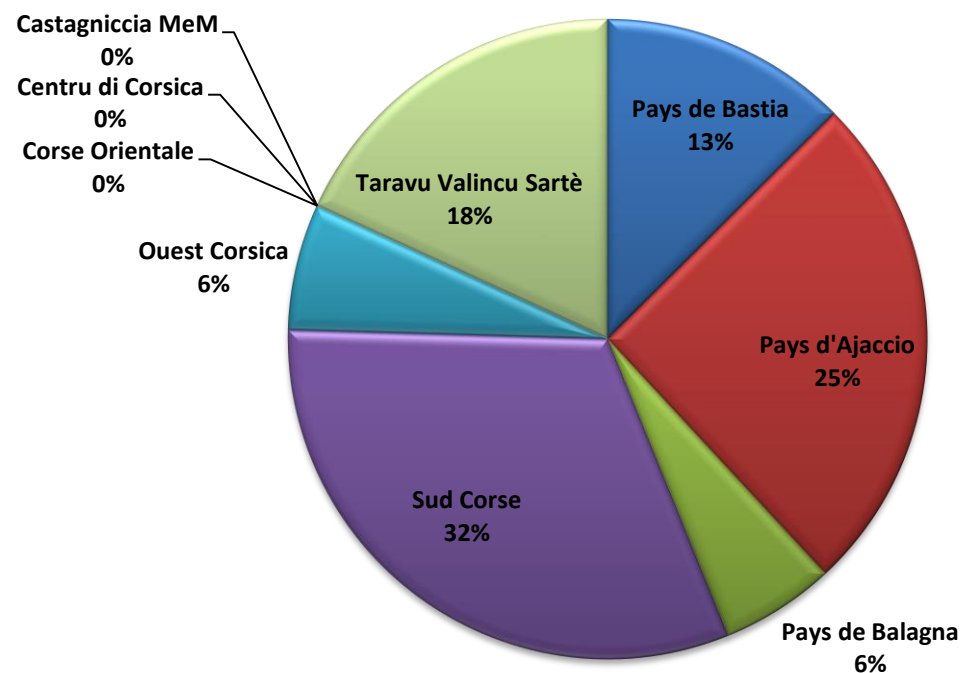
Les individualisations sur l'exercice 2018 sont sensiblement identiques à l'exercice 2017. Le volume moyen par dossier est supérieur.

79% des individualisations se concentrent sur trois mesures, 21% sur huit mesures, trois mesures n'ont pas été utilisées. Pour la mesure la plus utilisée « Hébergement rural », onze dossiers ont été aidés dont cinq hôtels en milieu rural.

#### 4-2 Dispositif avances remboursables

Avec le support d'un outil financier, la CADEC, l'Agence a poursuivi l'alimentation d'un dispositif d'avances remboursables, forme de prêt à taux zéro avec un différé d'amortissement de deux ans avant remboursement annuel, avances mobilisables avec un prêt pour les investissements hôteliers.

Pour l'exercice 2018 un montant de **3.132.000 €** a été affecté au titre du dispositif des avances remboursables pour un montant de 23.614.704 € d'investissement projeté. Soit un total de 18 dossiers d'opérations qui ont fait l'objet chacun d'une avance remboursable moyenne de **174.000 €**



L'avance remboursable engendre un effet de levier sur les investissements. Sur l'exercice 2018, si le nombre de dossier est équivalent à celui de 2017 pour un montant d'aide sensiblement identique, les investissements engendrés ont été plus élevés de **+48%** :

Avances remboursables : évolution 2017-2018

	Nombre de comités	Nombre de dossiers	Montant d'AR attribué	Moyenne Par dossier	Montant d'investissements
<b>2017</b>	11	18	2.878.000	159.889	<b>15.947.678 €</b>
<b>2018</b>	11	18	3.132.000	174.000	<b>23.614 704 €</b>

#### 4-3 Mention soutien direct aux offices de tourisme et à la FROTSI

Le réseau des offices de tourisme constitue pour l'Agence l'indispensable articulation avec les territoires et la diversité de l'offre touristique qui les compose. Le règlement des aides au tourisme 2016-2020 adopté le 29 juillet 2016 ont permis aux OTSI de Corse de bénéficier en 2018 d'une aide au fonctionnement. Après individualisation des crédits affectés aux OTSI, sur l'ensemble de la période, un montant de **164 888 €** a été engagé. Cela correspond à 13 dossiers instruits auxquels il faut ajouter le programme d'actions annuelles mis en place par la FROTSI soutenu par l'Agence pour un montant de **24 888 €**. En 2018, au niveau du classement des Offices de Tourisme, 28 structures ont été classées selon l'arrêté du 12 novembre 2010 qui en fixe les critères.

#### 4-4 : Programmes européens de coopération en 2018



En 2018, l'Agence du Tourisme de la Corse a été partenaire au titre des programmes suivants :

« **Vivimed** », programme européen consacré aux solutions innovantes en matière de tourisme durable sur l'espace rural dont le montant total est de **1.380.931 €**, le budget de l'ATC étant de **111.718 €** pour 2016-2019. Ce programme associe également les territoires de la Corse orientale et de la Balagne. Trente et un acteurs y ont été mobilisés et quatre « living labs » y ont été animés. Au titre de ce programme de coopération cinq produits touristiques ont été élaborés, à savoir : un produit écotouristique proposant des ateliers-stages, un forum des activités, un produit « Strada musicale 2.0 », un réseau d'ambassadeurs du territoire et enfin un produit chasse au trésor éco-responsable.




« **Intense** », programme européen consacré à un itinéraire transnational cyclo touristique. Ce programme fait appel à plusieurs partenaires, l'office de tourisme de l'Île-Rousse, la commune d'Ajaccio, la Communauté d'Agglomération de Bastia. Le produit qui a été conçu a permis d'avoir créé un itinéraire cyclo touristique allant de Bastia à Bonifacio en passant par la côte Ouest. Le budget total s'élève à **141 000 €** sur 3 ans et est financé à hauteur de **85%** par des fonds Feder soit un montant de **119 850 €** gérés par l'ATC.

« **Gritacess** », programme européen intégré au titre du dispositif Interreg Marittimo dont le chef de file est la Collectivité de Corse. Ce programme qui concerne le Grand Itinéraire Tyrrhénien Accessible a comme objectifs le développement de réseaux transfrontaliers de sites naturels et culturels et la gestion intégrée du patrimoine. Son budget global s'élève à **6 704 176 €**, le budget géré par l'ATC étant de **237 500 €**. Concernant les actions à proprement parler de l'Agence, celles-ci ont porté sur des aspects de communication et promotion, plan de promotion digitale et offline, d'applications numériques et d'événementiels.

#### 4-5 Instruction au titre du Feder

En 2018 l'Agence du Tourisme de la Corse a poursuivi son travail de Service Instructeur de la PIO6c qui concerne la : « Conservation, protection, promotion et développement du patrimoine naturel et culturel » dont l'objectif consiste à : « augmenter la fréquentation des sites touristiques régionaux par des actions de valorisation du patrimoine naturel et culturel corse ». Changement attendu : Une augmentation des retombées touristiques grâce à la diversification de son activité vers le tourisme durable et l'allongement de sa saisonnalité.



	Maquette de la mesure		Programmé			Total certifié validé par le SI		
	Montant	Répartition	Montant	Répartition	Taux Prog/Ma	Montant	Taux / Prog	Taux / Ma
Montant Total	10.000.000 €	100%	<b>17.181.835 €</b>	100%	172%	7.095.888 €	41%	71%
Feder	6.000.000 €	60 %	<b>7.185.619 €</b>	42%	120%	4.257.533 €	59%	71%
Public (DPN)	0 €	0 %	9.976.272 €	58%				
Privé	4.000.000 €	40 %	19.944 €	0,1%				

Sur le PIO6c, en cumul à fin 2018, 25 dossiers d'opérations ont été instruits et programmés par le service instructeur pour un montant de FEDER supérieur de 20% à la maquette initiale. Ce qui représente un montant de crédits Feder de 7 185 619, 44 € pour un coût total de 17 181 834,66 €.

## Titre 5 Mission promotion touristique

### 5.1 - Stratégie et communication

Le plan d'actions Promotion 2018 de l'Etablissement visait essentiellement à atteindre quatre objectifs majeurs :

- Consolider l'image d'une destination durable sur tous les marchés à travers une communication adaptée et une diffusion multicanale,
- Développer la fréquentation sur les ailes de saison tout en maintenant les parts de marché en été,
- Rechercher une clientèle consommatrice de produits touristiques proposés sur l'ensemble de la Corse afin de mieux répartir les flux touristiques sur l'ensemble du territoire régional,
- Augmenter les retombées financières en renforçant la présence de l'Agence sur les marchés étrangers.

Ainsi les axes de travail privilégiés ont été les suivants :

- Capitaliser sur la ligne de communication développée dès 2017 avec la nouvelle marque destination « visit-corsica », une signature focalisée sur la plateforme web visit-corsica.com et un nouveau système d'accroche « Faire le tour du monde / S'arrêter ici » traduit dans toutes les langues des marchés où l'Agence est présente,
- Renforcer l'harmonisation de la ligne de communication de l'Agence sur tous les supports de communication on line & off line,
- Développer les déclinaisons contribuant à renforcer les courts séjours, la dessaisonalisation et la dépense sur le territoire régional (communication thématique tourisme d'affaires, campagnes courts séjours printemps, communication automne...),
- Cibler les clientèles consommatrices des produits touristiques des filières privilégiées en particulier les filières affaires, bien être et art de vivre, activités de pleine nature, tourisme patrimonial et culturel.

Le pôle promotion a concentré ses actions vers les marchés étrangers prioritaires en fonction du développement des connexions aériennes depuis ces pays (Allemagne, Suisse, Belgique, Grande Bretagne). Il a maintenu la pression sur les marchés français et italien qui génèrent la majorité des flux touristiques de l'île et engagé des actions sur des marchés plus émergents à dépense touristique unitaire élevée : Autriche, Pays Bas, Scandinavie,

Dans les modes opératoires le propos a consisté à stimuler sur les marchés étranger les partenariats avec les opérateurs Tour-Opérateurs et transporteurs pour pouvoir à côté de la promotion de la destination proposer des contenus d'offres en mutualisant les efforts et investissements.

La recherche de partenariats en co-branding avec des marques (en outdoor par exemple) en affinité avec la destination afin de démultiplier les contacts et donc la visibilité de la destination Corse était un objectif,

Enfin, une des priorités consistait à réadapter l'écosystème digital et la stratégie « social média » en particulier à travers l'animation permanente des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube et LinkedIn) en véhiculant en « B to C » des contenus en phase avec l'image souhaitée de l'île. Dans cet écosystème a été inclut en « B to B » le développement d'une stratégie de « E-learning » destinée aux intermédiaires en particulier les agents de voyages.

Aussi, afin de soutenir l'ensemble des actions projetées et permettre une présence étalée dans le temps, le budget 2018 a été fortement renforcé, passant de 1 550 000 € en 2017 à 1 878 767 € auquel se sont ajoutés en cours d'année 320 467 € supplémentaires soit 2,2 millions d'euros.

- Renforcement des actions de communication digitale sur tous les marchés

Une refonte de la stratégie éditoriale destination a été réalisée valorisant les 4 filières retenues dans la stratégie : affaires, bien être et art de vivre, activités de pleine nature, tourisme patrimonial et culturel.

Après l'élaboration de la nouvelle identité visuelle, la stratégie de communication s'est étendue à l'éditorial au travers des réseaux sociaux :



Cette stratégie qui se veut qualitative et communautaire a eu comme effet de créer une synergie des contenus de l'ensemble de l'écosystème web « visit-corsica ».

Son déploiement s'est appuyé sur la promotion de la diversité et la richesse du patrimoine corse, tant naturel que culturel, artistique, culinaire et économique au travers aussi bien des événements que des expériences à vivre ou revivre en Corse.

Après avoir harmonisé le nom « visit-corsica » sur l'ensemble des profils, le travail qui a débuté en juillet 2017 a été centré dans une première phase sur le profil Facebook. Il s'est ensuite poursuivi en 2018 avec une augmentation qualitative et quantitative des « posts » sur Instagram et un redéploiement du compte twitter à travers un nouvel angle éditorial et le lancement du compte LinkedIn.

La baisse de la dynamique lors du changement éditorial a très vite laissé place à un recrutement et à l'adhésion spontanée de nouveaux followers et de likes sur l'ensemble des supports grâce notamment à la mise en avant d'événements de la vie locale, le relais d'expériences du site « visit-corsica » et de contenus à forte visibilité proposés par des pages bénéficiant d'une grande notoriété. Ceci est aussi le résultat d'une planification de contenus cohérents et réguliers formulés de manière interactive favorisant l'engagement des fans. Les vidéos, les Lives, les « posts » contextuels, la diversité des contenus, des actions de sponsoring et jeux concours ont permis ainsi de recruter massivement et de fidéliser des fans qui ont adhéré spontanément à une communauté vivante et dynamique.



En 2018, les retombées de l'animation quotidienne des réseaux sociaux peuvent se mesurer comme suit :

### **Facebook**

Profil de la communauté : 60% de femmes / 45-54 ans.

Abonnés : 81 291 (+ 2 000).

Fans : 85 038 (+ 2 000).

Publications : 5 posts par semaine.

### **Instagram**

Profil de la communauté : 25-34 ans et 35-44 ans.

Abonnés : 11 000 (+ 3000).

Publications : 5 posts par semaine.

### **Twitter**

Profil de la communauté : 60% de femmes / 45-54 ans.

Abonnés : 4 465.

Publications : 5 tweets par semaine.

- **Mise en place d'une démarche « Ambassadeurs/contributeurs »**

En 2018 afin de renforcer la production de contenus sur les réseaux sociaux, et après une veille des stratégies de nos concurrents, une action dans le domaine du marketing d'influence a été initiée.

Après une veille sur la toile des « influenceurs/instagrameurs » ou blogueurs corses produisant des contenus de qualité dans les thématiques identifiées, 15 profils d'influenceurs susceptibles de s'inscrire dans une démarche partenariale de promotion de la destination ont été identifiés. Ils ont ainsi contribué à la production de contenu pour les différents supports de communication de l'Agence.

Enfin, divers outils destinés à couvrir les besoins en matière de promotion ont été développés en interne : e-brochure tourisme d'affaires, déclinaison papier en Anglais, e-dossier de presse, vidéos thématiques....

## **5.2- Actions spécifiques sur les marchés**

### **5-2-1 Italie**

Première clientèle étrangère pour la Corse, environ 210 000 italiens se rendent en Corse chaque année, soit près de 30% de la clientèle étrangère. Il s'agit essentiellement d'une clientèle d'été mais une tendance marquée à l'étalement se dessine puisque les Italiens continuent actuellement la seconde clientèle étrangère avant et après la pleine saison après les Allemands. La destination recherche essentiellement sur ce marché une clientèle pleine nature (cyclotourisme en particulier), plongée, mais aussi attirée par la culture et le patrimoine de l'île. Les motards sont aussi ciblés pour leur intérêt en termes de dessaisonnalisation et niveau de dépense sur le territoire régional.

Initié en 2017, le partenariat avec les producteurs de l'émission de télé-réalité « Donnavventura » s'est concrétisé par l'accueil de l'équipe du 8 au 21 mai. Cette action a été co-financée à parts égales par l'Agence et Atout France dans le cadre du plan de relance de la destination à l'international (Convention Atout France/ATC). Une équipe de jeunes femmes sélectionnées sont devenues photo et vidéo reporters pendant 2 semaines parcourant la Corse pour différents médias sur les thèmes aventures éco touristiques et respect de l'environnement. La visibilité sera assurée essentiellement de janvier à avril 2019 en TV Mediaset et Rete 4 (4 millions de téléspectateurs par semaine pendant 4 mois et 5 millions en reprise à l'automne de septembre à décembre), Mediaset Italia à l'étranger, TGCOMM24 Viaggi, les réseaux sociaux (communauté Facebook de 225 000 fans), le site donnavventura.com, touringclub.it, radio RTL et RMS, Mediaset on demand, la presse (Touring, National Geographic on line) et un partenariat avec l'Association Italienne du Tourisme Responsable qui se fait le relais des bonnes pratiques.

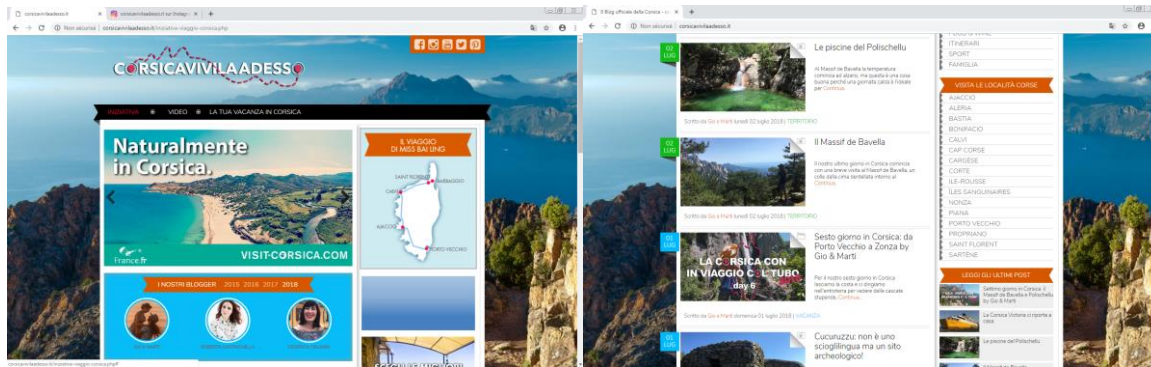
Une campagne TV a été mise en place soit 94 spots publicitaires sur RETE 4, la 5 et ITALIA 1 en juin et juillet 2018, soit 86 Spots de 15 secondes - 8 Spots de 10 secondes réalisés par l'équipe Donnavventura. 1 859 280 téléspectateurs ont été touchés en 2018.

Le programme Donnavventura – Summer Beach 2018 a débuté sur Rete 4, Mediaset le 10 juin 2018 et a touché plus de 4 millions de contacts.

Au total l'impact TV de cette campagne représente 18 millions de contacts et l'impact réseaux sociaux 265 000.

L'animation du blog « coriscavivilaadesso » (113 000 visiteurs) et médias sociaux (plus de 49 000 fans sur Facebook) s'est poursuivie à travers la production de 5 blogueurs de renom qui ont parcouru la Corse pour relater leurs expériences dans les domaines retenus par l'ATC sur ce marché. Relais de leurs productions sur leurs propres blogs (223 000 fans au total), ouverture aux expériences de touristes italiens venus en Corse (photos,

vidéos, commentaires, animation des réseaux sociaux) et modération par un community manager Italien pour le compte de l'ATC ont marqué l'évolution du blog cette année.



Un affichage grand format « Naturalmente in Corsica » sur 2 tramways à Milan a été lancé en centre-ville en mai et juin 2018 avec la participation de la Corsica Ferries touchant plus d'un million de contacts.



Sept publi-rédactionnels et achats d'espace ont été réalisés sur le site travelglobe.it, le magazine Travel Globe et sa newsletter hebdomadaire (40 000 contacts), 7 posts sur leur page Facebook (communauté de 54 000 voyageurs) entre Décembre 2017 et Juin 2018.

Cette action a été renforcée par un achat d'espace réalisé dans le magazine « Rendez-vous en France » diffusé en 100 000 exemplaires soit 4 pages de rédactionnel sur le thème culture.

Une formation agents de voyages (module Corsica expert) sur le site France Expert a réuni 101 agents inscrits et 35 participants effectifs. Cette formation certifiée a ainsi permis une meilleure connaissance des atouts de la destination à faire valoir auprès des clientèles.

L'ATC a en outre participé au salon professionnel TTG Rimini, seul rendez-vous B2B dans le monde du tourisme en Italie du 10 au 12 octobre 2018. Attirant plus de 70 000 visiteurs, cette opération a permis de renouveler les liens avec les TO et agents de voyages et prendre le pouls de l'évolution de la demande italienne. Plus de 100 agents de voyage sont venus sur le stand de la Corse pour s'inscrire à la formation en ligne « Diventa un esperto della Corsica ». Il est à noter que 45 agents se sont montrés très intéressés pour programmer la destination et 10 TO en recherche de nouveaux établissements ont été renseignés. L'Agence a publié une flyer d'informations « Naturalmente in Corsica » afin de sensibiliser les professionnels à l'ensemble des actions entreprises sur ce marché.

Par ailleurs une série d'actions on line a été lancée en fin d'année 2018 pour stimuler les réservations début 2019 : une présence rédactionnelle de 6 articles (soit 24 pages et 10 visuels) et publicitaire sur le site [latitudeslife.com](http://latitudeslife.com) (45 000 contacts) et sur le réseau éditorial de leurs partenaires, Canal Viaggi de [viaggi.liberoquotidiano.it](http://viaggi.liberoquotidiano.it) et Canal Viaggi Il Corriere dell'Umbria de [viaggi.corrieredellumbria.it](http://viaggi.corrieredellumbria.it). Sports nature, bien être, art de vivre, culture et patrimoine furent les thématiques abordées.

Ces contenus ont été relayés sur la newsletter hebdomadaire de [latitudeslife](http://latitudeslife.com) (45 000 contacts) et diffusion sur Facebook (26 000 fans).

En ce qui concerne la presse très active en Italie, l'Agence a participé à une tournée médiatique de Milan à Bologne et Rome du 24 au 26 janvier 2018. 174 journalistes étaient présents.

Une conférence de presse a été organisée à Milan au mois de mai. L'objectif était de présenter les nouvelles évolutions des campagnes menées par la destination.

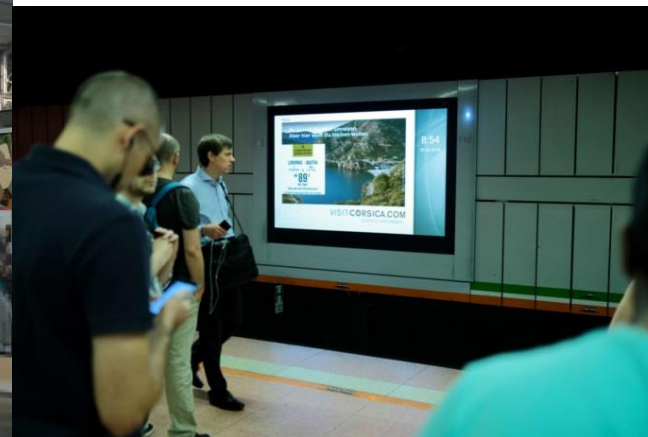
Enfin ont été accueillis en 2018 en Corse les médias suivants : In Viaggio, Bella Europa, Travel Magazine, Travel Express, PagTour, Torino Mag. De plus 2 éductours ont été organisés avec la CCI de Haute Corse, La Corsica Ferries (16 TO et blogueurs journalistes) et Moby Lines (15 TO et AGV).

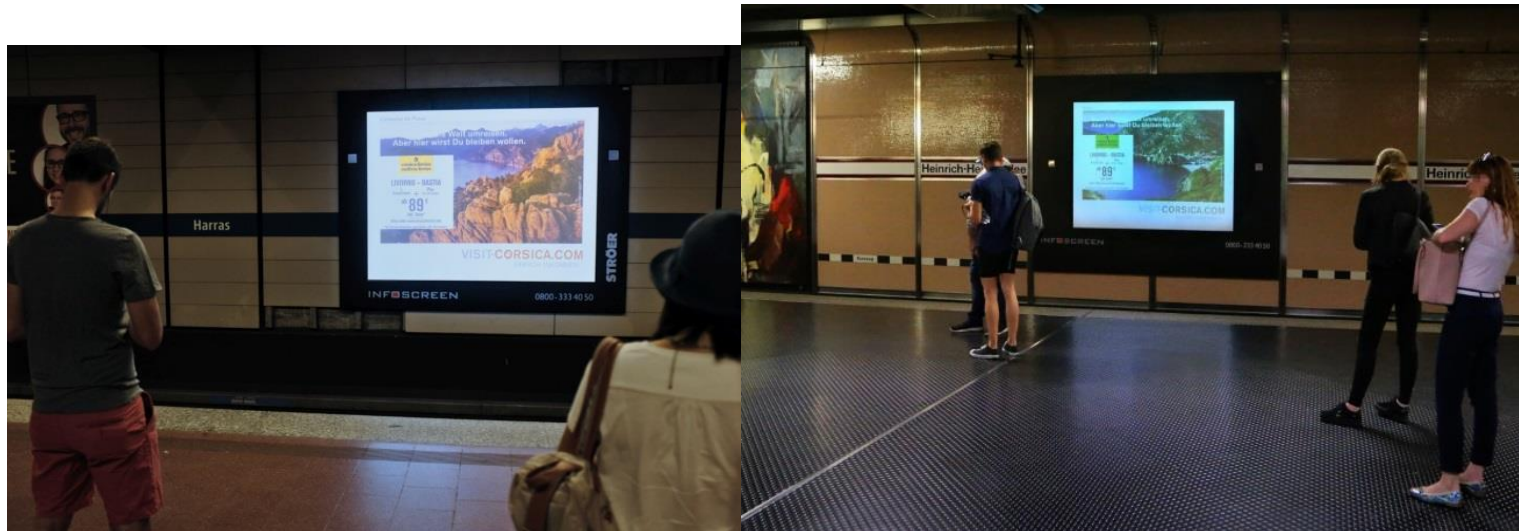


### 5-2-2 Allemagne

Représentant 1/4 des touristes étrangers et bénéficiant d'une période de voyages s'échelonnant d'avril à octobre, l'Allemagne est le second marché étranger émetteur vers la Corse et le premier marché en termes de fréquentation de clientèle étrangère hors pleine saison. Outre la nécessité de continuer à renforcer l'image générale de la destination, ce sont principalement les consommateurs de produits pleine nature, culture et patrimoine ainsi que les clientèles de niches seniors et motards que l'Agence a ciblé en 2018 sur ce marché.

Une campagne d'affichage digitale a été lancée sur les bassins de Francfort, Munich, Stuttgart, Cologne et Düsseldorf avec une première vague en janvier et février en soutien à l'avant saison et une seconde vague en juin et juillet en soutien à l'automne. Les partenariats développés avec les TO et transporteurs ont permis de renforcer le budget de la campagne à hauteur de 25%.





Après le partenariat mis en place avec la marque outdoor « Schoeffel » en 2016, l'Agence a accueilli au printemps 2018 la marque « Vaude » pour le shooting de la collection 2019 en Corse. Cet accord a permis à la destination d'être visible en photos et vidéos sur les salons d'activités de nature auxquels participe Vaude, soit « Outdoor » et « Euro bike », ainsi que sur leur site internet, les réseaux sociaux, leurs catalogues et en affichage dans les 15 magasins de la marque,

Une tournée médiatique entre Munich, Cologne, Hambourg et Berlin en février a permis par ailleurs à la destination de rencontrer les principaux acteurs de la presse régionale et nationale et préparer de futurs accueils. 4 médias majeurs ont été ainsi reçus à l'automne (« Welt am Sonntag », « Die Neue Frau », « Sächsische Zeitung », « Auto é Reise ») à la découverte de la culture et du patrimoine de l'île.

### 5-2-3. Suisse

Troisième marché étranger sur la Corse et générant la dépense touristique moyenne la plus élevée des marchés de l'Agence, la clientèle Suisse se déplace de mai à octobre avec une préférence au printemps et à l'automne. Le taux d'intermédiation étant globalement peu élevé (10%). Ainsi pour la destination Il s'agit presque exclusivement d'une clientèle qui organise son séjour elle-même.

En 2018, les campagnes mises en place par la destination se sont déroulées en trois phases : un volet printemps, un volet automne et un volet hiver en préparation du début de saison 2019.

Une première vague d'affichage a été lancée à Zurich, capitale économique de la Suisse, avec un méga poster rétro de 30m2 en gare de Zurich de fin février à fin mars 2018 ciblant près de 12 millions de contacts Zurichoïses vivant en banlieue résidentielle. Bâle au mois de mars et Genève en mars et avril 2018 ont bénéficié d'habillages complets de trams circulants en centre-ville aux couleurs de la destination.



Le volet automne s'est concentré sur une campagne digitale d'achats d'espaces en particulier sur les réseaux sociaux avec renvoi vers les offres de transports sur le site du tourisme Corse. Les thématiques retenues étaient les activités de pleine nature, le bien-être et le balnéaire. La « Corsica Ferries » et la « Corsica linea » ont participé à la campagne destination.

Une dernière vague d'affichage et d'actions sur le net au mois de décembre 2018 se sont concentrée sur Zurich et Genève. Ainsi les 2 villes ont bénéficié d'une quarantaine de faces. La campagne on line déclinée en photos et vidéos aux formats desktop et mobile ont ciblé les couples, familles et seniors CSP+/-.

En outre l'Agence a initié une étude de positionnement afin d'identifier des leviers d'intervention les plus pertinents pour la destination et ses acteurs. Il s'agit de vérifier la notoriété de la destination et les facteurs d'attraction à mettre en avant, les messages à porter, les zones géographiques à prioriser, définir les segments nouveaux de nature à optimiser la fréquentation de l'île en pleine saison et proposer les couples produits /marché par typologie et gamme d'hébergement et par niche thématique (sport nature, culture, bien-être, tourisme d'affaires). Ce travail permettra de définir les modes opératoires permettant d'optimiser la commercialisation des séjours. Les livrables de cette étude sont prévus pour avril 2019.

### 5-2-4. Belgique

Quatrième marché pour la Corse en volume, la Belgique génère 70 000 pax par an sur l'île principalement au printemps et en été mais avec un potentiel de développement important sur d'autres périodes. En effet, les Belges partent en vacances toute l'année et sont parmi les clientèles européennes dont la durée de séjour touristique est la plus longue (11 jours).

En matière de communication, la destination a mis en place en 2018 une campagne d'affichage en français et néerlandais sur des trams à Bruxelles (75 affiches de 4m2) et 50 panneaux lumineux de 2m2 à Anvers, dès février et jusqu'à la mi-mars, dans le prolongement du salon des Vacances de Bruxelles. Cette opération s'est réalisée en coopération avec les transporteurs maritimes et aériens (« Corsica Ferries », « Corsica Travel », « Air Corsica », « Corsica Linea ») qui ont apporté une contribution de 40% du total investi.







En 2018 la présence de la Corse sur le salon des Vacances de Bruxelles du 1 au 4 février s’est concrétisée par un espace de 110 m2. 12 partenaires corse étaient présents pour renseigner les 105 000 visiteurs cette année.

La destination a aussi sélectionné le salon thématique spécialisé randonnée et vélo « Fiets en Wandelbeurs » à Gand du 9 au 11 février 2018. Un livret thématique répertoriant des offres de séjours actifs en Corse a permis ainsi de relayer des informations commerciales complétées par celles distribuées par les TO et transporteurs partenaires présents.

Au niveau des professionnels, l’Agence s’est présentée sur le workshop « Travel » le 13 septembre 2018, manifestation B2B dédiée aux autocaristes, associations professionnelles et réseaux alternatifs. « Air Corsica » et « Corsica Incoming » ont suivi l’Agence sur cette opération.

7 médias ont été accueillis en Corse par l’ATC (Sud presse, Telepro, Temps de vivre, Belgapress, Motoren en Toeisme, De Zondag) pour traiter essentiellement de sujets art de vivre et culture.

Conjointement un accueil groupé de 9 journalistes a été mis en place avec « Corsica linea » et la CCI de Haute Corse sur le thème culture et gastronomie.



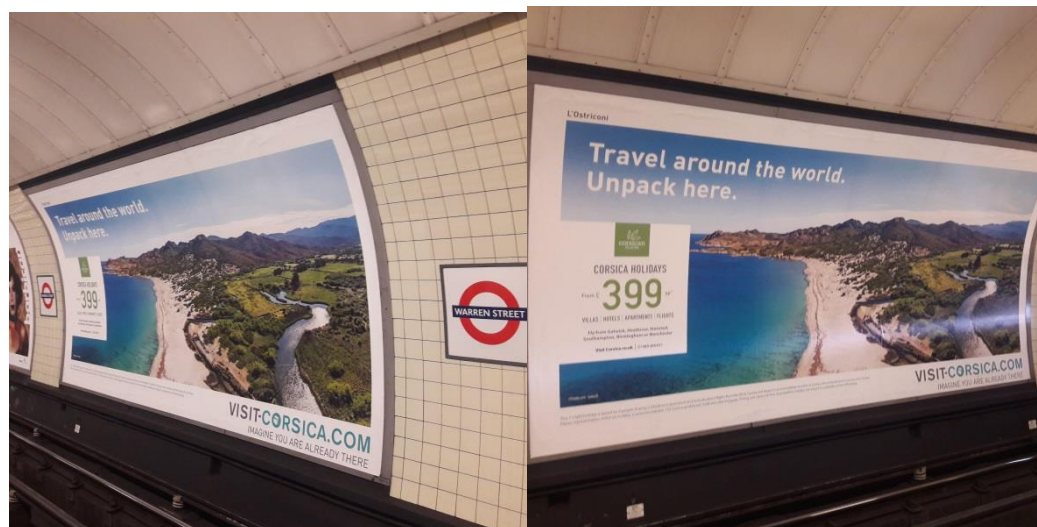
#### 5-2-4. Grande Bretagne

Si le Royaume-Uni représentait le 6<sup>ème</sup> marché étranger pour la Corse en 2017, le très fort renforcement des lignes aériennes en 2018, (près de 140% de sièges supplémentaires) a amené la destination à fortement investir sur ce marché. L'année 2018 a été marquée par l'ouverture par Air Corsica de la ligne Londres Stanstead vers Ajaccio, Bastia et Figari soit près de 62 000 sièges aller-retour, « Easyjet » et les TO tels que « Corsica Places » et « Mark Warner » ayant eux-mêmes renforcé leur programmation.

L'étude du « potentiel du marché britannique pour la Corse, hors période estivale », menée en partenariat avec Atout France dans le cadre du plan de relance de la destination à l'international (Convention Atout France/ATC) a montré notamment la nécessité de renforcer l'image de la Corse sur ce marché.

Après le lancement de la ligne Londres Corse le 31 janvier à Londres, opération conjointe Air Corsica/ATC, la destination a mise en place dès février 2018 une campagne « on line » de notoriété et de promotion des ventes sur le site « Secret Escapes » qui a répertorié les offres particulièrement attractives des hôtels de catégorie supérieure et les packages vols/hôtels. Air Corsica et Atout France ont largement contribué à cette opération de promotion ciblant 14 millions de membres CSP+ au Royaume Uni et 34 millions en Europe.

Une campagne d'affichage métro au centre de Londres a été mise en place au mois de mars mettant en avant les visuels destination et offres partenaires sur 46 surfaces en grand format. Air Corsica et le TO Corsica Places ont cofinancé cette action.





Cette campagne a été relancée par un affichage lumineux de grand format, de mai à fin juillet 2018 dans le hub central de la Station de métro Holborn. La campagne a été prolongée gratuitement jusqu'à la fin septembre.

Simultanément une série de 4 publirédactionnels parus en 2018 ou à paraître début 2019 ont été édités en 2018 dans le quotidien « City A.M », tiré à 90 000 exemplaires et lu par 1,3 million d'internautes abonnés quotidiennement.

Les activités de pleine nature étant un thème porteur pour la destination sur ce marché, une action dédiée a été mise en place avec la société Human Race, organisatrice d'évènements sportifs internationaux. Le partenariat consistait à toucher un public jeune, sportif et sensible aux voyages au travers d'actions exclusivement digitales : « posts » Instagram, Twitter & Facebook (10 vagues de 3 « posts »), emailings de contenus de séjours sur le site « Human Race » et liens vers des articles sur la thématique en ligne sur [visit-corsica.com](http://visit-corsica.com) et [France.fr](http://France.fr).



Afin de sensibiliser le réceptif à son fonctionnement, une journée d'information dédiée au marché britannique a été organisée. Il s'agissait d'une opération de sensibilisation sur l'offre régionale lancée le 9 avril 2018.

Environ 80 professionnels, privés et institutionnels corses ou britanniques étaient présents. Cette journée a été l'occasion de présenter officiellement l'étude d'attractivité de la destination avant mise en ligne sur le site Corsica-pro.com.

Deux éductours réunissant au total 12 opérateurs britanniques ont été organisés en juin 2018 en cofinancement avec Air Corsica et avec un partenariat d'hôteliers.

Une série d'accueils de presse ont été réalisés en mai lors du vol inaugural d'Air Corsica et conjointement avec Just Corsica, British Airways et Corsica Places (Silver Travel Advisor, The Travel Supermarket, Love Exploring, Daily Star, The Sun, Woman magazine, Eastern Daily Press, Eastern Anglian, Daily Star, The Sun, Chose Magazine, Metro, Travel Weekly, Lonely Planet, Discover Magazine, Food and Travel, Lavida...).

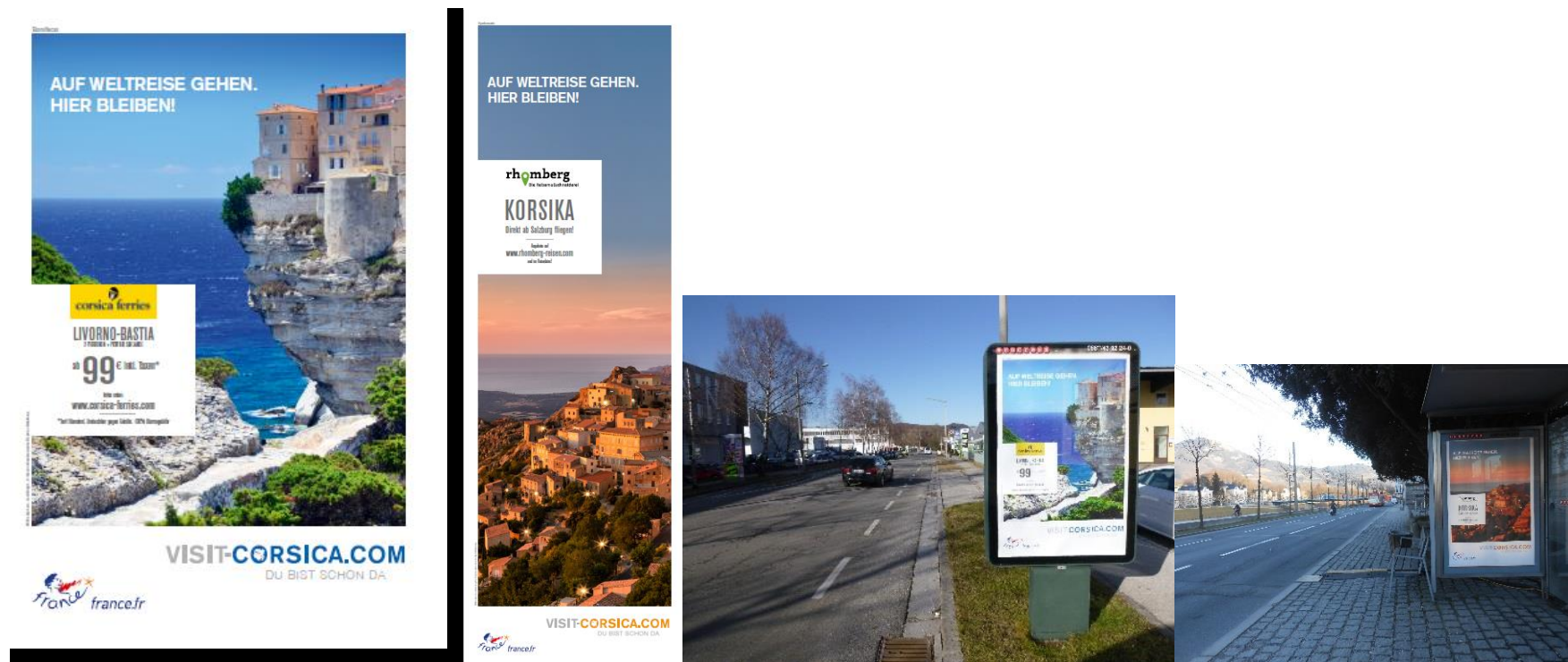
#### **5-2-6. Autriche**

La Corse mène depuis plus de 10 ans des actions de promotion en continu sur ce marché dont la clientèle en constante progression avec l'appoint d'Europe centrale, représente environ 41 000 pax par an.

Les premières campagnes partenariales avec le TO « Rhomberg » et la « Corsica Ferries » ont débuté mi-janvier 2018 à Vienne en affichage digital de spots de 10 secondes sur 813 écrans sur les quais des stations de métro et dans les transports en commun (tramways, bus et navettes aéroports), à Salzbourg et banlieue limitrophe Gewista en affichage print sur 85 « citylights ».

Une seconde vague a été lancée dans les gares, trains, stations de métro et centre-ville à Vienne, en basse Autriche et dans le Burgenland à partir de la mi-mars pour un mois en affichage digital soit 28 écrans à Vienne, 31 en Basse Autriche et 11 dans le Burgenland.

Ce dispositif a été complété par des actions sur le web, en particulier, pendant deux mois, la promotion exclusive de la Corse et des offres de séjours sur le blog de voyage URLAUBSGURU, blog le plus populaire en Autriche auprès d'un public Millenials et DINKS voyageant 2 à 3 fois par an. En 2018 ce blog a reçu plus de 430 000 visites par mois et a bénéficié de 500 000 fans sur Facebook et 90 000 abonnés sur sa newsletter. « Rhomberg » et « Corsica Ferries » se sont joints à cette action.

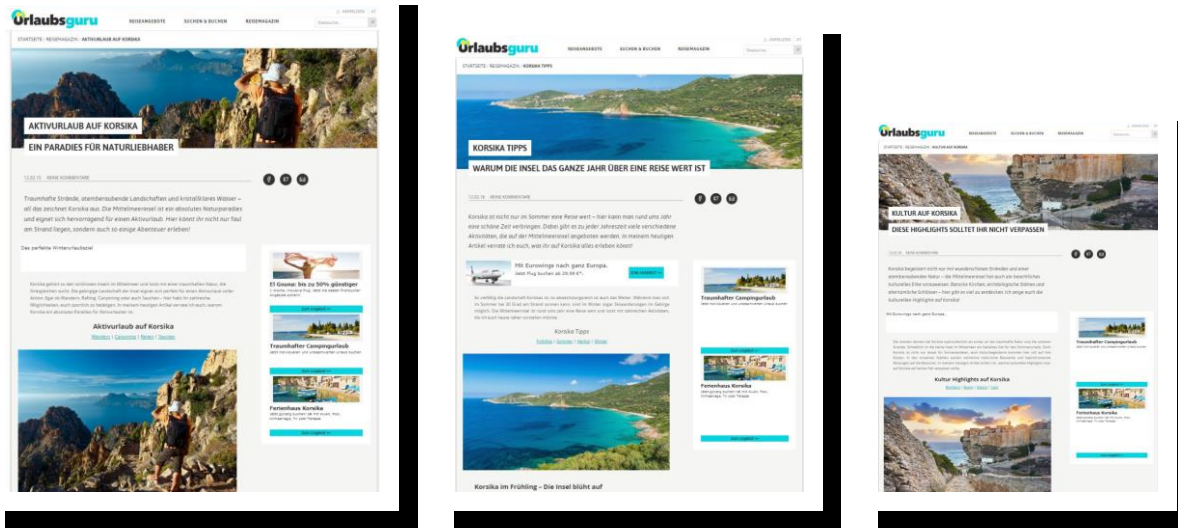


Une e-newsletter dédiée à la Corse avec renvoi vers le site « visit-corsica.com » a été envoyée en avril 2018 à 11 618 abonnés avec un taux d'ouverture de 30%.

D'un point de vue opérationnel, l'Agence s'est rendue sur le workshop « French RDV » à Vienne du 16 au 20 mai 2018 à la rencontre de 180 TO autrichien et d'Europe centrale.

La fin du second semestre a bénéficié d'une campagne « multicanal » en partenariat TO et transporteurs en amont des réservations du début de l'année 2019. Cette action était composée de spots digitaux dans 505 trams, 451 bus, 22 stations de métro et 60 trains aéroports à Vienne en

Novembre et décembre. S'est ajouté un affichage sur 99 écrans dans les gares et centre de Vienne ainsi qu'à l'est de l'Autriche (Basse Autriche et Burgenland) et l'ouest (Salzbourg, Tyrol, Vorarlberg) pendant la même période. De plus une campagne display a été développée sur une série de sites de médias en vue et des achats d'espaces sur Facebook en novembre et décembre.



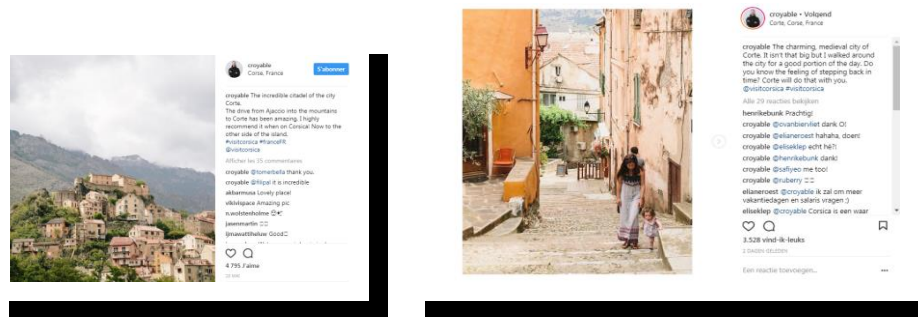
## 5-2-7 Pays Bas

Avec une dépense touristique se situant dans la tranche supérieure des marchés européens émetteurs et une population très consommatrice de sports nature, les Pays Bas génèrent environ 37 500 touristes par an en Corse.

Ainsi la destination s'est projetée sur le salon spécialisé activités de pleine nature FIETS EN WANDELBEURS à Utrecht du 2 au 4 mars, accompagnée des transporteurs Corsica Ferries et Air Corsica avec des « tirés à part » répertoriant un panel d'offres proposées par le réceptif pleine nature.

En complément et pour la seconde année consécutive, la Corse a accueilli en 2018 un influenceur de renom Eelco Roos - @Croyable – animateurs de 2 blogs : droomplekken.nl (en néerlandais) avec 95 000 visiteurs par mois CSP+, 45 000 abonnés et suivi par près de 100 000 fans sur Facebook ainsi que amazing places.com (en anglais) avec 30 000 visiteurs par mois CSC+, et suivi par 169 000 fans sur Facebook.

Ainsi, les activités de pleine nature, bien être, ressourcement et culture ont été choisies d'être mises en avant en 2018.



Enfin, pour soutenir l'image, une campagne de notoriété destination a été menée en avril 2018 sur le réseau des gares périurbaines du « Randstad », les principales villes néerlandaises telles que La Haye, Rotterdam, Amsterdam, Utrecht soit 115 stations et 147 panneaux de 2m<sup>2</sup> rétro éclairés.



## 5-2-8 Scandinavie

Malgré son potentiel de clientèle partant en vacances toute l'année, danois, suédois et norvégiens sont totalement tributaires des lignes aériennes en nombre réduit desservant la Corse. Cette année, deux TO, « Langley Travel » et « Ruby Reiser » et une seule compagnie ont dominé le marché : le transporteur « Norwegian » a mis en place des vols vers la Corse à partir d'Oslo, Copenhague, Göteborg et Stockholm. Ainsi la fréquentation annuelle s'établit à près de 26 000 pax.

La présence de la Corse s'est manifestée en 2018 à travers une campagne mix média en partenariat avec les TO et le transporteur : Affichage digital maxi (19 x10m) en gare d'Oslo sous forme de spots de 10 secondes en avril et mai et 240 écrans dans 16 trains en circulation vers l'aéroport Flytoget. S'est ajoutée une campagne produits social média en partenariat avec « Langley Travel » en avril sur « no.france.fr. » et la page Facebook « France.fr. » Au Danemark, le partenariat avec Fitness DK initiée en 2017 s'est prolongé et a été renforcé avec un nouveau partenaire, Speider Sport (chaîne de magasins de sports danois). Il s'est agi de la promotion d'une vidéo sports nature et bien être destination pour un jeu concours pendant 4 semaine à partir de la mi-mai 2018. La campagne a atteint 501 472 clients Fitness DK et Speider Sport off line (3 centres de fitness et 19 magasins) et on line (sites partenaires, réseaux sociaux, magazines, newsletters). Le jeu concours a attiré près de 4000 personnes dont une a gagné un séjour fitness/bien être en Corse.



Korsika - tag på landevejscykling i...

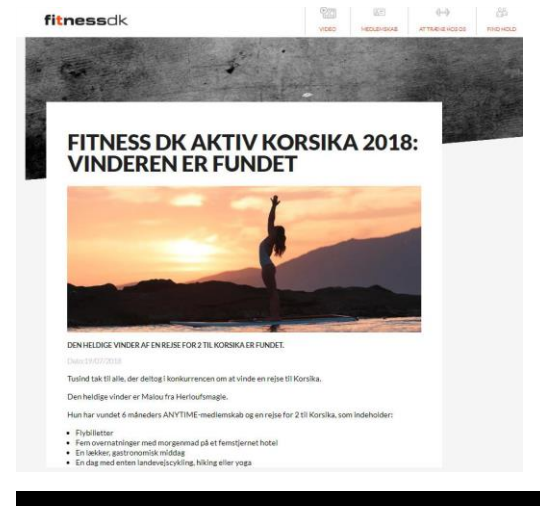
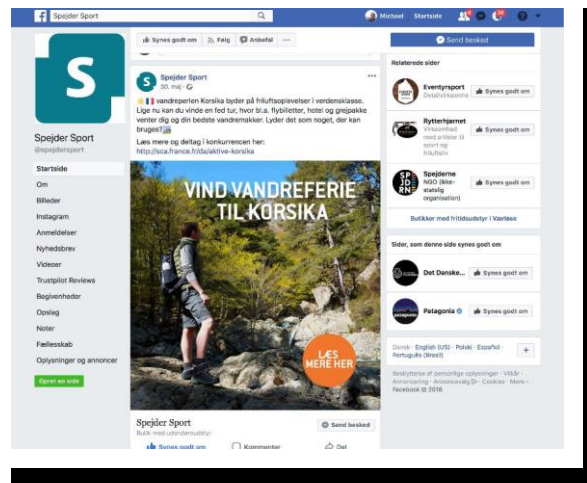


⋮ Korsika - Hiking i den vilde natur



Korsika - dyrk yoga ud til det azurblå hav





D'autre part, l'Agence a édité un livret activités de pleine nature et offres commerciales pour une diffusion sur les journées spécialisées « Activ Ferie » organisées par Atout France à Copenhague en avril.

En termes d'accueils de presse, un des principaux quotidiens d'information suédois Aftonbladet, a été accueilli pour une découverte des activités de pleine nature en Corse

### 5-2-9. France

Le marché français représentait encore plus de 70% de la clientèle en 2018. Il est générateur de la majorité des courts séjours hors été et constitue la grande majorité des flux d'étalement dans le temps par les lignes maritimes et aériennes qui desservent la Corse toute l'année tous les jours.

La Corse s'est de nouveau projetée sur un nombre très limité de salons grand public thématiques pour préférer mettre l'accent sur une forte présence sur le net et les réseaux sociaux plus particulièrement.

Dans le domaine des activités de pleine nature, La destination s'est présentée avec 11 exposants sur le salon « Destination Nature » sur un espace de 70m2 qui, couplé avec le Salon Mondial du Tourisme, a attiré 67 000 visiteurs du 15 au 18 mars. Cette opération qui remporte toujours un grand

succès en Ile de France promeut essentiellement la randonnée à pied, le trail, le trek, la randonnée à vélo, le matériel et l'équipement, les activités « outdoor » en général mais aussi le tourisme durable.

Dans le domaine du Nautisme, le salon Nautic de Paris dont la présence a été organisée conjointement avec l'ADEC a attiré 207 000 visiteurs et réuni sur un stand de 107m2, 12 exposants Corse dont les loueurs de bateaux sur un espace identifié « Louer en Corse ». Outre l'information générale nautisme donnée par l'ATC et les ports de Corse, certains loueurs réalisent jusqu'à 40% de leur chiffre d'affaire sur cette opération, en nette progression de 125% cette année par rapport à l'année précédente.



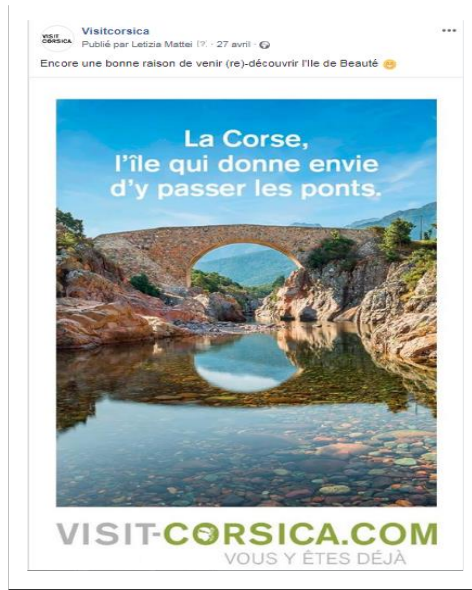
En 2018 l'Agence a été aussi présente à l'aéroport de Strasbourg les 27 et 28 avril sur une opération organisée par les autorités aéroportuaires pour informer un public de voyageurs sur les destinations desservies au départ de cet aéroport.

En ce qui concerne la cible professionnelle, la destination s'est présentée sur un stand de 70 m2 avec 13 exposants sur Top Resa du 25 au 28 septembre. Le premier salon des professionnels du tourisme français qui a attiré 32 000 visiteurs professionnels a été l'occasion de rencontrer tous les acteurs du tourisme de loisirs, d'affaires, événementiels et groupes tels que transporteurs, agents de voyages, TO, agences réceptives, loueurs de voitures, hébergeurs, centrales de réservation, réseaux d'agences affaires, acteurs technologiques...



En matière de communication, l'ATC s'est fortement investie dans l'animation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) en particulier francophones, à travers la création et insertion de vidéos, de « lives », « posts » contextuels, jeux concours plusieurs fois par semaine. Pour exemple, un post Facebook St Valentin a été publié le 5 février sur le thème "Une bonne raison d'aller fêter la St Valentin en Corse" le 14 février. Le participant ayant récolté le nombre de « likes » le plus élevé gagnait 2 billets pour se rendre en Corse offerts par Air Corsica.





Du 19 mars au 16 avril 2018 a été lancée une campagne radio sur RTL (première radio de France avec près de 6,5 millions d'auditeurs) soit 5 spots de 30 secondes, au total 69 messages de 30' évoquant les activités proposées en Corse pour un court séjour au printemps dans chaque microrégion.

Enfin, des achats d'espaces ont été réalisés en décembre en PQR CNEWS, quotidien d'informations gratuit avec 1 803 000 lecteurs et 885 765 exemplaires distribués, à Bordeaux, Lyon et en Ile de France. De plus, une insertion et un publipédagogique ont été négociés sur VéloMag, avec un focus sur le vélo en Balagne.

Une série d'accueils conjoints a été mis en place avec les transporteurs maritimes « Corsica Linea » (8 blogueurs du 18 au 20 mai), Moby Line (10 journalistes généralistes du 10 au 11 juin), Corsica Ferries (120 responsables CE de la région PACA et Rhône Alpes du Les 4 et 5 avril et 30 responsables CE les 13 et 14 octobre).

En matière de presse, l'ATC a participé à une nouvelle édition du workshop « Destination Régions » à Paris le 15 novembre 2018 à la rencontre de la presse parisienne.

En outre, les supports suivants ont été accueillis et pilotés sur le territoire : Motos-motards, Les animaux C8 (TV), TF1, Cyclo, VTopo, Le Team Lapierre (on line), Poudre d'Escampette (VTT), Teck magazine, VTT Mag, Giant, Modes et travaux, Femme actuelle, Vivre Bordeaux, Radio Latina, Le Monde, Libération, Guitarist magazine, Thalassa, Jazz Mag, Rustica, Actu Coté Toulouse...)

### **5-2-9 Tourisme d'affaires**

La promotion de la destination Corse en tourisme d'affaires répond au souhait d'étalement d'activité dans le temps dont le segment est naturellement porteur. Le propos est d'installer, y compris sur ce type d'offre, l'image d'une destination de tourisme responsable et ainsi marquer clairement notre différence sur un secteur éminemment concurrentiel.

Avec un positionnement d'île verte en Méditerranée et de destination préservée, les actions se sont concentrées en 2018 sur les 2 marchés sur lesquels la Corse a déjà une image solide et les liaisons aériennes suffisamment développées tout au long de l'année pour répondre aux exigences de la demande : La France et la Belgique.

Un certain nombre d'outils ont été mis en 2018 à la disposition des membres du cluster affaires soit :

- Un espace dédié sur le site professionnel de l'ATC avec login et mot de passe spécifique aux membres du Cluster afin d'avoir accès à une base d'informations dédiées à la veille Tourisme d'affaires (compte rendu de Cluster, compte rendu d'opérations, contacts suite opérations, agenda, articles concernant la Corse Destination Affaires dans la rubrique concernant « La Presse Pro en parle »),
- Un kit de communication sur clé USB reprenant les visuels de communication de l'ATC (génériques et Affaires),
- Le logo « Business Destination » validé par les membres du cluster,
- Un nouveau visuel Affaires et une nouvelle accroche bilingue : « FAIRE LE TOUR DU MONDE ET SE REUNIR ICI » et « TRAVEL AROUND THE WORLD, MEET UP HERE ».
- Le logo Visit-Corsica.com /Business Destination, fédérant tous les membres du Cluster Affaires sous la bannière "Business Destination".



En 2018, de nombreuses rencontres ont été organisées avec la presse spécialisée et ont permis de préciser le positionnement de la destination sur le segment Affaires. Ainsi des reportages ont été réalisés dans Voyages et Stratégie, qui dans son numéro de décembre 2017, consacrait la Corse parmi le top 10 des destinations MICE incontournables en 2018, Business Events, Meet & Travel Mag en février 2018, Evènements et Conventions et TendancesNomad en Mars, Voyages d’Affaires en avril 2018, Meet & Travel Mag en juillet, Business Events en Septembre, Evènements & Conventions et TendancesNomad en novembre 2018.

La presse locale s’est également fait l’écho des actions entreprises (Corse Net Infos, Corse Matin, Alta Fréquenceza, Le petit Bastiais).

Sur la France, la Corse a participé au workshop Partance le 13 mars 2018 à la rencontre des agences Mice parisiennes. Organisé sous forme de networking lors d’une réception de 17h/22h, ce format s’est révélé un bon moyen de favoriser les échanges, en un temps relativement court, ciblant les agences organisatrices de rencontres professionnelles.

Le Convention Bureau de l’ATC a pu ainsi informer sur la diversité de l’offre du Tourisme d’Affaires en Corse en matière de structures d’hébergements, réceptifs spécialisés sur le secteur, et proposer des suggestions de programmes *incentives*. Les demandes portaient sur les micro-régions, les lieux à faire découvrir, les hôtels dédiés à ce type de clientèle, la capacité des hébergements dès lors que les groupes dépassent 100 pax,

les nouveautés (circuits, tours organisés, nouveaux établissements). Des demandes se sont exprimées également sur de petits groupes VIP, et du produit haut de gamme.

Sur le même format, le workshop « Atelier des Vendanges » à l'attention d'une cible *Corporate* le 27 septembre à Paris, a permis de rencontrer plus de 20 agences à la recherche de lieux pour organiser leurs évènements professionnels, de taille moyenne soit des groupes de 80 à 200 pax.

Le retour fichier avec le contact mail de l'organisateur a permis de bénéficier des coordonnées de 44 agences.

Le Convention Bureau et 5 acteurs insulaires se sont rendus sur l'évènement « La Corse en capitale à Paris » au théâtre des Folies Bergère le 31 mars 2018. Etaient aussi présents plus de 40 exposants sur 1000 m2 pour présenter la richesse et la diversité de l'île en termes de culture, tourisme, gastronomie, start-up, économie et entreprises.

Sur la Belgique, le workshop/ Speed dating BBT online le 25 juin 2018 à Anvers a permis la mise en relation de la cible MICE belges avec des destinations touristiques françaises et Belges. C'était une première édition pour le Convention Bureau avec une bonne fréquentation du corner Corse et rencontre avec des agences flamandes majoritairement. Les professionnels de la région Bruxelloise ont montré de l'intérêt pour les vols directs au départ de Charleroi vers les aéroports de l'île.

La clientèle flamande s'est montrée très intéressée par l'organisation de groupe *incentive* de taille moyenne. Il s'agit de prescripteurs avec un pouvoir d'achat très confortable, prisant des hébergements 4\* de très bon niveau avec toutes les commodités et services répondant à ce type de clientèle exigeante et demandant pour la plupart les services DMC garant de la bonne organisation de l'évènement et du choix des prestataires à valeur ajoutée.

La destination a aussi programmé 2 opérations multi marchés d'un intérêt majeur pour la filière tourisme d'affaires, l'IMEX à Francfort et le IBTM à Barcelone. L'Agence participe par ailleurs tous les 2 ans à l'Imex à Francfort qui s'est tenu cette année du 15 au 17 Mai 2018. Cette manifestation a une vocation internationale notamment grâce au programme des *Hosted Buyers* sélectionnés par l'IMEX sur des critères bien définis.

Ces *Buyers* sont responsables de l'organisation d'évènementiels et de lancement de produits, de conférences, d'*incentives*, des négociations pour l'achat de contingents dans les hôtels destinés à une clientèle « affaires ». Beaucoup d'*Hosted Buyers* rencontrés avaient déjà connaissance de la notoriété de la destination en matière de balnéaire et d'environnement.

Ils se sont montrés intéressés par la recherche de solutions meetings, d'établissements avec salles de séminaires, de lieux atypiques pour l'organisation de soirées, d'*incentives* et activités phares de la destination bonnes tables et chefs étoilés, circuits et tours culturels, nouveautés hôtelières.

Le IBTM World du 27 au 29 novembre 2018 a quant à lui réuni près de 7 800 visiteurs professionnels et 4 200 *Hosted Buyers* rendant ce salon incontournable pour le secteur. Cette opération s'adresse à l'industrie touristique des affaires et rassemble les spécialistes des rencontres professionnelles.

Elle est l'occasion d'affirmer le positionnement sur ce secteur des meetings et des *incentives* en présentant l'offre diversifiée de la destination à des acheteurs européens et internationaux. Le système de rencontre s'effectue sur la base de rendez-vous préprogrammés auprès de fichier qualifié sur site Intranet des organisateurs. Enfin, dans le cadre du soutien à la filière Tourisme d'Affaires (Guide des Aides au Tourisme) l'ATC a instruit le dossier du 86<sup>ème</sup> Congrès National des Entrepreneurs des Territoires qui s'est tenu du 31 mai au 2 juin 2018 et effectuée un repérage pour un Congrès Médical SIFEM (Société Française de l'Imagerie Médicale de la Femme) avec le Palais des Congrès d'Ajaccio, qui se tiendra en 2020.



**SE RÉUNIR**

**UNE DESTINATION À LA MESURE DE VOS AMBITIONS**

**SÉMINAIRES & CONGRÈS** : Conférences de haut niveau pour vos entreprises et vos clients. Des lieux uniques pour vos événements professionnels.

**RESTAURATION** : Des chefs étoilés et des établissements prestigieux pour vos soirées professionnelles.

**ACTIVITÉS** : Des circuits culturels et des expériences uniques pour vos équipes.

**ÉCOTOURISME** : Des séjours éco-responsables pour vos clients et vos collaborateurs.

**ÉVENEMENTS** : Des lieux uniques pour vos événements professionnels.

**BIENVENUE EN CORSE**

450 professionnels du tourisme

4 destinations internationales

1 000 professionnels du monde

**5** événements culturels et 5 jours d'activités

**2h** d'attente des entreprises étrangères participantes

Plus de 100 événements professionnels et culturels sont organisés sur l'île de Corse.

Plus de 100 professionnels du monde sont réunis sur l'île de Corse.

Plus de 100 entreprises internationales participent à l'événement.

## Titre 6 - Budget Finances

En matière de comptabilité, l'Agence du Tourisme de la Corse est régie par la comptabilité publique M57. A ce titre en 2018 ont été émis **1460 mandats** et **346 titres de recettes**

En trésorerie au 31 décembre 2018 le solde créditeur de l'Agence du Tourisme de la Corse s'est élevé à **1.990 949.18 €**.

Le compte administratif 2018 se présente ainsi :

	Fonctionnement		Investissement		Totaux	
	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent	Dépenses ou déficit	Recettes ou excédent
<b>Résultat reporté</b>		521.509,83€		770.423,20€		1.291.933,03€
<b>Opérations réelles de l'exercice</b>	7.370.528,60€	7.834.011,57€	2.538.590,74€	2.574.259,30€	9.909 119,34€	10.408.270,87€
<b>Opérations d'ordre de l'exercice</b>	1.545.532,12€	1.545.532,12€	1.545.532,12€	1.545.532,12€	3 091 064,24€	3.091.064,24€
<b>TOTAUX</b>	8.916.060,72€	9.901.053,52€	4.084.122,86€	4.890.214,62€	13 000 183,58€	14.791.268,14€
<b>Résultat de clôture</b>		<b>984.992,80 €</b>		<b>806.091,76€</b>		<b>1.791.884,56€</b>

Le détail par section se présente ainsi :

**Section investissement**

Exercice 2018	Crédits Ouverts	Crédits réalisés	Taux de réalisation
Subventions versées aux communes	1.114.205,20€	471.418,87€	46.20 %
Subventions versées aux structures intercommunales	10.000,00€	7.560,00€	0.75 %
Subventions versées aux organismes publics divers	150.000,00€	69.555,07€	6.80 %
Subventions versées aux personnes de droit privé	1.250.000,00€	472.289,41€	46.25 %
Dispositif « Avances remboursables »	1 500.000,00€	1.500.000,00€	100.00 %
Immobilisations incorporelles (logiciels, licences, développement internet, ...)	68.000,00€	15.656,40€	23.00 %
Matériel informatique, petit mobilier...	65.000,00€	2.110,99€	3.30 %
<b>TOTAL</b>	<b>4.157 205,20 €</b>	<b>2.538.590,74 €</b>	

*Taux de réalisation global : 61 %.*

Le taux de réalisation assez faible s'explique par les difficultés rencontrées par les opérateurs privés ou publics pour faire aboutir leur projet. Ce qui est d'autant plus le cas pour les opérateurs publics qui ont l'obligation de recourir aux marchés publics (délais supplémentaires requis par les procédures).

**Section de fonctionnement**

Exercice 2018	Crédits Ouverts	Crédits réalisés	Taux de réalisation
Personnel	4.590.909,84€	4.279.740,69€	93 %
Administration Générale	850.000,00€	674.716,41€	79 %
Promotion et communication	2.590.843,70€	1.931.177,40€	75 %
Centre de Ressources (dont site web)	463.000,00€	196.067,73€	42 %
Développement	340.000,00€	288.826,37€	85 %
<b>TOTAL</b>	<b>8.834 .753,54€</b>	<b>7.370.528,60 €</b>	

*Taux de réalisation global : 83,5 %*

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

En 2018 quatre titres de recettes ont été émis par les services de l'Etablissement à l'encontre de bénéficiaires de subventions n'ayant pas respecté les conditions d'obtention des aides publiques au regard du règlement financier de l'Agence du Tourisme de la Corse.

La certification amène les services comptables à engager la mise en paiement et/ou liquidation de la subvention. En 2018 sur les soutiens délivrés au titre du règlement des aides au tourisme ont permis de solder 32 dossiers pour un montant total de 434 650.32 €. 32 dossiers ont bénéficié d'acomptes pour un total de 712 494.55 €.

Le tout représentant 64 dossiers d'opérations pour un total de fonds de 1 147 144.87 € alloués par la Collectivité de Corse via l'Agence du Tourisme de la Corse. Ce total concerne la répartition suivante : l'hôtellerie, les meublés de Tourisme, les Offices de Tourisme, les Communes, les Communautés de Communes, les Associations.

Aucun certificat de service fait n'a été émis pour des fonds Etat en 2018.

Au titre du programme FEDER et fonds transfrontaliers INTERREG, sur l'exercice trois Certificats de Service Fait (CSF) et Certificats de Paiement (CPP) relatifs à des soldes d'opérations et 21 CSF/CPP relatifs à des acomptes au titre du fond Feder ont été transmis à la Direction des Affaires Européennes de la Collectivité de Corse pour mandatement, et au Trésor public autorité de certification pour validation des dépenses traitées sur le logiciel de gestion et d'exploitation SYNERGIE.

Le tout a représenté un total de factures certifiées de l'ordre de 3 251 169.57 € et une somme totale de 1 389 170.85 € de fonds versés par la Collectivité de Corse.

Un certificat de solde relatif à des fonds transfrontaliers Interreg (projet INTENSE) et deux certificats d'acomptes ont été également effectués en 2018.

Enfin, deux audits effectués sous l'égide de la C.I.C.C (Commission Interministérielle de Coordination des Contrôles) ont été menés concernant un dossier d'opération du Conservatoire du Littoral de Corse portant sur le montant déclaré à la Commission Européenne et sur la réalisation des indicateurs correspondants. Aucune observation particulière n'a été signalée concernant le suivi et la conformité de ce dossier au regard de la réglementation en vigueur.



## Titre 7 – Communication institutionnelle

En mars 2018, la fonction « Communication institutionnelle » de l'agence a été relancée après plusieurs mois de mise en sommeil (suite départ d'un agent).

Cela a permis de faire valoir et diffuser les actions de l'ATC sur le territoire mais aussi de mettre en valeur les territoires et les acteurs eux-mêmes lorsqu'ils ont bénéficié du soutien de l'établissement ou qu'ils mènent des projets conjoints avec celui-ci.

A titre principal cette information a utilisé le compte institutionnel twitter de l'ATC @CORSICAPRO ainsi que sur le site internet institutionnel de l'ATC : CORSICAPRO. Ces deux outils relayent également des réunions, déplacements, et informations générales liées au tourisme ainsi que les différents messages d'alerte (météo, infos routes CDC).

Ainsi, ont été traités les sujets suivants sur la période considérée :

- la feuille de route du tourisme et la nouvelle politique de l'ATC,
- la conquête des nouveaux marchés étrangers (marché anglais),
- la consolidation des marchés historiques (le marché italien),
- la question de la sur-fréquentation des sites sensibles (Girolata Scandola),
- Le coup d'envoi des tournées de l'ATC sur le territoire (Ouest Corse, Corti),
- la première sensibilisation au camping-car sauvage (préparant la deuxième opération menée en 2019 : En Corse, seule la nature est sauvage pas le camping),
- les résultats de la grande enquête aux frontières ATC-INSEE menée en 2017,
- la filière tourisme d'affaires,
- le point presse ATC-CADEC prêt à taux zéro dans l'hôtellerie,
- le cap mis vers la transition numérique « Médiatisation Cannes Salon INTODAYS),
- des focus sur des projets financés sur les fonds européens : le renouveau des bains de Baracci et le développement de la filière bien être,
- l'essor du tourisme patrimonial et culturel.

Ces points ont constitué les principaux axes de communication institutionnelle pour l'année 2018 : l'objectif constituant à ce que la population insulaire et au-delà l'ensemble des opérateurs tourisme connaissent les actions phares portées par l'ATC et ce dans un souci de transparence mais aussi de pédagogie : faire comprendre toute l'utilité de l'ATC et de son rôle joué dans le premier secteur économique de l'île.

Au total, ce sont 71 opérations qui ont été menées (articles de presse, émissions radiophoniques, reportages télévisuels) hors *post* sur les réseaux sociaux.

### Tourisme, le bonheur est aussi dans le prêt

L'ATC et la Cadec mettent en avant l'avance remboursable, un dispositif de financement à taux zéro à destination des professionnels de l'hôtellerie qui a déjà permis de soutenir le tiers des projets de la profession

**U**n financement par avance remboursable, un dispositif de financement à taux zéro à destination des professionnels de l'hôtellerie qui a déjà permis de soutenir le tiers des projets de la profession



### A vélo de l'Italie à la Corse en passant par les Alpes-Maritimes

C'est le scénario privilégié pour la période 2017-2019 par le programme européen "Interreg", auquel l'agence de tourisme de la Corse s'est ralliée. L'intérêt est de positionner l'île en tant que destination cyclotouristique



### "Le domaine public n'est pas un terrain de camping"

L'Agence de tourisme de la Corse (ATC) a lancé, avec ses partenaires, une vaste campagne de sensibilisation. L'objectif : inciter les touristes épris d'innocence et de liberté à adopter des comportements vertueux dans l'île

**L**a Corse est un territoire exceptionnel. Elle offre une nature unique, une culture riche et un patrimoine remarquable. Mais elle est aussi un territoire fragile. Les ressources naturelles sont limitées et les impacts de l'activité humaine sont importants. C'est pourquoi l'ATC a lancé une campagne de sensibilisation pour inciter les touristes à adopter des comportements vertueux dans l'île.



### L'ATC à la rencontre des régions pour s'adapter aux territoires

Mardi, l'ATC, les directeurs des OIV et les professionnels de l'île se sont réunis au Madris de la Corse pour préparer le développement de la destination touristique de 2017 et les années à venir, en s'appuyant notamment sur les nouvelles technologies



### Dans l'intérieur et en montagne aussi

**23% des camping-cars dans la nature**

Le camping-car est un mode de transport et de vacances de plus en plus populaire en Corse. Cependant, il est souvent utilisé dans des zones sensibles, ce qui peut avoir des impacts négatifs sur l'environnement. L'ATC a lancé une campagne de sensibilisation pour inciter les touristes à utiliser les camping-cars dans des zones dédiées.

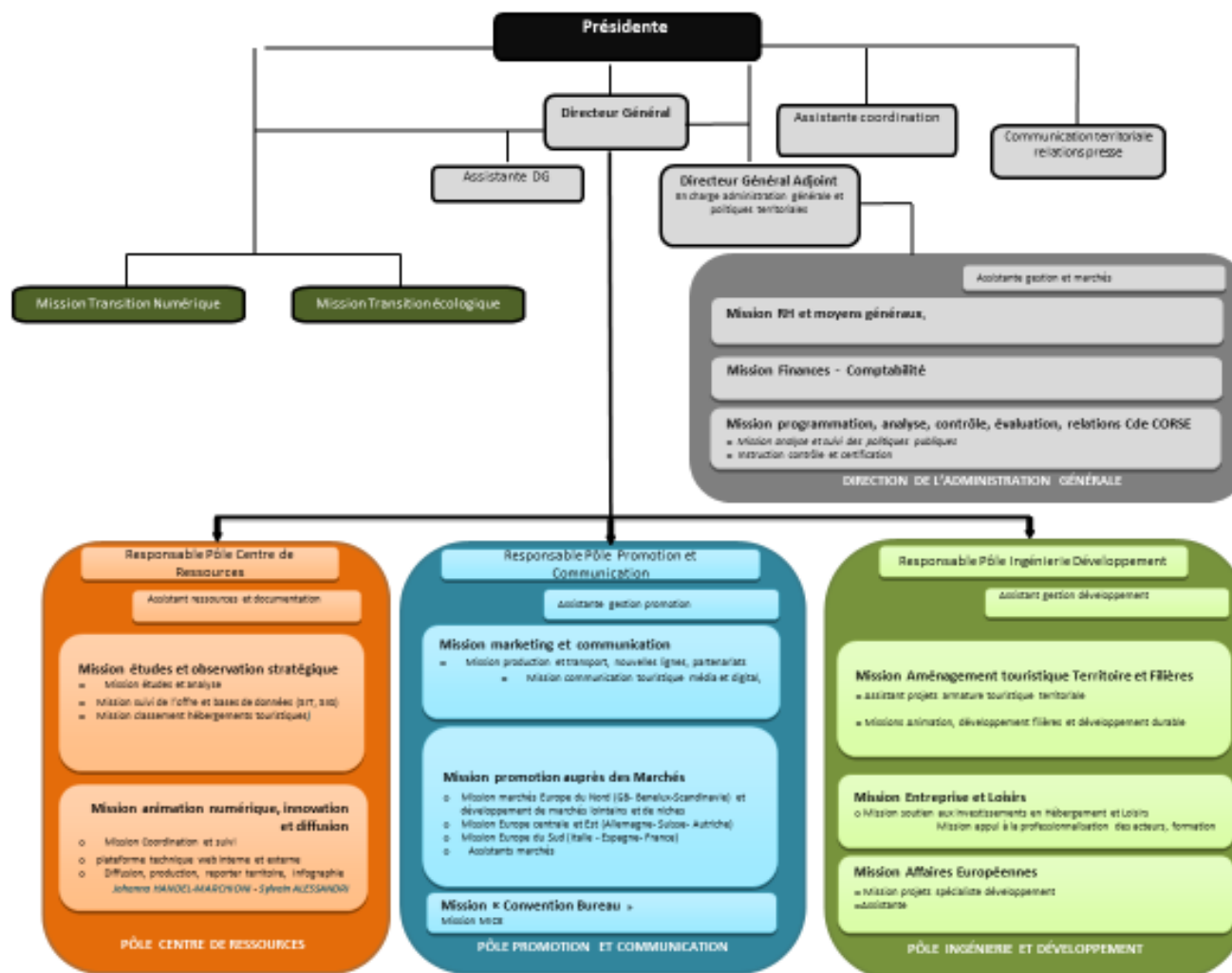


### En chiffres

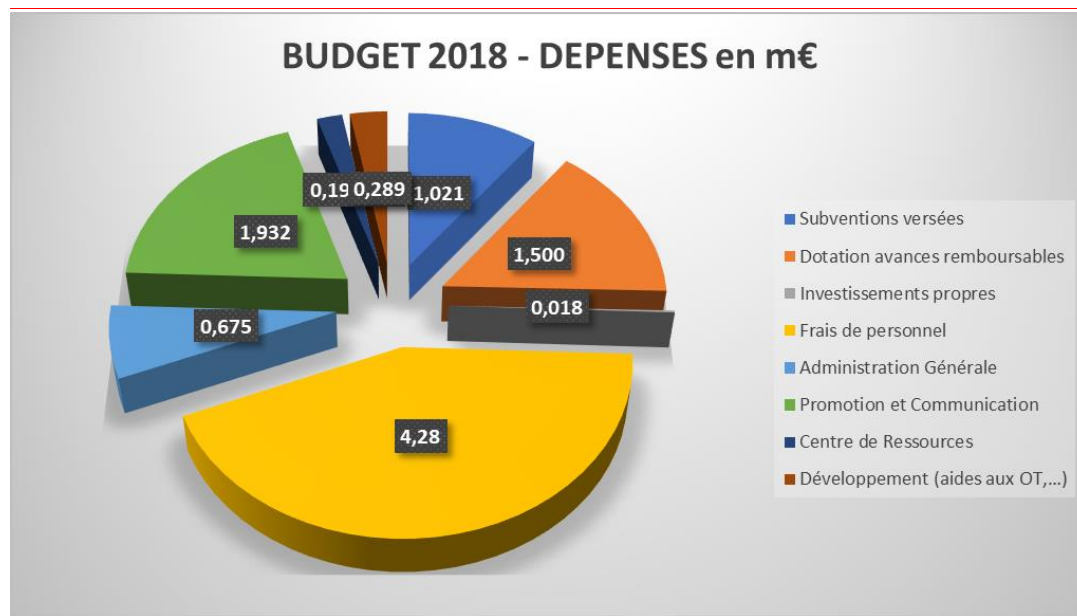
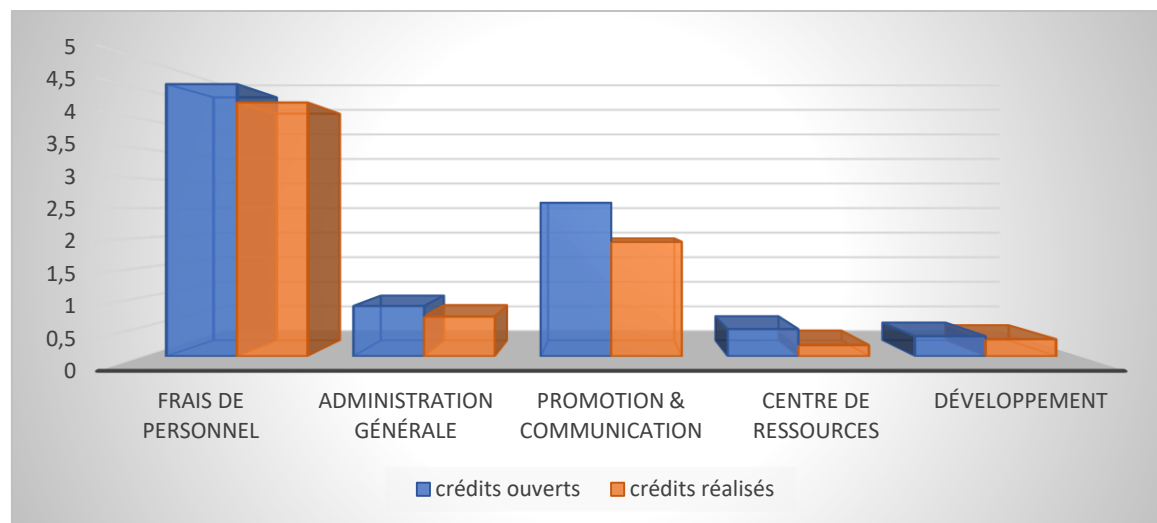
1 million d'arrivées de professionnels touristiques sont prévues pour 2018. L'ATC a lancé une campagne de sensibilisation pour inciter les touristes à adopter des comportements vertueux dans l'île.



## ANNEXE 1 – ORGANIGRAMME



## ANNEXE 2 – REALISATIONS BUDGETAIRES 2018



**(Taux de réalisation global : 83,5 %)**

## ANNEXE 3 – DOSSIERS FEDER ATC

L'état des dossiers engagés au titre de la mesure FEDER gérée par l'Agence du Tourisme en cumulé à fin 2018 est détaillé ci-dessous.

Bénéficiaire	Libellé du dossier	Coût total en cours	UE programmé	Total Certifié
Communauté de communes de l'Île Rousse-Balagne	Maitrise d'oeuvre réhabilitation bâtiment	250 000,00	150 000,00	64 596,00
Office Intercommunal de Tourisme de la CAPA (ex OMT Ajaccio)	Aménagement scénographique et numérique de l'Office Intercommunal de Tourisme de la CAPA	143 788,00	86 273,00	139 751,72
Commune d'Olmeto	Réalisation d'une étude de faisabilité pour la réhabilitation de l'établissement thermal de Baracci	60 000,00	36 000,00	58 725,00
COMMUNE D'AJACCIO	CREATION DE L'ITINERAIRE CYCLOTOURISTIQUE MARE &TARRA	421 538,90	252 923,34	106 485,86
Commune de Bocognano	Visite numérique de l'eco-musée U Palazzu et du village de Bocognano	59 300,00	35 580,00	35 994,00
Communauté de communes de la Costa Verde	Aménagement de l'ancienne voie ferrée en voie douce & aménagements parcours cyclotouristiques sur le territoire de la Costa Verde	280 213,00	168 127,80	233 371,40
Communauté de communes de l'Oriente	Création d'itinéraires cyclotouristiques sur le territoire de l'Oriente	75 800,00	45 480,00	5 200,00
Commune de Lama	Smart Lama	26 341,71	15 805,02	25 182,94
Communauté de communes de l'Alta Rocca	Création d'un produit touristique permettant la mise en valeur du patrimoine culturel et naturel de l'Alta Rocca	475 882,00	285 529,20	334 928,10
Commune de Ville de Pietrabugno	Cap sur la Mer itinéraire pédestre	303 090,00	181 854,00	0,00
Communauté de communes de la Costa Verde	Aménagement de plages Costa Verde	566 433,98	339 860,39	267 839,04
Commune de Cristinacce	Commune de Cristinacce - Création d'un sentier d'interprétation patrimonial	210 761,25	126 456,75	207 724,25
CAPA - Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien	Sentiers CAPA à l'heure du numérique communauté agglomération pays ajaccien	150 000,00	90 000,00	102 590,23
Commune de Bastia	Commune de Bastia - réalisation d'une étude de faisabilité pré opérationnelle et travaux pour la valorisation touristique de la Citadelle de Bastia	2 355 770,00	1 413 462,00	1 634 818,97
CONSERVATOIRE DU LITTORAL	Mise en valeur et aménagement touristique pour l'accueil du public du site de Terrenzana	394 000,00	236 400,00	348 444,51
	Création et mise en place d'une interprétation scénographique touristique du site de Baccialu territoire de l'Agriate	188 300,00	112 980,00	183 230,82
Commune de Calvi	Aménagement dans la Citadelle de Calvi d'un espace musée boutique de l'Office Municipal de Tourisme de Calvi	240 000,00	144 000,00	205 120,66

Commune de Bonifacio	Citadelle de Bonifacio : requalification du centre ancien et mise en tourisme de son patrimoine	1 938 000,00	900 000,00	1 319 250,00
Commune de Porto Vecchio	Basium et haute ville de PORTO VECCHIO : valorisation des patrimoines culturels et paysagers pour un tourisme durable du pôle urbain de l'extrême Sud Corse	2 595 020,76	596 854,60	1 700 198,20
Collectivité de Corse	Réhabilitation de la Maison Rossi - complexe archéologique d'Aléria	965 235,00	482 617,50	0,00
Conseil Départemental de Corse du Sud	Aménagement du site de Capu Laurosù	1 180 000,00	354 000,00	0,00
Communauté de Communes de Celavu-Prunelli	Aménagement touristique du site de la Richjusa	212 040,00	127 224,00	9 659,60
Commune d'Olmeto	Réhabilitation de la structure thermale de Baracci	3 750 000,00	800 000,00	71 728,14
Laboratoire Régional d'Archéologie - LRA	Connaissance des monuments patrimoniaux et archéologiques corses par la modélisation 3D	99 718,06	59 830,84	41 048,10
Commune de SOLARO	Création de voie douce et base VTT sur la commune de Solaro	240 602,00	144 361,00	0,00
<b>Total PI06c</b>		<b>17 181 834,66</b>	<b>7 185 619,44</b>	<b>7 095 887,54</b>

## **ANNEXE 4 – COMPOSITION DU CONSEIL D’ADMINISTRATION**

### **COLLEGE DES ELUS DE L’ASSEMBLEE DE CORSE**

- \* M. Jean-Guy TALAMONI
- \* M. Muriel FAGNI
- \* M. Louis POZZO DI BORGIO
- \* Mme Mattea CASALTA
- \* Mme Juliette PONZEVERA
- \* Mme Julia TIBERI
- \* Mme Jeanne STROMBONI
- \* M. Romain COLONNA
- \* Mme Pascale SIMONI
- \* M. Michel GIRASCHI
- \* M. Paul LEONETTI
- \* Mme Christelle COMBETTE
- \* Mme Santa DUVAL
- \* M. Camille de ROCCA SERRA
- \* M. Jean-Charles ORSUCCI
- \* Mme Catherine RIERA
- \* Mme Valérie BOZZI
- \* M. Pierre-Jean LUCIANI

### **COLLEGE DES AUTRES MEMBRES**

M. Paul MARCAGGI (Titulaire), M. Patrick BENEDETTI (Suppléant) CHAMBRE DE COMMERCE ET D’INDUSTRIE 2A

M. Alexandre RUTILY (Titulaire), Mme Emilie FRANCISCI (Suppléant) CHAMBRE DE COMMERCE ET D’INDUSTRIE 2B

M. Jean GRIMALDI (Titulaire), Mme Denise FOGACCI (Suppléant) CHAMBRE REGIONALE DES METIERS

M. Jean-Marc VENTURI (Titulaire), M. Joseph COLOMBANI (Suppléant) CHAMBRE REGIONALE D’AGRICULTURE

M. Eric GOURIOU (Titulaire), Mme Véronique ACKER-CESARI (Suppléant) COMMISSION PARITAIRE SOCIALE HCR CORSE



Mme Johanna MARCHIONI (Titulaire), Mme Béatrice COLONNA (Suppléant) COMITE D'ENTREPRISE ATC  
M. Attilius CECCALDI (Titulaire), Mme Simone RIOLACCI (Suppléant), FROTSI  
M. Daniel FELICI (Titulaire), M. Benoît CHAUDRON (Suppléant), UMIH  
M. Dominique SUBRINI (Titulaire), M. Guy LANOY (Suppléant), FEDERATION REGIONALE DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR  
M. Toussaint COEROLI (Titulaire), M. Dominique ZAMBONI (Suppléant), RELAIS CORSE DES GITES DE France  
M. Pierre-Jean RUBINI (Titulaire), Mme Joëlle CIAVAGLINI (Suppléant), CRESS  
M. Paul-André ACQUAVIVA (Titulaire), M. Frédéric FRESI (Suppléant), Cie GUIDES ET ACCOMPAGNATEURS MONTAGNE  
M. César FILIPPI (M Titulaire), M. Antoine GARAUELLE (Suppléant), CERCLE DES GRANDES MAISONS DE CORSE  
M. Gérard PAPI (Titulaire), Mme Virginie FERRAND (Suppléant), FEDERATION REGIONALE DES GUIDES INTERPRETES  
M. Eric CASCIO (Titulaire), M. Alain VENTURI (Suppléant), FEDERATION CORSE DE L'HOTELLERIE DE PLEIN-AIR  
Mme Angèle CHIAPPINI (Titulaire), M. Jacques COSTA (Suppléant), PARC NATUREL REGIONAL DE CORSE  
M. Jean-François LUCIANI (Titulaire), M. Jean TOMA (Suppléant), UNION DES PORTS DE PLAISANCE DE CORSE

#### **MEMBRES CONSULTATIFS**

- \* M. Gilles SIMEONI, Président du Conseil Exécutif de Corse
- \* M. Toussaint Rossi, Payeur Régional de Corse
- \* Mme Josiane CHEVALIER, Préfète de Corse
- \* M. Jean-Christophe ANGELINI, Président de de l'Agence de Développement Economique de Corse
- \* M. Jean BIANCUCCI, Président de l'Agence d'Aménagement Durable, de Planification et d'Urbanisme de la Corse
- \* M. François SARGENTINI, Président de l'Office de l'Environnement de Corse
- \* M. Xavier LUCIANI, Président de l'Office Hydraulique de la Corse
- \* M. Lionel MORTINI, Président de l'Office de Développement Agricole et Rural de la Corse
- \* Mme Vanina BORROMEI, Présidente de l'Office des Transports de la Corse
- \* Mme Josépha GIACOMETTI la Conseillère Exécutive Déléguée à la Culture, au Patrimoine, à l'Enseignement et à l'Education
- \* M. Xavier LUCIANI, Conseiller Exécutif Délégué à la Langue Corse

## **ANNEXE 5 – COMPOSITION DU BUREAU**

### **Collège des Elus de l'Assemblée de Corse**

- \* Mme PONZEVERA Juliette
- \* M. GIRASCHI Michel
- \* Mme FAGNI Muriel
- \* M. COLONNA Romain
- \* Mme COMBETTE Christelle
- \* Mme RIERA Catherine

### **Collège des Autres Membres**

- \* M. CASCIO Eric
- \* M. COEROLI Toussaint
- \* M. FELICI Daniel
- \* M. ACQUAVIVA Paul-André

## **ANNEXE 6 – DELIBERATIONS DU BUREAU – INDIVIDUALISATIONS AP**

### **1<sup>ère</sup> réunion du Bureau : 26 juin 2018**

- OTI de la CAPA – Aides au fonctionnement et à l’animation 2017-2018,
- OTI du Celavu-Prunelli – Aides au fonctionnement et à l’animation 2017-2018,
- SCI Artemisia Modernisation de l’hôtel Artemisia à Bastelica,
- M. LUISI J-P Création de 5 chambres d’hôtes à Corscia,
- SCI Bella Scusa Création de 4 chambres d’hôtes à Bastelica,
- SARL Hôtel Restonica Modernisation Hôtel de la Restonica,
- SCI I Sciuppine Création d’un Meublé de Tourisme à Bucugnà,
- SARL Balesi & Fils Modernisation Hôtel Sole e Monti à Quenza.
- Association pour l’animation et la promotion de Levie et de l’Alta Rocca - « Médiévales de Levie »,
- Foyer rural de Bucugnà A Castagna – Fiera di a Castagna 2017,
- Association Art’e Gustu – Festival Art’e Gustu 2018,
- OT Agglomération de Bastia – Festival Creazione 2018,
- FNEDT – 86<sup>ème</sup> Congrès National des Entrepreneurs des Territoires,
- Association Corsica Run Xtrem – 18<sup>ème</sup> Trail Napoléon,
- Association Restonica Trail – 10<sup>ème</sup> Restonica Trail,
- SARL Petrara – Réalisation d’un centre de bien-être Hôtel Mercure,
- Commune de Calvi – Etude réhabilitation de la Tour du Sel,
- SAS Primea – Etude communication –innovation-crétion d’hôtel à Bastia,
- Communauté de Communes du Cap Corse – Etude stratégie de développement touristique,
- PETR Ornano-Sartenais-Valinco-Taravo – Etude création de produits touristiques,
- Communauté de Communes Fium’Orbu Castellu – Etude pour la création de sentiers thématiques.
- CADEC – Avances remboursables,
- Rapport portant modification de la délibération ATC/3/5,
- Rapport en vue de la clôture du dossier Communauté de Communes Celavu Prunelli.

### **\*2<sup>ème</sup> réunion du Bureau : 15 octobre 2018**

- Commune de Bastia – Valorisation touristique de la Citadelle Projet Mantinum,
- OT Agglomération de Bastia – Fonctionnement 2018,
- OTI Calvi Balagna – Fonctionnement 2018,
- OTI Marana Golu – Fonctionnement 2018,
- OTI Costa Verde – Fonctionnement 2018,
- OTI Centru di Corsica – Fonctionnement 2018,

- SAS Case Latine – Extension et modernisation Hôtel Case Latine,
- Association Fiera di u Vinu – Fiera di u Vinu 2018,
- Association du chocolat et des délices de Corse – Salon du chocolat 2018,
- Commune de U Sulaghju – Création d’une piste cyclable,
- CAB – Etude de faisabilité création d’un OTI entre la CAB et le Capicorsu,
- Commune d’Ugliastru – Etude d’aménagement de la marine d’Albu,
- OMT de Porti Vechju – Installation de webcam à Santa Giulia.
- Réengagement d’opération M. Pelas – Meublé de tourisme à Santa Lucia di Mercuriu.
- 

### **\*3<sup>ème</sup> réunion du Bureau : 11 décembre 2018**

- SIVOM Fangu – Gestion des flux touristiques dans la Vallée du Fangu
- CAPA – Création Sentier thématique à Vaddi di Mezzana
- OTI Celavu Prunelli – Fonctionnement 2018,
- OTI de l’Orient – Fonctionnement 2018,
- OTI Ouest Corsica – Fonctionnement 2018,
- OTI Pasquale Paoli – Fonctionnement 2018,
- FROTSI – Fonctionnement 2018,
- SAS Hôtel du Tourisme – Modernisation de l’hôtel à Zonza,
- SCI A Casa – Création de 3 chambres d’hôtes à Carbini,
- SCI A Casa – Création d’un meublé de tourisme à Carbini,
- Association A Capellà – Festivale d’Autunnu di a ruralità,
- Foyer rural de Bucugnà – Fiera di a Castagna 2018,
- EURL Oleaday – Création d’une agence de voyages spécialisée basse saison – hiver.

## ANNEXE 7 – MARCHES PUBLICS

En 2018 aucun marché n'a nécessité la réunion de la commission d'appel d'offres tous étant au-dessous du seuil requis. Les administrateurs ont été régulièrement informés lors de chaque conseil d'administration des marchés passés par l'Agence après mise en concurrence conforme. 19 marchés ont été lancés.

LISTE DES MARCHES CONCLUS PAR L'AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE EN 2018						
Tranches regroupant les marchés dont le prix est égal ou inférieur à 25 000.00 € HT						
MARCHES DE FOURNITURES ET SERVICES						
<u>n° de marché</u>	<u>Date de notification</u>	<u>Nom Titulaire du marché</u>	<u>Ville du Titulaire du marché</u>	<u>Montant annuel HT</u>	<u>Durée</u>	<u>Type de procédure</u>
<b>MP 2018-02:</b> Réalisation du stand Destination nature de l'Agence du Tourisme de la Corse.	<b>24 février 2018</b>	3C.COM	SAINT-JEANNET	<b>22 500.00 €</b>	14 mars 2019	Marché inférieur à 25 000.00 €
<b>MP 2018-05:</b> Fourniture de produits régionaux pour les opérations de Promotion de la destination Corse sur les marchés	<b>06 avril 2018</b>	SARL CORSICA COLIS	BASTIA	<b>18 000.00 €</b>	1 an	Marché inférieur à 25 000.00 €
<b>MP 2018-19:</b> Achats de logiciels pour les besoins de l'Agence du Tourisme de la Corse.	<b>16 Janvier 2019</b>	IPC	AJACCIO	<b>8.080.72 €</b>	3 ans	Marché inférieur à 25 000.00 €
MARCHES DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES						
<b>MP 2018-03:</b> Assistance à maîtrise d'ouvrage ayant pour finalité la création de living lab et de coaching de PME.	<b>05 juin 2018</b>	MARC SIMEONI CONSULTING	BASTIA	<b>23 850.00 €</b>	1 an	Marché inférieur à 25 000.00 €
<b>MP 2018-04:</b> Assistance technique concernant l'aménagement des locaux au RDC de l'ATC	<b>04 juin 2018</b>	LAURE CELERI	AJACCIO	<b>1.925.00 €</b>	1 an	Marché inférieur à 25 000.00 €
<b>MP 2018-14:</b> Prestation d'accompagnement par une agence de relation publique sur le secteur MICE	<b>18 Décembre 2018</b>	AGENCE PARTANCE CONSEIL	PARIS	<b>23.333.33 €</b>	1 an	Marché inférieur à 25 000.00 €

**Tranche regroupant les marchés dont le prix est égal ou inférieur à 90 000.00 € HT**

**MARCHES DE FOURNITURES ET SERVICES**

<u>n° de marché</u>	<u>Date de notification</u>	<u>Nom Titulaire du marché</u>	<u>Ville du Titulaire du marché</u>	<u>Montant annuel HT</u>	<u>Durée</u>	<u>Type de procédure</u>
<b>MP 2018-08:</b> Achat de prestations de service ayant pour objet l'exécution de travaux de nettoyage et d'entretiens des locaux de l'ATC.	<b>1<sup>er</sup> Août 2018</b>	EURO NETTOYAGE	AJACCIO	<b>36.896.94 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-09:</b> Achats et Fourniture de matériels de Bureau <u>Lot 1:</u> Papier Etiquettes et enveloppes.	<b>6 août 20108</b>	CORSE BUREAU	AJACCIO	<b>1.012.96 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-09:</b> Achats et Fourniture de matériels de Bureau <u>Lot 2:</u> Consommables informatiques et piles.	<b>6 août 20108</b>	CORSE BUREAU	AJACCIO	<b>4.883.03 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-09:</b> Achats et Fourniture de matériels de Bureau <u>Lot 3:</u> Classement et rangement.	<b>6 août 20108</b>	CORSE BUREAU	AJACCIO	<b>1.376.32 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-09:</b> Achats et Fourniture de matériels de Bureau <u>Lot 4:</u> Stylos, crayons, marqueurs et ustensiles.	<b>6 août 20108</b>	CORSE BUREAU	AJACCIO	<b>101.01 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-09:</b> Achats et Fourniture de matériels de Bureau <u>Lot 5:</u> Autres matériels.	<b>6 août 2018</b>	CORSE BUREAU	AJACCIO	<b>1.065.76 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-15:</b> Renouvellement des contrats d'assurance souscrits pour les besoins de l'ATC. <u>Lot 1:</u> Multirisques des locaux	<b>21 Décembre 2018</b> Début du marché : 1 <sup>er</sup> janvier 2019	SMACL	NIORT	<b>1.266.65 €</b>	3 ans	MAPA

<b>MP 2018-15:</b> Renouvellement des contrats d'assurance souscrits pour les besoins de l'ATC. <u>Lot 2:</u> Responsabilité civile et risque annexes	<b>21 Décembre 2018</b> Début du marché : 1 <sup>er</sup> janvier 2019	SMACL	NIORT	<b>2.492.52 €</b>	3 ans	MAPA
<b>MP 2018-17:</b> Fourniture de matériels informatiques pour les services de l'ATC <u>Lot 1:</u> Ordinateurs	<b>Avis de marché sans suite pour motif d'intérêt général:</b> la présence d'erreurs dans les exigences techniques des prestations, rendent impossible le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse.					
<b>MP 2018-17:</b> Fourniture de matériels informatiques pour les services de l'ATC <u>Lot 2 :</u> Matériels téléphonique	<b>6 Février 2019</b>	SASU NXO France	RUEIL- MALMAISON	<b>12.023.69 €</b>	1 mois	MAPA
<b>MP 2018-17:</b> Fourniture de matériels informatiques pour les services de l'ATC <u>Lot 3:</u> Matériel de Visio Conférence	<b>4 Février 2019</b>	IPC	AJACCIO	<b>2.650.00 €</b>	1 mois	MAPA
<b>MARCHES DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES</b>						
<b><u>n° de marché</u></b>	<b><u>Date de notification</u></b>	<b><u>Nom Titulaire du marché</u></b>	<b><u>Ville du Titulaire du marché</u></b>	<b><u>Montant annuel HT</u></b>	<b><u>Durée</u></b>	<b><u>Type de procédure</u></b>
<b>MP 2018-01:</b> Conception d'un itinéraire régional multimodal dans le cadre du projet intense.	<b>30 mars 2018</b>	SAS INDDIGO	MARSEILLE	<b>52.725.00 €</b>	6 mois	MAPA
<b>MP 2018-10:</b> Prestations de Conseil et de représentation en justice <u>Lot 1:</u> Dans le domaine du Droit Public	<b>24 Octobre 2018</b>	SCP SARTORIO- LONQUEUE ....	PARIS		3 ans	MAPA
<b>MP 2018-10:</b> Prestations de Conseil et de représentation en justice <u>Lot 2:</u> Dans le domaine du Droit Privé	<b>24 Octobre 2018</b>	SCP MORELLI- MORELLI et Associés	AJACCIO		3 ans	MAPA

MARCHES DE T.I.C						
<u>n° de marché</u>	<u>Date de notification</u>	<u>Nom Titulaire du marché</u>	<u>Ville du Titulaire du marché</u>	<u>Montant annuel HT</u>	<u>Durée</u>	<u>Type de procédure</u>
<b>MP 2018-11:</b> Hébergement des outils informatiques de l'Agence du Tourisme de la Corse.	<b>1<sup>er</sup> Octobre 2018</b>	SITEC	AJACCIO	<b>23 760.00 €</b>	1an reconductible 2X	MAPA
<b>MP 2018-12:</b> Maintenance corrective et maintien en ordre de marche de l'écosystème numérique de l'ATC <u>Lot 1:</u> INFOTOUR	<b>29 Octobre 2018</b>	SITEC	AJACCIO	<b>15 300.00 €</b>	1 an	MAPA
<b>MP 2018-12:</b> Maintenance corrective et maintien en ordre de marche de l'écosystème numérique de l'ATC <u>Lot 2:</u> VISIT-CORSICA.COM	<b>6 Novembre 2018</b>	CD MEDIA	AJACCIO	<b>7 800.00 €</b>	1 an	MAPA
<b>MP 2018-12:</b> Maintenance corrective et maintien en ordre de marche de l'écosystème numérique de l'ATC <u>Lot 3:</u> CORSICA-PRO.COM	<b>29 Octobre 2018</b>	SITEC	AJACCIO	<b>2 550.00 €</b>	1 an	MAPA
<b>Tranche regroupant les marchés dont le prix est égal ou inférieur à 221.000.00 € HT</b>						
MARCHES DE FOURNITURES ET SERVICES						
<u>n° de marché</u>	<u>Date de notification</u>	<u>Nom Titulaire du marché</u>	<u>Ville du Titulaire du marché</u>	<u>Montant annuel HT</u>	<u>Durée</u>	<u>Type de procédure</u>
<b>MP 2018-13:</b> Mise à disposition d'un Système d'Information Touristique pour l'Agence du Tourisme de la Corse	<b>20 décembre 2018</b>	FAIRE SAVOIR	VILLENEUVE D'ASCQ	<b>129 532.00 €</b>	3 ans	MAPA



## ANNEXE 8 – DELIBERATIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

- A été adoptée par amendement à l'adoption du règlement intérieur de l'Agence et par délibération du Conseil d'Administration CA/1/2 du 1<sup>er</sup> mars 2018 la possibilité d'un mode de votation du CA par visio-conférence. Concernant les conditions de vote relevant de l'alinéa 2 de l'article 10 des statuts de l'Etablissement, il a été précisé in extenso à l'article II dudit règlement que les délibérations du CA sont prises désormais à la majorité des membres présents ou représentés et qu'en cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.
- A été adoptée par délibération du Conseil d'Administration CA/1/5 du 1<sup>er</sup> mars 2018 suite au renouvellement du CA de l'Agence la désignation d'une nouvelle commission d'appel d'offres comme l'a prévu l'article VII du règlement intérieur, pour tous les achats publics passés et attribués selon les procédures formalisées. En application de l'article 101 et 101.3 de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et des dispositions de l'article L.1414-2 du Code Général des Collectivités Territoriales, la composition de la commission d'appel d'offres est prévue à l'article L.1411-5. II a) dudit code. Cette commission se réunissant en tant que de besoin pour valider tout avenant en cours d'exécution d'un marché public dont l'incidence financière serait supérieure à 5% du montant total du marché public passé en procédure formalisée.
- A été adopté par délibération du Conseil d'Administration CA/1/7 du 1<sup>er</sup> mars 2018 un nouveau règlement interne de la commande publique accompagné d'un tableau actualisé des procédures. Ce règlement a visé à optimiser l'achat public au sein de l'Etablissement en vue de réduire les coûts, de parfaire l'estimation des besoins et de simplifier le nombre et la durée des procédures. Ce nouveau dispositif réglementaire a insisté sur le recensement précis des besoins en couplant notamment l'engagement comptable à l'engagement juridique et a arrêté des principes méthodologiques clairs en la matière. Il a en outre préconisé le principe d'anticipation au niveau du recensement et l'évaluation en fin de marché. Il décrit par ailleurs avec précision l'intervention de chaque acheteur suivant le coût et la procédure employée réduisant au mieux la marge d'erreur et les dysfonctionnements dans la chaîne de la commande publique. Il a en outre intégré les principes méthodologiques tenant compte de la réglementation du Code des marchés publics issues de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et du décret n°2016-360 du 25 mars 2016. Ce dispositif a été complété par un tableau des procédures destiné aux gestionnaires et acheteurs de l'établissement quelle que soit leur position hiérarchique.
- A été adopté par délibération du Conseil d'Administration CA/1/12 du 1<sup>er</sup> mars 2018 le règlement intérieur de l'Agence relatif à la création de nouveaux emplois ainsi que leur qualification et la procédure de recrutement correspondante. Ce nouveau règlement a été adopté en application de la délibération n° 17/405 AC en date du 10 novembre 2017 de l'Assemblée de Corse relatif à la mise en place d'un cadre commun concernant la procédure de création d'emplois et de recrutements au sein des huit Agences et Offices, établissements publics sous la tutelle de la Collectivité de Corse. Cette démarche s'inscrit dans une volonté forte et globale du Conseil Exécutif de Corse de proposer et de mettre en œuvre toutes les mesures permettant d'assurer la cohésion et la transparence de l'action publique ainsi que l'équité de traitement des agents publics et assimilés. Elle s'est inscrite dans un contexte budgétaire particulièrement contraint qui a nécessité maîtrise et rationalisation des dépenses de la Collectivité de Corse et des établissements publics qui en dépendent. L'Assemblée de Corse a souhaité en effet que soit défini un socle commun de règles aux Agences et aux Offices afin que soit renforcée la garantie de transparence de l'action publique et de la bonne gestion des deniers publics notamment au regard des observations de la Chambre Régionale des Comptes qui a rappelé la nécessité d'encadrer strictement les créations de postes au sein des Agences et Offices. Aussi toute création d'emploi fait l'objet désormais depuis 2018 d'une information auprès du Conseil d'Administration de l'Agence et d'une procédure de recrutement rénovée. Ce nouveau règlement a intégré par ailleurs les règles applicables en droit du travail contenues dans la convention collective n°3175 des organismes de tourisme dont relève l'Etablissement complété par l'avenant n°18 du 20 avril 2017 relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/1/14 du 1<sup>er</sup> mars 2018 la signature d'un accord d'entreprise relatif à la mise en place d'un Compte Epargne Temps (CET) qui a été fixé sur la base et dans les conditions visées par l'accord de branche des organismes de tourisme. Cet accord d'entreprise a permis aux salariés de bénéficier d'un régime

de Compte Epargne Temps et de capitaliser tout ou partie de leurs repos convertibles, d'accumuler des droits à congé rémunéré ou de bénéficier d'une rémunération différée en contrepartie des périodes de congés ou de repos non prises. Cet accord est depuis 2018 applicable à tous les salariés relevant de la branche des organismes de tourisme sous réserve de justifier d'une ancienneté continue de 24 mois à l'ouverture du compte. Cet accord d'entreprise a explicité les modalités d'alimentation et d'utilisation du CET ainsi que les conditions de cessation, de prise d'effet et de durée. Il assure par ailleurs des garanties strictement équivalentes à l'accord de branche.

- A été adoptée par délibération ATC/CA/1/15 du 1<sup>er</sup> mars 2018 une convention de partenariat conclue entre l'Agence du Tourisme de la Corse et le GIE Atout France en vue de la mise en œuvre du plan de communication « off line/on line » de l'Etablissement sur les marchés France et Etrangers. Il convient de préciser que l'Agence est adhérente au GIE Atout France, opérateur unique de l'Etat en matière de tourisme. Ce GIE ayant pour mission de contribuer au renforcement de l'attractivité de la Destination France en accompagnant les institutionnels et entreprises dans leur développement économique à l'international (32 bureaux répartis dans 27 pays et une collaboration étroite avec les Ambassades sur près de 70 marchés). Cette convention a permis à l'ATC en 2018 de bénéficier d'un certain nombre de services à des conditions financières favorables. Ainsi, cette convention de partenariat a permis à l'Etablissement de bénéficier des conditions négociées par Atout France sur l'ensemble des pays cibles de l'Agence. Cette convention a couvert les achats d'espace de communication « off line » (achats d'espaces magazines, PQR, affichages, habillages de véhicules, radios...) et « on line » (achats d'espaces sur internet) ainsi que les actions dédiées spécifiquement au référencement.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/1/16 en date du 1<sup>er</sup> mars 2018 une convention d'objectifs entre l'Agence du Tourisme de la Corse et l'INSEE afin d'améliorer la connaissance territoriale de la fréquentation touristique par extension régionale de l'enquête de fréquentation nationale. L'objectif poursuivi a consisté à analyser et à diffuser les résultats de trois enquêtes sur la fréquentation mensuelle en termes de taux d'occupation et nuitées : dans l'hôtellerie, dans les campings et dans les autres hébergements collectifs touristiques (AHCT). Les résultats de ces enquêtes ont fait l'objet de publications communes diffusées sur le site de l'INSEE et sur le portail de l'Agence.
- A été adopté par délibération ATC/CA/2/4 du 09 avril 2018 le rapport de l'Agence du Tourisme de la Corse portant sur le débat d'orientation budgétaire pour l'exercice 2018 de l'Etablissement.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/2/5 du 09 avril 2018 la procédure à respecter en application des dispositions des articles L.241-11 et R 241-17 du code des juridictions financières relative à la présentation et au débat concernant le rapport définitif notifié de la Chambre Régionale des Comptes de Corse qui avait procédé au contrôle des comptes et à l'examen de la gestion de l'Agence du Tourisme de la Corse au titre des exercices 2012 à 2016.
- A été adopté par délibération ATC/CA/3/2 du 19 avril 2019 le nouveau règlement budgétaire et financier de l'Agence. Ce règlement faisant suite à la nécessité de se conformer à l'article L5217-10-8 du Code Général des Collectivités Territoriales à compter du 1er janvier 2018 pour l'instruction budgétaire et comptable M57 applicable aux Collectivités Territoriales Uniques et à leurs Etablissements Publics Administratifs en remplacement de la nomenclature M71 des Régions. Ce nouveau règlement budgétaire et financier a annulé de fait et remplacé toutes les dispositions antérieures en la matière. Ce nouveau règlement étant à même d'être révisé autant de fois que nécessaire par délibération du CA de l'Agence, notamment en fonction des modifications législatives et réglementaires, ainsi que des nécessaires adaptations des règles de gestion. Ce nouveau règlement a permis d'établir les règles fondamentales qui s'appliquent à l'ensemble des acteurs en matière de préparation, de vote, de gestion et d'exécution budgétaire et des différents documents financiers qui s'y rattachent. Ainsi en vertu de l'instruction budgétaire et comptable M57 ce nouveau règlement a fixé le cadre de référence concernant les grands principes de gestion budgétaire, de gestion patrimoniale et de gestion des subventions.
- A été adopté par délibération ATC/CA/3/3 du 19 avril 2019 le budget primitif de l'Agence pour l'exercice 2018 par nature et par chapitre conformément à la mise en œuvre de l'instruction budgétaire et comptable M57 applicable aux Collectivités Territoriales Uniques et à leurs Etablissements Publics Administratifs. A ce titre, le budget

primitif 2018 de l'Agence du Tourisme de la Corse préparé en concertation avec les services financiers de la Collectivité de Corse a été élaboré conformément aux orientations budgétaires présentées lors de la réunion du CA du 9 avril 2017. Le budget primitif 2018 a été ainsi adopté dans un souci de maîtrise des dépenses de fonctionnement pour ce qui concerne les frais de personnel et les frais généraux et dans un souci d'optimisation financière des actions et de qualité du service à rendre.

- Ont été adoptés par délibération ATC/CA/4/2 du 19 avril 2019 deux amendements portant sur la modification du règlement intérieur de l'Agence afin d'être en conformité avec les statuts de l'Etablissement. Ainsi, sont annexés au nouveau règlement intérieur de l'Etablissement premièrement l'article II qui stipule désormais que le CA ne délibère valablement que si la moitié des membres est présente ou représentée y compris les membres du CA participant par voie de visio-conférence. Deuxièmement l'article X concernant la régie d'avances dont le texte à présent en vigueur fait figurer dans les statuts régissant l'Etablissement que les régies de dépenses et de recettes peuvent être créées par décision du Président de l'Agence, après avis conforme de l'agent comptable dans les conditions fixées par le décret n°64-486 du 28 mai 1964.
- Ont été adoptés par délibérations ATC/CA/4/3 et ATC/CA/4/4 du 19 avril 2019 le compte de gestion du Payeur de Corse pour l'exercice 2017 et le compte administratif pour l'exercice 2017 de l'Etablissement.
- A été adopté par délibération ATC/CA/5/3 en date du 11 décembre 2018 un amendement relatif à l'application du règlement financier de l'Etablissement exécutoire depuis le 18 mai 2018. En effet à l'usage, il a été constaté que ce document nécessitait des précisions supplémentaires quant aux procédures de mise en œuvre et de suivi des aides publiques régissant la gestion des subventions de l'Agence. L'amendement adopté a porté ainsi sur les modalités de décision d'attribution et de notification des subventions, les modalités relevant des conditions de versement des subventions et celles relevant des obligations du bénéficiaire.
- A été adopté par délibération ATC/CA/5/4 en date du 11 décembre 2018 le rapport relatif au budget supplémentaire par nature et par chapitre pour l'exercice 2018.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/5 en date du 11 décembre 2018 la modification de l'acte constitutif de la régie d'avances de l'Etablissement dont l'acte constitutif date du 23 Juin 1993. En effet, il s'est avéré nécessaire d'actualiser cet acte compte tenu des textes modificatifs intervenus depuis sa création et de la nature des dépenses qui s'imposent dans la gestion de l'Etablissement. A présent cette modification permet à l'établissement de gagner en réactivité et en autonomie en lui donnant la possibilité d'effectuer des achats sur internet notamment pour tout ce qui est lié aux missions du « marketing digital » ou de « l'animation numérique ». Cette évolution nécessitant l'utilisation d'une carte bancaire. Ces dispositions ayant reçu l'avis conforme du Payeur de Corse.
- A été adopté par délibération ATC/CA/5/6 en date du 11 décembre 2018 un amendement au règlement intérieur des personnels de l'Etablissement. Le règlement intérieur des personnels étant régi en application des articles L.1321-1 et suivants du Code du Travail. Conformément aux dispositions législatives, il fixe : les mesures d'application de la réglementation en matière de santé et de sécurité dans l'Etablissement, notamment les instructions prévues à l'Article L4122-1 du Code du Travail. Ce règlement a donc été actualisé et amendé pour intégrer en particulier un article sur le droit à la déconnexion.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/7 en date du 11 décembre 2018 la mise en place d'un dispositif de soutien au départ volontaire à la retraite dans le cadre d'un accord d'entreprise. Il convient de préciser que pour bénéficier de ce dispositif, les salariés doivent impérativement avoir atteint l'âge légal de départ à la retraite et ne pas bénéficier de trimestres requis pour une retraite à taux plein. Le dispositif a prévu une formation de « préparation à la retraite » financée par l'employeur qui sera proposée aux salariés dans le cadre du plan de formation de l'Etablissement pendant les 18 mois précédant leur départ à la retraite.
- Ont été adoptées par délibération ATC/CA/5/10 en date du 11 décembre 2018 les orientations du plan de promotion et du programme des opérations 2019 de l'Agence. En vertu de l'article VI du règlement intérieur de l'ATC il a été précisé en effet que le CA délibère et amende le cas échéant le plan de promotion arrêté au sein de la

commission consultative idoine en concertation avec les services de l'Agence. Ce plan reprend la nature et la typologie des opérations de promotion en France et à l'Étranger. Ces opérations visent dans le périmètre des compétences de l'Agence dans un rôle de promotion de la destination et de coordination à consolider l'existant et à développer l'activité selon les cadres arrêtés dans la politique régionale.

- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/11 en date du 11 décembre 2018 la candidature de l'Agence du Tourisme de la Corse au 3<sup>ème</sup> appel à projet du programme européen Interreg Med 2014-2020. Ce programme de coopération transnational qui décline la Stratégie Europe 2020 pour une croissance innovante, durable et inclusive sur la rive Nord de la Méditerranée a ciblé deux objectifs généraux en lien avec cette stratégie qui constitue la feuille de route de l'UE jusqu'à la fin 2020 : l'amélioration de la compétitivité de l'espace de façon à assurer la croissance et l'emploi pour les générations à venir la promotion de la cohésion territoriale et la protection de l'environnement dans une logique de développement durable.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/12 en date du 11 décembre 2018 une convention constitutive d'un groupement de commandes liant l'Agence du Tourisme de la Corse et sa Collectivité de tutelle pour l'acquisition et la maintenance de logiciels de Système d'Information Géographique (SIG) en licence étendue. Cette convention a permis à l'Agence de bénéficier de la richesse cartographique du Système d'Information Géographique de la Collectivité de Corse et des facilités d'accès permises par ce système comme par exemple consulter des cartes et des applications sur n'importe quel appareil ,consulter des données démographiques, consulter des informations internes partagées, rechercher des modèles dans les données ; rechercher des emplacements à travers le monde ,créer des cartes et des applications 2D et 3D , géocoder, déployer des sites open data, effectuer des analyses spatiales etc... Ce groupement de commandes a été organisé conformément aux dispositions de l'article 28 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/13 en date du 11 décembre 2018 une convention de partenariat entre l'Agence du Tourisme de la Corse et le Service à Compétence Nationale (SNC) du musée national des châteaux de Malmaison pour la mise en place d'une mission relative aux enjeux touristiques de la culture et du patrimoine en Corse.
- A été adoptée par délibération ATC/CA/5/14 en date du 11 décembre 2018 la convention partenariale entre l'Agence du Tourisme de la Corse et le GIE Atout France relative à la mise en œuvre du plan d'actions 2019 concernant les achats d'espaces de communication vers le grand public et les professionnels presse.



# NOTES