



# **Feuille de route de l'ATC 2018-2021**

*Pour une transition écologique et numérique du tourisme corse, créateur de valeur et respectueux des équilibres du territoire .*

# **Fogliu di strada Turisimu 2018-2021**

Aprile 2018

# Sunta/Sommaire

<b>TITRE 1</b>	Le contexte	page 2
1.1	Données macro-économiques	page 2
1.2	Un secteur en mutation	page 3
1.3	Une volonté politique à affirmer	page 4
<b>TITRE 2</b>	Tourisme et politiques publiques : enjeux principaux	page 6
<b>TITRE 3</b>	Tourisme et politiques publiques : les verrous à lever	page 8
3.1.	Problématiques majeures	page 8
3.2	Des aménagements législatifs et réglementaires	page 8
3.3	Objectifs « cibles » à horizon 2021	page 10
<b>TITRE 4</b>	Tourisme et politiques publiques : recherche de nouvelles marges de manœuvre	page 11
4.1	Limites du champ d'action actuel de l'ATC	page 11
4.2	Gisements de progrès et recherche de nouveaux moyens	page 12
<b>TITRE 5</b>	Les leviers d'action	page 15
<b>TITRE 6</b>	Déclinaisons opérationnelles	page 17
6.1	Déclinaison temporelles selon les enjeux	page 17
6.2	Déclinaison financière	page 21

# TITRE 1 : LE CONTEXTE

## 1.1. DONNEES MACROECONOMIQUES

Le tourisme avec une part de PIB estimée à 24% hors transport (source DGIS-Insee 2011) est essentiel dans la création de richesse du secteur privé en Corse dont il constitue le principal poste à l'exportation. Il constitue en outre un effet de levier essentiel sur les autres secteurs économiques, notamment agricole et agro-alimentaire, BTP, transports, culture, services de proximité, etc.), sur l'emploi et sur les finances publiques notamment de la Collectivité de Corse au travers de la taxe sur les transports qui représente de l'ordre de 35 M€ de recettes fiscales pour la Collectivité.

Avec 35 millions de nuitées annuelles (2% des nuitées totales France), le tourisme corse correspond, en équivalent habitants résidents (base : 320.000 hab.), à une augmentation lissée sur l'année de 30% de sa population. Pour autant, paradoxalement, si la Corse comparativement aux régions de droit commun est celle dont l'économie est la plus dépendante du tourisme, c'est aussi celle qui en tire comparativement le moins de revenus. La consommation touristique sur l'île représente 2,5 milliards d'euros (source Insee-DGIS), voire plus si l'on intègre l'activité des commerces. Ramenée au nombre de touristes, cette dépense touristique stagne et est encore trop faible avec des postes de consommations en services culturels et de loisirs très en deçà des moyennes courantes (1,2% des dépenses en services culturels et de loisirs contre 6,7% en moyenne France – source Insee-DGCIS) traduisant une orientation très « nature » de la destination.

Les entrées en Corse, portées par les nouvelles dynamiques d'attractivité de la destination qui voient se développer des connexions aériennes diversifiées et sur des plages calendaires plus larges que la seule saison d'été, marquent depuis 2016 un retour de croissance qu'il convient de consolider et élargir sur les ailes de saison.

### Évolution des entrées sur le territoire

*(source Observatoire des Transports de la Corse).*

Année	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nbre Entrées air-mer	<b>3.694.036</b>	<b>3.672.859</b>	<b>3.744.735</b>	<b>3.719.548</b>	<b>3.744.452</b>	<b>3.866.795</b>	<b>4.087.291</b>
% n-1	-1,4%	-0,6%	+1,9%	-0,7%	+0,7%	<b>+3,3%</b>	<b>+5,7%</b>

Pour autant l'île qui dispose d'une capacité maximale de l'ordre de 500.000 lits touristiques est assez atypique dans l'univers des destinations méditerranéennes avec :

- un caractère essentiellement familial et indépendant de l'offre touristique constituée essentiellement de TPE : l'outil de production professionnel est propriété des Corses ;
- corrélativement des difficultés de l'offre à disposer individuellement de la masse critique pour peser sur les marchés ;
- une faiblesse quantitative de l'offre hôtelière qui ne représente, avec 450 établissements et 28.500 lits, que 20% de l'offre de lits marchands professionnels et 6% de la capacité d'accueil globale de l'île et une

prééminence d'un secteur non marchand (2/3 de l'offre) qui majore la pointe estivale ;

- des questions d'accessibilité extérieure à l'île (dessertes, fréquence, prix) qui impactent mécaniquement à la hausse les budgets vacances et négativement les dépenses sur l'île ;
- de fortes contraintes de coûts matière (effet import) et de coût social (effet modèle social français), comparativement aux destinations concurrentes dans le bassin méditerranéen, qui pèsent au final sur le modèle économique des structures d'accueil.

## 1.2. UN SECTEUR EN MUTATION

La politique publique du tourisme corse doit intégrer dans sa définition un certain nombre de facteurs qui impactent un secteur économique de plus en plus ouvert au niveau international, vulnérable aux situations de crises, exposé aux aléas environnementaux et climatiques et par ailleurs, très sensible aux évolutions géopolitiques et aux fluctuations économiques des pays émetteurs.

Parmi les éléments qui impactent durablement l'activité, il convient de prendre en compte la véritable mutation du modèle touristique en ce début de XXIème siècle, conséquence d'une évolution sensible des pratiques de consommation et des techniques d'information et de communication, encouragée par l'explosion du digital portée par les géants des plateformes du Web et *starts up* de services. Il convient aussi de considérer la transformation du paysage aérien avec le poids grandissant des *low costs*, les contraintes budgétaires qui pèsent sur les collectivités en charge des infrastructures touristiques, les recompositions des champs de compétences législatives et réglementaires ainsi que les préoccupations relatives au développement durable... autant de facteurs venant transformer le contexte de réalisation de l'activité et, par extension, la nature des politiques publiques à mener.

La Corse, qui évolue dans un univers euro-méditerranéen dont la croissance à horizon 2021 est estimée de l'ordre de 3 à 4% par an par l'Organisation Mondiale du Tourisme, doit de manière équilibrée prendre sa part de valeur ajoutée tout en s'assurant de la préservation de sa ressource et du mieux-être des populations résidentes.

L'objectif de rééquilibrage spatio-temporel d'un tourisme encore trop saisonnier et très concentré sur certains espaces littoraux soumis à forte pression doit ici être réaffirmé, comme il le fût dans le PADDUC et par la suite en juillet 2016 dans le nouveau guide des aides au tourisme.

Dans ce contexte, considérant l'ensemble des activités directes, indirectes et induites génératrices de croissance et d'emplois non délocalisables, considérant aussi le poids économique déterminant du tourisme dans le PIB de l'île, sa contribution à la balance commerciale de l'île (environ 25% des exportations), l'enjeu économique majeur consiste à rester compétitif tout en positionnant la destination dans une logique d'excellence en matière de développement durable. Le propos vise à privilégier plutôt qu'un « plus tourisme », un « mieux tourisme » visant une découverte plus active (versus contemplative) mais respectueuse de l'environnement naturel et des valeurs des habitants.

L'orientation des politiques publiques vise ainsi à moyen terme la transformation

vertueuse du territoire en destination durable par un processus de transition écologique, numérique et réglementaire impactant de manière profonde l'industrie touristique insulaire.

Le projet, dans cette trajectoire, consiste à franchir une nouvelle étape dans le développement d'un tourisme corse créateur de valeur, fondé sur trois piliers :

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

### 1.3. UNE VOLONTE POLITIQUE A AFFIRMER

Pilier majeur de l'économie de l'île, devant faire face à une compétition internationale de plus en plus vive, le tourisme corse présente d'importantes potentialités encore sous exploitées qui ne peuvent se développer sans des politiques publiques ambitieuses et transversales autour d'un projet collectif.

En effet, en Corse comme ailleurs, le tourisme, s'il est clairement créateur de richesse et d'emplois, commande, par les services publics qu'il exige pour son développement, une coproduction public/privé. Ces politiques publiques touristiques mobilisent différents aspects dont ceux relatifs :

- aux infrastructures d'accessibilité à l'île ;
- à l'aménagement du territoire, aux réglementations qui s'y appliquent, aux mobilités internes ;
- aux services publics indispensables pour que l'activité se développe (énergie, eau, traitement déchets, sécurité, santé, ...)
- à la valorisation de productions agricoles, artisanales et des patrimoines et savoir-faire ;
- aux équipements culturels et d'animation locale ;
- aux politiques de formation et de ressources humaines pour le secteur ;
- à l'ouverture aux financements et à la fiscalité appliquée au secteur ;
- à l'attractivité et l'image portée de la destination sur ses marchés ;
- etc.

Le tourisme est souvent vécu dans l'île comme une rente naturelle. Il est donc traité comme périphérique au regard d'autres secteurs pourtant moins déterminants du point de vue économique et social dans les politiques publiques. Quelques fois encore qualifié de « mal nécessaire » et insuffisamment considéré comme facteur potentiel d'aménagement durable du territoire, l'enjeu consiste à remettre le tourisme au centre du projet économique global de l'île pour en assurer la conduite et non pour le subir. C'est une question essentielle qui consacre l'engagement des politiques publiques envers les générations futures.

La capacité du tourisme à créer de l'investissement et de la valeur comme secteur productif non délocalisable, créateur d'emplois directs indirects et induits, le fait qu'il

soit intrinsèquement facteur de valorisation des patrimoines naturel et culturel, matériels et immatériels, le fait aussi qu'il représente indiscutablement l'avantage comparatif de la Corse au cœur du premier bassin touristique mondial, incitent à une prise en compte bien plus ambitieuse du tourisme dans les politiques publiques territoriales.

Le propos consiste à changer de paradigme en assumant clairement le tourisme comme levier principal économique et social de l'île, condition *sine qua non* pour impulser une nouvelle trajectoire de croissance et de développement durable pour notre île. Car considérer le tourisme comme un pis-aller, comme une rente, en lieu et place d'une véritable économie de production, amène toutes les dérives d'un tourisme subi conduisant à la surexploitation des ressources naturelles, au développement anarchique des infrastructures ou à la sur-fréquentation de certains lieux avec comme corollaire un phénomène de rejet sur le plan sociétal. Par ailleurs, une manne touristique maîtrisée en termes de retombées économiques locales offre une formidable assise financière pour investir dans des secteurs de haute valeur ajoutée, à plus fort contenu technologique (ex : ENR, TIC, économie bleue, création culturelle, etc.) qui garantiront la croissance de long terme du territoire même en cas de raréfaction de la clientèle.

Dès lors la dynamique économique globale de création de richesses - dont les premiers bénéficiaires seront les résidents - doit s'organiser autour d'une gestion durable de l'activité touristique (i.e. dans le temps et préservant les équilibres du territoire) fondée sur un modèle de production touristique novateur.

## TITRE 2 : TOURISME ET POLITIQUES PUBLIQUES : ENJEUX PRINCIPAUX

Un certain nombre d'enjeux majeurs comme autant de défis sont dès lors à décliner :

Enjeu n°1 : **Remettre le tourisme au centre des préoccupations économiques de l'île** considérant son effet de levier sur l'ensemble de la production agricole (circuits courts) sur l'ensemble des politiques de réhabilitation du patrimoine et de réactivation des identités et savoir-faire locaux, sur l'ensemble des politiques de protection-développement des sites naturels, sur les politiques d'aménagement et de services ( ressources en eau, énergie,... )... une logique à faire évoluer.

Enjeu n°2 : **Planter une culture du développement durable** du tourisme et **construire un plan** rassembleur bâti sur nos acquis majeurs et porté vers l'avenir, conjuguant aspects sociaux, économiques et environnementaux. Un plan qui prenne en compte les pressions existantes sur certains sites mais aussi le développement spatial du tourisme toujours trop concentré dans ses flux de séjour sur le littoral. Une perception à faire partager (y compris aux touristes) voire à inculquer.

Enjeu n°3 : **Valoriser les métiers et agir sur la formation professionnelle** car une activité quelle qu'elle soit, et le tourisme n'y échappe bien évidemment pas, ne peut se développer sans un vivier de ressources humaines formées : c'est un enjeu social déterminant compte tenu de la tension de l'emploi dans le secteur qui exige entre autres des propositions sur la flexibilité. Rendre le tourisme attractif pour les jeunes suppose, dans une économie de production créatrice de valeur ajoutée, des emplois qualifiés.

Enjeu n°4 : **Soutenir la compétitivité de l'offre** de produits et services dans une compétition internationale disputée, encourager les investissements et l'innovation correspondant aux axes retenus, l'orienter vers des logiques de qualité et de tourisme durable pour justifier d'un positionnement concurrentiel différencié, créateur d'un « mieux tourisme » vs d'un « plus tourisme », construire et diffuser le concept d'« île verte » en Méditerranée. Considérer l'innovation et la technologie comme les facteurs clés pour accroître la compétitivité et la durabilité du tourisme.

Enjeu n°5 : **Maintenir et développer l'attractivité** de la destination en particulier à l'international considérant que la moitié des séjours touristiques globaux sont des premiers séjours qu'il convient de convaincre, ce qui suppose de disposer des moyens de promotion suffisants pour porter utilement le rayonnement de l'île et de repenser l'accessibilité à l'île et notamment ses coûts –véritable barrière d'entrée- à adapter en fonction des saisons. Construire, au-delà des actions ponctuelles, une véritable stratégie coordonnée d'accessibilité transport en « incoming » corrélée aux marchés et objectifs visés.

Enjeu n°6 : **Adapter un certain nombre de dispositifs et règles normatives** nationales aux spécificités de l'île pour à la fois protéger la ressource naturelle, maîtriser l'extension incontrôlée des résidences secondaires et le mitage du bâti mais aussi pour produire la ressource financière nécessaire pour précisément accompagner les investissements et actions d'attractivité. La fiscalité du tourisme, à repenser sur notre territoire, constitue entre autres l'un des enjeux du développement harmonieux voulu par une majorité de la population.

Enjeu n°7 : **Adapter notre organisation** aux mutations numériques et nouvelles exigences et potentialités, le succès des politiques publiques dépendant à la fois de la pertinence des stratégies mais également des capacités des systèmes à les mettre en œuvre. Les transformations technologiques dont le secteur est pionnier et les ruptures dans un domaine aussi concurrentiel demandent aujourd’hui des modes opératoires mieux adaptés, à la fois plus souples et plus réactifs, plus partagés avec l’univers professionnel et mieux profilés pour assurer l’ingénierie nécessaire à l’accompagnement du projet. Le challenge consiste à passer d’une logique « outil de la Collectivité » à « opérateur de la Collectivité » en transformant l’Agence en véritable « Destination Management Compagnie » en intégrant une coproduction public/privé.



# TITRE 3 : TOURISME ET POLITIQUES PUBLIQUES : LES VEROUS À LEVER

## 3.1. PROBLEMATIQUES MAJEURES

Compte tenu des enjeux visés un certain nombre de problématiques se posent aujourd'hui en Corse telles que :

- les **questions d'accessibilité/prix**, fondamentales pour notre île dont la programmation, certes, augmente régulièrement en aérien sous l'influence des *low costs* mais reste encore trop concentrée sur la pointe saisonnière ;
- les questions **d'accueil, de formation et d'emploi** qui ramènent à la dessaisonnalisation et à la valorisation des métiers de service pour lesquels les Corses ont insuffisamment d'appétence et qui constituent un réel frein au développement des entreprises d'un secteur en tension ;
- les questions de contenu d'offres et de **spécialisation de filières** ou s'exprime l'excellence distinctive avec un rôle de catalyseur à renforcer pour l'agence du tourisme au travers de clusters thématiques ;
- les questions de **stratégies numériques territoriales** pour qu'elles s'insèrent dans des logiques partagées avec un effet dynamique dans un esprit « Tourism living lab » rassemblant la sphère des « *start up* », des entreprises innovantes du tourisme et celles de la recherche académique, autour de l'établissement ;
- les questions de **moyens alloués à la promotion touristique** qui restent très insuffisants pour soutenir la compétition au regard des enjeux. Cette situation peut être corrélée avec une mutualisation renforcée avec les acteurs institutionnels, transporteurs et opérateurs, la recherche de recettes nouvelles, et le chantier à ouvrir sur la réforme de la fiscalité du tourisme (taxe de séjour et son affectation) dans notre territoire ;
- les questions **d'organisation territoriale du tourisme sur l'île et de gouvernance** où la loi NOTRe fourni l'occasion de repenser l'armature territoriale du tourisme de l'île en évitant les effets de balkanisation pour préférer le partage d'informations et les synergies autour d'un projet commun ;
- les questions de **moyens tant en ingénierie qu'en investissement** pour accompagner la compétitivité et le développement de l'offre territoriale ;
- les questions d'adaptation de **dispositifs financiers et fiscaux** au modèle de développement touristique souhaité considérant les handicaps compétitifs du modèle social actuel pour un tissu essentiellement constitué de TPE ;
- les questions **d'adaptation de l'établissement** en charge du tourisme vers un rôle d'opérateur pour lui conférer plus d'opérationnalité et de souplesse dans un environnement complexe en perpétuelle mutation pour conduire ce changement engageant le tourisme vers l'avenir.

## 3.2. DES AMENAGEMENTS LEGISLATIFS ET REGLEMENTAIRES

La Corse est dotée d'un arsenal législatif et réglementaire théoriquement considérable en matière touristique. En réalité, nombre de compétences sont partiellement exercées, d'autres parcellisées en divers centres de décisions et la compétence fiscale, environnementale ou sociale de l'institution spécialisée n'est pas effective.

Plusieurs propositions que l'on peut classer suivant l'objectif visé en trois catégories de mesures, étroitement liées et interdépendantes, demandent à être mises en œuvre.

### **3.2.1. Compétitivité des entreprises touristiques**

- Extension de la période d'ouverture des établissements de plage situés en zone urbaine ;
- alignement de taux particuliers de TVA en Corse au taux particuliers des DOM (Guadeloupe, Martinique et Réunion) pour certains produits et services touristiques ;
- modification du Code du Tourisme et du CGCT : élargissement de la compétence classement à la distinction Palace (au-delà de 5 étoiles) ;
- dévolution de l'instruction et de la gestion tarifée des labels nationaux tourisme adaptés à la Corse et délivrés en Corse (Qualité tourisme, Grands Sites de France, Tourisme et Handicap, Villes et pays d'art et d'histoire, Villes et métiers d'art, Hôtelcert, Ecolabel européen ,etc...) ;
- retour au régime de droit commun du code du tourisme pour le classement des stations de tourisme qui n'imposent que pour la Corse une enquête publique préalable et la consultation du Coderst et du Conseil des sites.

### **3.2.2. Politique fiscale et environnementale**

- Instauration d'une écotaxe sur les camping-cars ;
- généralisation de la taxe de séjour départementale additionnelle, majoration de son taux au profit de la Collectivité de Corse ;
- substitution de la taxe départementale des espaces naturels sensibles par une taxe d'occupation sur les sites remarquables ouverts au public et aux touristes ;
- instauration d'une taxe de mouillage sur les navires.

### **3.2.3. Complétude et enrichissement de la compétence tourisme**

- Transfert à la CdC de la compétence de la DREAL en matière d'instruction d'installations classées ;
- transfert global à la CdC de la compétence tourisme de la DIRRECTE ;
- fusion des deux CODERST (le conseil départemental de l'environnement et des risques sanitaires et technologiques) et intégration de la structure unique à la CdC ;
- fusion des deux CAUE (*conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement*) départementaux puis intégration à la CdC.

### 3.3. OBJECTIFS CIBLES A HORIZON 2021

Face aux enjeux d'une politique visant le long terme, un certain nombre d'objectifs peuvent être fixés à horizon 2021 pour poursuivre la trajectoire initiée en 2016, ainsi :

- veiller à ne pas accentuer la pointe saisonnière, actuellement de l'ordre de 420.000 séjours en pointe, considérant un pic de 450.000 touristes, mieux répartis sur le territoire, comme un maximum à cet horizon (les résultats de fréquentation en 2016 et 2017 ont démontré sur la base d'opérations de promotion adaptées que les ailes de saison pouvaient être renforcées notamment l'automne) ;
- viser un taux de croissance mesuré hors saison estivale de l'ordre de 3% annuel par le développement de filières d'attraction dont le tourisme d'affaires - la Corse vient d'être élue sur ce segment destination innovante de l'année par Régions magazine - le tourisme de bien-être et art de vivre, les activités de loisirs actifs sur terre comme en mer, le tourisme patrimonial et culturel ;
- augmenter les retombées financières par touriste en développant la part de clientèle étrangère pour la porter de 30 % aujourd'hui à 35% en 3 ans et en travaillant sur des niches de courts séjours thématiques à plus haute contribution, entraînant le développement d'entreprises de production de contenus touristiques ;
- maîtriser et diminuer l'impact environnemental en termes de consommation d'énergie, de production de déchets non recyclés et de consommation d'eau potable ;
- rééquilibrer la part des emplois annuels et celle des emplois saisonniers ;
- gagner un positionnement marqué et reconnu de la Corse comme destination responsable et durable à l'international. Recenser, stimuler et disposer d'offres de référence permettant de tenir la promesse écotouristique, encourager les labels de portée internationale.

Relever ces défis et atteindre ces objectifs supposent de lever les verrous évoqués, en relation avec la Collectivité de Corse et les agences et offices concernés (dans le cadre d'une Conférence Territoriale du Tourisme), mais aussi de trouver de nouvelles marges de manœuvre organisationnelles, institutionnelles et financières pour l'ATC.

## **TITRE 4 : TOURISME ET POLITIQUES PUBLIQUES : RECHERCHE DE NOUVELLES MARGES DE MANŒUVRE**

### **4.1. LIMITE DU CHAMP D'ACTION ACTUEL DE L'AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE**

L'Agence du Tourisme de la Corse a été créée par l'article 69 de la loi du 13 mai 1991, créant un établissement spécialisé sur lequel la Collectivité de Corse exerce son pouvoir de tutelle. Les règles relatives aux compétences de la Collectivité de Corse dans le domaine du tourisme sont fixées par l'article L4424 du code général des collectivités territoriales. L'Agence du tourisme est un Etablissement Industriel et Commercial.

L'Agence du Tourisme a en charge la coordination de l'ensemble des actions de développement du tourisme en Corse. Elle a pour mission d'observer l'activité touristique, d'en assurer la promotion, de soutenir financièrement les acteurs du tourisme et d'instruire les demandes de dénomination de communes touristiques et de classement des hébergements et stations et tourisme.

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

Ainsi l'Établissement a pour vocation :

- de produire et diffuser de la donnée relative au secteur afin d'orienter les stratégies et actions publiques et au bénéfice des acteurs socio-professionnels, d'instruire les classements touristiques. Il anime un système d'information régional (bases de données sur l'offre, portail touristique régional) ;
- d'organiser et de mettre en œuvre des actions de promotion et communication portant l'attractivité de la destination sur les marchés internationaux en fédérant les acteurs autour d'opérations ;
- d'accompagner au travers de dispositifs de soutien financier sous forme de subventions directes, d'avances remboursables, de mobilisation de fonds européens ou par tout autre dispositif, les projets publics et privés concourant aux objectifs fixés dans la politique régionale et visés dans les règlements adoptés en Assemblée de Corse.

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

Les publics visés couvrent l'ensemble des acteurs de la chaîne de production touristique de la Corse.

A ce jour, le budget alloué par la Collectivité de Corse à l'établissement en matière d'intervention reste très faible (l'ATC en fonctionnement et actions représente moins de 1% du budget global de la CdC) ne permet pas une intensité suffisamment

importante au regard des enjeux réels de territoire et au poids du secteur tels qu'évoqués supra. S'il permet quelques ajustements, il ne saurait pouvoir accompagner en l'état une transformation en profondeur :

- 3.100.000€ (budget 2017) sont consacrés annuellement aux aides directes aux porteurs de projets publics et privés ;
- 1.000.000€ (Budget 2017) sont consacrés, via un intermédiaire financier, à des aides en avances remboursables avec un maximum de 200.000€ sur des projets d'investissements qui dépassent les 750.000€ en moyenne par projet.

Le budget de promotion de 1.620.000€ (toutes opérations confondues et tous marchés) soit un ratio rapporté au nombre de touriste de 0,50€, reste également dans un périmètre très insuffisant (le ratio marketing étant en général autour de 20€ par arrivée de touristes) sachant que la Corse ne dispose pas d'une industrie touristique avec de grands groupes susceptibles de porter seuls la promotion de la destination. Il ne permet ainsi pas de présence continue sur les marchés porteurs et limite à des opérations ponctuelles qui, bien qu'habiles et pertinentes, restent très insuffisantes au regard des actions menées par les destinations concurrentes. A titre de comparaison, notre concurrent principal sur les marchés internationaux, la Sardaigne, a engagé en 2017, sur l'année, un budget de 22,6 millions d'euros au titre de la promotion de la destination dont un soutien aux lignes aériennes internationales. Malte investit plus de 30 millions d'euros.

## **4.2. GISEMENTS DE PROGRES ET RECHERCHE DE NOUVEAUX MOYENS**

L'Établissement est configuré sur un modèle global daté sur lequel se sont sédimentés au fil des temps des aménagements mais sans vraiment bouleverser la matrice initiale. Confronté à des ruptures technologiques majeures et à de sérieuses mutations du secteur (comportement du consommateur – économie collaborative – ubérisation – digitalisation de l'information – nouveaux entrants sur le marché – modification du paysage aérien et modèles low costs, etc.), il ne s'est pas adapté à la même vitesse à cette nouvelle donne.

Remis sur les rails en 2016, très opérationnel sur certains plans et encore à parfaire sur d'autres comme dans sa mission d'ingénierie et d'accompagnement des acteurs du territoire, la question de son évolution est aujourd'hui clairement posée.

Cette évolution, qui repose sur le diagnostic de secteur et l'ambition politique présentés supra, doit concerner trois volets stratégiques de maîtrise de trois types de « capital » :

- Le volet « ressources humaines » : compétences et savoir-faire, capital humain ;
  - Le volet « ressources digitales » : data, capital informationnel ;
  - Le volet « ressources financières » : moyens financiers, capital financier.
- 
- **Sur le volet « ressources humaines »** : plusieurs collaborateurs atteignent l'âge de la retraite au cours des trois années à venir. L'ATC doit pouvoir conserver les postes laissés vacants par ces départs et procéder si nécessaire au reprofilage des dits postes pour poursuivre les objectifs

précédemment cités (ex : ingénieur en développement durable). Concomitamment, l'Établissement doit poursuivre son travail en « logique projets » sur des clusters tels que définis en 2016-2017 (affaires, patrimoine et culture, activités de pleine nature, bien-être, ...), ce qui suppose une compétence d'ingénierie et une formation à la culture projet des personnels dédiés.

Il conviendra aussi d'identifier des ressources complémentaires dans les fonctions digitales, observation et ingénierie financière.

- **Sur le volet « ressources digitales »** : tout l'enjeu dans les années qui viennent consiste à maîtriser totalement l'information touristique sous toutes ses formes :
  - bases de données traditionnelles : hébergement, fréquentation, arrivées, etc. ;
  - bases de données territorialisées : remontées des OTI ;
  - fichiers clients (ex : convention bureau) ;
  - fichiers évènementiels ;
  - base de données patrimoniales (sites, monuments...) ;
  - recueil et traitement de données de pression sur les écosystèmes et la communauté d'accueil ;
  - retombées économiques ;
  - banques d'image ;
  - etc.

Le traitement multidimensionnel et l'articulation de ces différentes données soit à travers des SIG soit à travers différents modèles statistiques voire spatiaux doit permettre l'aide à la décision sur la base d'une compétence interne à l'ATC.

- **Sur le volet « ressources financières »** : il est évident que les moyens aujourd'hui octroyés à l'ATC par la CdC sont insuffisants pour relever les défis évoqués plus haut. Trois pistes semblent se dégager pour dépasser la contrainte de raréfaction de financements publics sous le mode subvention :
  - **La voie fiscale :**

Tout d'abord, la Collectivité de Corse doit tenir compte du fait qu'une grande partie du rendement de la taxe de transport est obtenue grâce aux efforts de promotion de l'ATC sur les marchés nationaux et étrangers. Qu'en conséquence, devrait être étudié le reversement d'une partie de ce rendement à l'ATC.

Ensuite, la taxe de séjour additionnelle ex départementale nécessite d'être revue dans son périmètre et dans ses taux et transférée à l'ATC.

De même, il convient de mettre en œuvre une fiscalité environnementale (taxe sur les campings cars, sur les mouillages, sur les sites, etc.) dont le produit doit être dévolu à la mise en œuvre d'opérations de transition écologique du tourisme.

Enfin dans le cadre d'évolutions institutionnelles futures, la réflexion et la mise en place d'un passeport environnemental doit faire partie du projet.

- **La recherche de financements sur projets :**

Au-delà des fonds structurels européens, mobiliser les fonds stratégiques de type

Juncker ou ceux de la Caisse des dépôts et consignations avec un projet fort lisible à l'échelle méditerranéenne et à l'échelle européenne « Green island in the Mediterrean sea ». Ce pourrait être le cas du BlueInnov ou du PIA « territoires d'innovation de grande ambition ».

Aujourd'hui l'ATC se prépare à créer un Tourism living lab mobilisant acteurs publics et acteurs privés dans le domaine de l'innovation touristique pour produire les conditions d'une transition écologique et numérique du tourisme corse. Cela suppose cependant de disposer d'une ressource humaine qualifiée en ingénierie de projets.

- La contribution des professionnels de la chaîne de production :

L'ensemble de la chaîne de production du tourisme n'est aujourd'hui en Corse que très marginalement intégrée au financement des actions d'attractivité de la destination qui concernent pourtant tous les acteurs. Il en résulte un éparpillement des initiatives et des moyens visant un même objectif et par là même une déperdition en ligne. Or, la taille de l'île face aux géants du tourisme du bassin méditerranéen commanderait, au contraire, de mutualiser les moyens autour d'une stratégie collective partagée. Cet aspect de recherche de partenariat et de commercialisation de services fournis par l'ATC aux opérateurs publics et privés et de nature à conforter le caractère industriel et commercial de l'établissement.

Ainsi l'Agence du Tourisme pourrait reformater ses modes opératoires tout en restant dans le périmètre de ses attributions actuelles, pour plus d'efficacité :

- sur l'observation avec un système de veille et de bases de données quantitatives et qualitatives ouvertes de nature à favoriser l'analyse stratégique des projets de développement et/ou d'investissement ;
- sur l'accompagnement des territoires et projets structurants en ingénierie et financements ainsi que dans les stratégies et de stimulation de l'offre touristique en innovation et qualité (classement, labels) ;
- sur la valorisation de l'attractivité de la destination et de ses filières en conduisant des actions de marketing et promotion avec, au cœur du dispositif, son site portail visit-corsica.com alimenté par un système d'information territorial à parfaire (base de données) ;
- en organisant autour d'elle tout un écosystème d'innovation au service du projet de développement d'un tourisme inclusif durable mobilisant la recherche académique et les start up de service au tourisme (living lab) ;
- en intégrant un outil financier à même d'accompagner selon la feuille de route tracée, le développement local du tourisme et le financement (co-financement) des projets.

## TITRE 5 : LES LEVIERS D'ACTION

- Le premier levier d'action au niveau de la Collectivité de Corse consiste à coordonner les politiques touristiques des autres agences et services au sein même de l'Agence du tourisme. La coordination des acteurs, telle que fixée dans les missions de l'Etablissement ne peut s'exonérer d'un niveau de coordination préalable au sein de notre propre organisation territoriale. Or celle-ci, rapportée au tourisme est très parcellisée en interne (tout le monde s'occupe de tourisme au sein de la Collectivité de Corse) et souffre d'un émiettement des compétences qui pénalise une vision partagée et des moyens (y compris humains) mutualisés au service du projet. La vision en tuyaux d'orgue doit donc retrouver une colonne vertébrale lisible et opérationnelle, charge ensuite à chacun des services ou agences de servir le projet dans ses attributions.
- Le second levier d'action vise à améliorer la connaissance et les analyses des expériences acquises en matière de développement d'un tourisme durable et la définition partagée d'indicateurs qui, là encore, existent mais de manière très éclatée. Ce levier essentiel demande des interactions avec la recherche et notamment universitaire dont le projet global corse doit influencer les programmes d'enseignement et de recherche. L'idée est double : d'une part construire de la ressource dans l'île sur laquelle prendre appui en termes d'expertise, de conseil en tourisme durable et, d'autre part, préparer les ressources humaines aux métiers dont le tourisme corse a besoin pour demain.
- Le troisième levier d'action consiste à mettre en place un fonds « tourisme vert » qui puisse appuyer l'établissement de la collectivité en charge du tourisme et être financé :
  - par la contribution de la Collectivité de Corse ;
  - par la contribution d'autres agences et offices voir services de la Collectivité dans leurs investissements consacrés au secteur tourisme ;
  - par les revenus de taxes diverses à orienter vers le tourisme durable ;
  - par les revenus d'amendes de contrevenants aux dispositifs règlementaires qui seraient formalisés dans le futur.

En résumé, les politiques internes de la Collectivité de Corse et son organisation sont essentielles à la réussite du projet. Cela suppose en synthèse :

- une clarification de l'organisation territoriale du tourisme et de la fiscalité, redéfinition des rôles et missions de chacun (Interco/Station/Offices de tourisme/ATC) : « qui fait quoi ? » en lieu et place de « tout le monde fait de son côté ce que fait aussi l'autre ». Les effets de seuil exigent d'autres modes opératoires que la subvention et/ou le financement d'actions décidées unilatéralement par les uns ou les autres pour passer à une véritable logique de mutualisation des moyens et actions sur le territoire, à commencer par celles relatives à la promotion de la destination (compagnies de transport en *in coming*, chambres consulaires, etc.) ;
- des transversalités à organiser entre établissements de la CdC autour du catalyseur « destination management organisation » qu'est l'ATC pour optimiser les actions et éviter l'éparpillement qu'une île confrontée à la compétition que se livrent les destinations touristiques ne peut se permettre ;
- des rationalisations à opérer en interne en globalisant les ressources humaines et mutualisant les forces au service d'un projet commun ;



- une souplesse impérative à trouver dans l'organisation de l'établissement notamment au service de la promotion de la destination qui dans le secteur concurrentiel du tourisme n'est pas toujours compatible avec des logiques administratives ;
- un corps d'ingénierie publique de la Collectivité au service du tourisme durable dans tous ses aspects, à mettre en place comme une task force mobilisant les compétences internes qui ne manquent pas mais qui doivent être mieux formatées pour accompagner le développement du tourisme durable ;
- et enfin un plan de développement tourisme durable à élaborer par une mission interne Collectivité de Corse qui puisse être confié à une équipe courte dédiée complémentaire mobilisant plusieurs compétences sous la direction de l'Agence du Tourisme.

Ce plan devra être rassembleur et intégrer dans la réflexion menée une consultation très large des acteurs du tourisme publics et privés du territoire. Il devra être engageant, fondé sur nos acquis fondamentaux majeurs, devra pouvoir assurer la cohérence des actions et conjuguer dans une vision prospective mais également opérationnelle les aspects économiques, environnementaux et sociaux d'un tourisme durable auquel, plus que d'autres, la destination Corse a légitimité de prétendre.

... Un turisimu da fà !

## TITRE 6 : DECLINAISONS OPERATIONNELLES

### 6.1. DECLINAISON TEMPORELLE SELON LES ENJEUX

#### Enjeu n°1 : Remettre le tourisme au centre des préoccupations économiques de l'île

Adoption feuille de route	Avril, mai 2018	Présentation AC
Mise en œuvre d'une « Commission territoriale du tourisme durable » avec autres acteurs politiques publiques CdC + Université	Octobre 2018 à janvier 2019, puis suivi annuel	Instrument fédérateur des initiatives et investissements touristiques sur le territoire autour de l'ATC
Candidature PIA – Elaboration du projet	Juin à décembre 2018	Moyens Ingénierie ATC/BET Co-financement Caisse des dépôts
Reconfigurer les maquettes FEDER, FSE, FEADER pour une meilleure lisibilité des actions tourisme et une redistribution des moyens.	Fin 2018	ATC avec DAEI
Mise en œuvre des projets PIA Création d'un Living Lab écosystème start ups du tourisme et volet académique	Janvier 2020 à décembre 2021	Investissements Co-Financement Caisse des dépôts Contreparties privées
Préparer « 2020 année du tourisme durable » en Corse	Année 2019 Année 2020	Préparation Actions
Création d'un outil financier dédié aux investissements publics de la CdC pour le tourisme durable	Dès janvier 2019	Mutualisation des interventions éclatées de la CdC au sein d'un même fonds

#### Enjeu n°2 : Planter une culture du développement durable du tourisme et construire un plan rassembleur

Dresser un état des lieux sur les conséquences actuelles du tourisme sur la ressource et sur les implications du secteur	Mai à novembre 2018	Travail en commun ATC-OEC pour disposer d'indicateurs fiables et envisager des objectifs atteignables
Consultations, assises du tourisme élaboration du plan de développement tourisme durable	Mai à novembre 2018	Mission Ingénierie interne CdC/ATC + accompagnement BET sur sujet plus précis
Validation du plan CdC/ATC	Décembre 2018	Rapport AC

Mettre en place une enquête résident (baromètre annuel acceptabilité et incidence tourisme)	2018 puis actualisation à 2021	ATC – Université
Sensibilisation des entreprises aux bonnes pratiques.	2019 à 2021	ATC en partenariat OEC-Ademe et Direccte
Elaborer les grands prix du tourisme durable en Corse, inculquer par l'exemple.	2019 à 2021	ATC en partenariat OEC et autres Offices CdC
Promouvoir de manière différenciée les structures qui entrent dans ces logiques	Juin 2018 à 2021	Harmonisation et agrégation des aides au tourisme aujourd'hui parcellisées
Instaurer un passeport vert Corse	Fin 2019	ATC et OEC + ADEME (co-financement)
Enclencher la transition écologique notamment énergétique	Fin 2018 à 2021	ATC avec OEC et AUE (PPE)
Réviser le plan nautique de l'île vers une dimension durable	Septembre 2018 à mars 2019	ATC avec ADEC
Développer un plan vélo sur la Corse avec investissements dans les pistes cyclables	2019 à 2021	ATC et AUE

### Enjeu n°3 : Valoriser les métiers et agir sur la formation professionnelle

Campagne de valorisation des métiers en Corse	2018 à 2021	Plan de communication annuel ATC-Service Formation CdC
Mise en ligne d'une plateforme emploi tourisme au sein de l'ATC optimisant adéquation offre/demande	2019	Partenariat Pôle emploi, commission paritaire
Sensibilisation employeurs et salariés aux conditions de travail, réunions locales	2018 à 2021	ATC – Partenariat avec commission paritaire et Direccte
Lancer un diagnostic des formations actuellement délivrées en tourisme	2018	ATC- direction de la formation avec BET
Tester la faisabilité d'un campus des métiers tourisme en réseau méditerranéen	2018	ATC – direction de la formation – volet académique, Université
Préfiguration de la configuration et dimensionnement d'une école du tourisme	Septembre à décembre 2018	Mission conjointe ATC-Direction formation – socio-professionnels

Elaboration du projet d'école du tourisme	2019	ATC- direction de la Formation + BET
Lancement école du tourisme	2021	
Développer des MOOC	2019 à 2021	ATC - partenariat Atout France

#### Enjeu n°4 : Soutenir la compétitivité de l'offre de produits et services.

Actualisation guide des aides au tourisme	Octobre 2018 à janvier 2019	ATC en ingénierie interne + consultations profession
Création d'un fond tourisme durable alimenté par les ressources nouvelles.	Mars 2019	ATC – CdC – CADEC et organismes financiers partenaires
Enclencher la transition numérique du territoire, encourager les produits, services et les start up tourisme	Fin 2018 à 2021	ATC - CdC- AUE avec contribution université de corse et plateformes régionales et locales
Définition vocation et mise en œuvre de projets structurants propriété CdC	Septembre 2018 à 2021	Etudes ATC – Collaboration AUE – Sce Patrimoine +BET
Mettre en place un label hôtellerie Corse de l'intérieur et accompagner les porteurs de projets	2019 à 2021	ATC- Plan montagne. Soutien à une chaîne volontaire en ingénierie et promotion
Soutenir la montée en qualité des établissements	2019 à 2021	ATC + BET pour diagnostic-action co-financés + maison architecture-CAUE pour conseils
Encourager la connaissance des clientèles et la pratique des langues étrangères	Septembre 2018 à 2021	ATC + direction de la Formation + centres de formation
Candidater aux projets UE permettant d'innover dans l'offre de produits et services Ex : Blue innov	Permanent	Veille à organiser ATC + DAEI

#### Enjeu n°5 : Maintenir et développer l'attractivité de la destination

Résultats enquête lourde	Fin avril 2018	ATC-INSEE
Exploitation des résultats à des fins stratégiques	Mai à juillet 2018	
Exploitations complémentaires selon besoin	2019 à 2021	ATC - UNIVERSITE
Elaboration Plan marketing tourisme durable destination à 3 ans	Juin à octobre 2018	Ingénierie interne plan 2019-2021

Opérationnalité Plan Marketing	Janvier 2019	ATC validation commission
Etudes de marché spécifiques et restitution auprès des acteurs	2018 à 2021	3 marchés prioritaires par an. Ingénierie interne+ Atout France + BET
Actions de promotion et communication de la destination	2018 à 2021	Programme annuel. Moyens budgétaires à renforcer, partenariats à mobiliser
Poursuite du cluster Tourisme d'affaires	2018 à 2021	Développement de nouveaux marchés en fonction accessibilité aérienne ;
Mise en place du cluster Tourisme culturel	Mars à juin 2018 puis animation annuelle	Rôle de coordination ATC filière stratégique
Mise en place du cluster Tourisme actif et de pleine nature	Juin à décembre 2018 puis animation annuelle	Rôle de coordination ATC filière stratégique
Mise en place du cluster bien-être remise en forme	Mai à octobre 2018 puis animation annuelle	Rôle de coordination ATC filière stratégique

**Enjeu n°6 : Adapter un certain nombre de dispositifs et règles normatives nationales aux spécificités de l'île.**

Perception Taxe de séjour additionnelle	A compter de fin 2018	Rapport Assemblée de Corse fin mars
Réflexion sur refonte fiscalité du tourisme en Corse	Mai à janvier 2019	Rapport Assemblée de Corse
Mise en œuvre nouvelle fiscalité territoriale	Mars 2019	
Redéfinition structuration territoriale touristique adaptée à la Corse	Septembre 2018 à mars 2019	Mission interne CdC - ATC, appel à BET
Mise en œuvre taxe sur les campings cars	Eté 2019	Sous réserve accord adaptation législative
Adapter la règle sur les restaurants de plage	Avril à décembre 2018	Sous réserve accord adaptation législative confiée
Disposer des compétences pleines et entières de classement et distinction	Avril à décembre 2018	Sous réserve accord adaptation législative confiée

**Enjeu n°7 : Adapter notre organisation aux mutations numériques et nouvelles exigences.**

Refonte du système d'information régional - bases de données du tourisme Corse	Mars à décembre 2018 puis actualisation annuelle	ATC + BET et Editeurs progiciels
Refonte outil numérique de l'ATC visit-corsica.com	Mars à décembre 2018 puis actualisation	ATC + Opérateur spécialisé (Cofinancement Feder)

Professionnaliser les RH de l'établissement : formation interne et recrutement de profils adaptés.	2018 à 2021	ATC ingenierie RH interne + Organismes formation
Mise en œuvre écosystème digital living lab autour de l'Agence	1 <sup>er</sup> janvier 2020	Coordination ATC
Nouveaux locaux pour l'Agence intégrant un écosystème living lab tourisme	fin 2019 – début 2020	ATC – CdC – Partenaires.

## 6.2. DECLINAISON FINANCIERE

Remettre au centre du développement économique et social de la Corse le développement d'un tourisme durable inclusif suppose à la fois

- l'affirmation d'une volonté politique la plus partagée possible ;
- une nouvelle approche dans les politiques publiques ne rendant plus au rang d'annexe le développement du tourisme alors qu'il est facteur essentiel d'aménagement du territoire, de développement économique et social avec une capacité d'entraînement sur tous les secteurs ;
- une organisation à orienter autour de ce projet par nature transversal qui mérite une tête de pont tourisme dédiée mobilisant tous les partenariats possibles et conduisant le projet politique ;
- des moyens financiers et dispositifs de leviers conformes aux ambitions fixées.

En matière de moyens financiers, le seul budget actuel confié par la Collectivité Territoriale à son établissement l'agence du tourisme, dans le prolongement et périmètre de ceux alloués toutes les années antérieures, ne permet pas de conduire le changement à la hauteur des ambitions et donc de prendre la maîtrise du développement du secteur majeur qu'est le tourisme. De fait, le secteur se développe seul, selon les opportunités économiques privées, avec les conséquences citées et le constat de déséquilibres et de pression sur la ressource, sans grand moyen d'agir efficacement pour les collectivités locales sur lesquelles pèsent pourtant toutes les charges de l'environnement, matière première du tourisme.

Le budget des actions de promotion de la destination à part entière qu'est la Corse, doit être considérablement revu à la hausse pour pouvoir prétendre à être compétitif avec nos concurrents en Méditerranée. La contribution d'Atout France au travers de contrats de destination ou autres dotations nationales pour augmenter la visibilité à l'international sera sollicitée.

Le budget des actions de développement tourisme doit agréger dans un outil de coordination commun que peut constituer à terme l'ATC dans une nouvelle mouture, les fonds actuels existants au niveau de la Collectivité Territoriale:

- les fonds dédiés tourisme du CPER montagne ;
- les fonds du PEI consacrés à l'aménagement ;
- les fonds du PDRC sur le volet tourisme rural ;

- les fonds FEDER et FSE si important dans un secteur fortement demandeur de main d'œuvre qualifiée avec d'éventuels redéploiements à solliciter ;
- les fonds CADEC, à moyen terme, avec le retour des avances remboursables consenties.

Il doit être en mesure également d'être abondé par des fonds stratégiques engagés au niveau

- national avec notamment le PIA et les fonds gérés par la Caisse des dépôts
- européens avec en particulier la BEI, les fonds Juncker, les programmes Cosme, Marittimo, Med, Blueinnov,...

La conduite d'une trajectoire qui remet au centre du projet de territoire, pour mieux en maîtriser les effets et retombées, le tourisme comme créateur de valeur ajoutée, porteur d'emploi et de bien être pour les résidents, ne peut s'exonérer d'une politique d'accompagnement financier et d'investissements audacieuse.

Ces moyens financiers doivent intégrer :

- l'augmentation du budget promotion de la destination, avec un effort partagé entre les investissements consentis par la Collectivité de Corse, les moyens issus de la fiscalité du tourisme collectée ou envisagée au niveau territorial ainsi que les financements sur partenariats, agrégés au budget de promotion des compagnies de transport, acteurs du tourisme, Atout France... Le budget des actions de promotion de la destination avec ces effets de levier à trouver doit atteindre en 2021 un montant d'au moins 5 millions d'euros.
- l'augmentation des soutiens aux projets d'entreprises de tourisme dans leurs investissements de développement durable pour accompagner les transitions nécessaires en mobilisant sur un seul fonds et sous forme de guichet unique toutes les aides aux opérateurs touristiques et en déployant les méthodes concertées d'appels à projet. A plus longue échéance (2025), pourront être intégrés les retours des avances remboursables dont la gestion est confié à la CADEC avec un montant cumulé à fin 2017 de 14 millions investit à retrouver. Les aides aux projets devront être renforcées en espace rural et de montagne pour jouer un plein effet de levier. En 2021, les investissements dédiés aux projets des entreprises pour accompagner leur transition nécessaire et/ou la création-modernisation d'établissements de caractère devraient avoisiner les 6 millions d'euros annuels ;
- l'augmentation des budgets de soutien aux aménagements touristiques et projets publics ou publics/privés (dont ceux propriété désormais de la CdC) en mobilisant à la fois les fonds CdC et Agences et Offices existants et les fonds FEDER, qui demandent d'être au moins doublés pour la mesure 6c (+6 millions d'euros supplémentaires sur 3 ans) compte tenu des projets envisagés à ce jour. L'objectif consiste à disposer d'un fonds « tourisme durable » agrégeant les moyens disponibles dédiés au tourisme. Une enveloppe de 13 millions d'euros annuels devrait être considérée comme un objectif raisonnable à 2021 pour soutenir les aménagements touristiques et les projets (projets structurants, école de tourisme,...) ;

Ces partenariats disponibles peuvent également trouver d'autres effets de levier significatifs en candidatant aux appels à projets européens correspondant à la politique retenue. Le tourisme Corse doit également afficher comme objectif de tirer le meilleur profit des opportunités d'accès aux financements de projets tels ceux

portés par la DGE (Plan d'investissement d'avenir), par la Caisse des Dépôts ou la BPI, ce qui suppose de réserver des co-financements de la Collectivité de Corse. L'ensemble des soutiens au tourisme doivent viser l'objectif de moyens alloués au secteur productif du tourisme de l'ordre de 30 millions par an à horizon 2021. Ce montant est à rapporter à celui de la taxe de transport à son niveau actuel (35 millions d'euros par an) dont l'affectation originelle visait l'environnement, sa protection et son développement avant qu'elle soit intégrée au sein du budget général.



Le Tableau estimatif des besoins de financement du tourisme incluant au budget Collectivité de Corse, les partenariats divers, FEDER, dispositif avances remboursables, participations financières d'autres fonds internes Collectivité de Corse agences et offices et contribution de programmes de financement nationaux au tourisme est le suivant :

<b>Engagements financiers nécessaires</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Moyens promotionnels destination	2.100.000€	2.600.000€	3.300.000€	4.500.000€
Dispositif de soutien aux nouvelles lignes internationales partenariats, appel à projets	0€	700.000€	600.000€	500.000€
Soutien aux entreprises de tourisme <i>(investissements divers, numérique, écotourisme, filières)</i>	4.500.000€	5.000.000€	5.500.000€	6.000.000€
Soutien aux projets publics du territoire <i>dont fonds Feder si redéploiement (hypothèse)</i>	2.900.000€ 1.200.000€	5.000.000€ ( 1.500.000€)	8.000.000€ (2.000.000€)	13.000.000€ (2.500.000€)
Projet Living Lab	100.000€	300.000€	400.000€	500.000€
Etudes, veille et centre de ressources	500.000€	300.000€	200.000€	200.000€
Frais d'administration générale	800.000€	800.000€	800.000€	800.000€
Moyens en charges de personnel	4.350.000€	4.400.000€	4.450.000€	4.500.000€
				<b>30.000.000€</b>

*Nota : il s'agit d'engagements, reflets de la programmation de l'activité et non de crédits de paiement*

