

REPONSE DE VANINA PIERI  
A LA QUESTION ORALE DEPOSEE PAR M. JEAN BIANCUCCI  
AU NOM DU GROUPE « FEMU A CORSICA »

OBJET : Politique touristique.

Monsieur le Conseiller,

Quiconque évoque le tourisme et ses contraintes sait que cette économie fortement concurrentielle est soumise, probablement plus que d'autres, aux aléas du marché et nécessite de faire preuve d'une anticipation et d'une réactivité de tous les instants.

Consciente des enjeux et des difficultés rencontrées par les professionnels, je reste à leur écoute et mes services sont sans cesse en alerte sur les différents territoires. Aussi ? Lorsque vous évoquez un secteur qui entre en crise, permettez-moi, Monsieur le Conseiller, de vous rappeler que les difficultés ne datent pas d'aujourd'hui, que la crise s'est déjà installée, qu'elle dépasse nos frontières nationales et que la conjoncture n'est pas bonne.

Si nous partageons ce préalable, de quoi sommes-nous donc en train de parler ?

Si vos propos, Monsieur le Conseiller, visent à nous rendre sensibles à la nécessité de sans cesse adapter l'offre pour la rendre davantage compétitive et en

accord avec les attentes des clients dans une période économiquement compliquée ... nous le sommes déjà, et les commissions de l'Agence du Tourisme sont à pied d'œuvre depuis plus d'un an pour agir et proposer des solutions adaptées sur les marchés.

Si vos propos, Monsieur le Conseiller, visent à dire que la conjoncture nous a été défavorable et que la destination Corse n'a pas tiré son épingle du jeu, alors permettez-moi de m'interroger sur la nature des données qui vous amène à tirer ce constat...

Car les chiffres, Monsieur le Conseiller, ne permettent à personne et encore moins, alors que l'activité 2012 bat encore son plein avec une arrière-saison jugée relativement bonne, de se satisfaire d'analyses à l'emporte pièces et de conclusions hâtives....

Que disent donc les chiffres dont nous disposons à ce jour ?

Les chiffres du transport fournis par l'Observatoire Régional nous permettent de nous faire une idée plus précise de cette année touristique 2012 :

Pour le trafic global (aérien + maritime)

- Pour le mois d'Avril : - 4% soit (- 22 474 passagers)
- Pour le mois de Mai : + 6% soit (+ 33 369 passagers)
- Pour le mois de Juin : - 8% soit (- 65 506 passagers)
- Pour le mois de Juillet : - 4% soit (- 60 942 passagers)
- Pour le mois d'Août : + 4% soit (+66 596 passagers)

Quant aux chiffres de septembre, même s'ils restent à consolider, confirment des résultats en progression pour le maritime et une forte hausse significative du trafic aérien avec près de 21 000 passagers transportés.

Une fréquentation certes en dent de scie mais avec au final et sous réserve des chiffres consolidés de l'arrière-saison, un léger recul de 0,3 %.

Si nous rajoutons à l'analyse le fait que cette perte est essentiellement due (à hauteur de 87%) au recul de la clientèle italienne, et que certaines régions françaises enregistrent des pertes allant de - 10 à - 20%, je vous laisse juge du constat à tirer et j'en appelle à votre sagacité.

D'autant plus que lorsque ces données objectives seront consolidées par les résultats de la fin septembre et du mois d'octobre, le solde en matière de

fréquentation sera positif par rapport à l'année 2011 et les projections laissent à penser que nous avoisinerons l'année record que fut 2010.

Voilà les chiffres Monsieur le Conseiller, ils parlent d'eux-mêmes...

Nous pourrions nous en contenter, voire même communiquer, puisque vous avez l'air Monsieur le Conseiller, de me reprocher mon absence de déclarations ; de communiquer donc pour saluer le travail considérable des services qui ont tout mis en œuvre pour atteindre ce résultat qui place notre destination dans le peloton de tête des régions françaises en matière de fréquentation.

Nous ne le ferons pas, tout simplement parce que je ne cesse de dire depuis mon arrivée que l'analyse ne doit pas se contenter de mesurer les flux mais notre capacité collective à adapter notre offre... à la rendre, et je ne fais là qu'emprunter à vos propos ; plus performante.

C'est ce que nous nous employons à faire, sans outrecuidance et avec humilité

...

A ce titre l'Agence vient d'engager plusieurs actions qui permettront de mesurer avec précision l'année 2012 auprès des socioprofessionnels et des transporteurs, jusqu'à la mesure la plus fine de la valeur ajoutée et de l'emploi créés par le tourisme.

Sur un autre sujet, vous me suggérez d'orienter la politique de promotion en direction des clientèles du Nord de l'Europe.

Etant administrateur de l'Agence du Tourisme, vous ne pouvez ignorer que j'ai prôné cette réorientation dès mon arrivée et réalisé depuis un changement radical en matière de stratégie promotionnelle.

Les 12 conseils d'administration et 10 bureaux qui ont été tenu lors de cette mandature, ont quasiment tous évoqué cette problématique.

Dois-je vous rappeler qu'il y avait une répartition de l'effort promotionnel sur 17 marchés étrangers. Déperdition de moyens à laquelle il a été mis fin puisque dès 2011, nous avons recentré notre action sur 5 marchés prioritaires :

- Allemagne
- Benelux
- Grande Bretagne
- Scandinavie
- Suisse

A l'heure où je vous parle ces marchés sont tous en progression et nous allons maintenir l'effort entrepris, nous allons même l'intensifier au-delà de l'aspect promotionnel en développant l'accessibilité de la destination.

Alors, Monsieur le Conseiller, que me suggérez-vous qui ne soit déjà entrepris ?

Un travail avec notre compagnie aérienne régionale ? Avec Air France ? Les CCI ? Tous ces chantiers sont ouverts...

Un partenariat réunit désormais l'ATC et les deux Chambres de Commerce dans une réflexion et une stratégie d'action commune.

Ce partenariat, élargi à Air Corsica, a débouché sur une première action destinée à optimiser l'automne, saison qui vous est chère, Monsieur le Conseiller, puisque vous semblez inspiré par la beauté des arbres à feuilles caduques...

Je disais donc...un partenariat concret avec la mise en place d'un tarif à partir de 49€ au départ de Nice et de Marseille, doublé d'un battage promotionnel puisque l'ATC a programmé l'une de ses opérations phare : « *La Corse s'invite à Nice* » pour le 4 Octobre.

Vous évoquez également une nécessaire concertation avec Air France, ce qui me donne l'occasion de vous rappeler que, ayant reçu mandat du Président du Conseil Exécutif pour développer une offre touristique de transports, j'ai été la première à me rapprocher de cette compagnie il y a maintenant plus d'un an pour essayer d'établir des relations comme cela semble logique entre le chef de file régional du tourisme et la compagnie nationale. Ce cycle de négociations jalonné de près de 15 réunions a abouti à la mise en place de véritables connexions « via » en utilisant les plates-formes de Marseille et de Nice.

L'idée qui nous a permis de conclure cet accord est certes relativement simple mais encore fallait-il emporter la conviction d'une entreprise qui ne fait pas forcément de la clientèle touristique et de la Corse une priorité. Cette idée c'est que sur Marseille et Nice se posent chaque jour et toute l'année des appareils en provenance des principales villes françaises et européennes, sur ces « hubs » se

posent également chaque jour et toute l'année les appareils d'Air Corsica. La proposition que nous avons fait à Air France c'est d'établir des connexions horaires et tarifaires avec Air Corsica : Air France a accepté la mise en place d'un premier volet de connexion sur toutes les villes françaises du 1<sup>er</sup> Octobre au 31 Mars à un tarif de 234 €. Ce qui maille la Corse sur le réseau national et permet de proposer une offre attractive toute l'année.

Enfin et pour conclure, nous ne pouvons parler d'accessibilité et de promotion sans évoquer quelle offre nous souhaitons mettre en marché et là encore nous avons fait des choix...

Vous avez évoqué le concept du Corsica Made et semblé vous en satisfaire... je vous remercie au nom des salariés de l'Agence de rappeler le travail entrepris... mais là encore nous ne céderons pas au chant des sirènes et de la facilité...

Un développement axé sur l'identité et la qualité n'existera véritablement et durablement que si l'on met en place les conditions de sa pérennité. A cette fin, nous avons établis des relations de travail avec l'ODARC, une fois encore pour la première fois, afin d'élaborer ensemble des aspects de cette offre identitaire qui constitue, et je pense que nous pourrons partager cette vision, un avantage concurrentiel essentiel de la destination Corse.

Voilà Monsieur le Conseiller, les éléments que je souhaitais porter à la connaissance de l'Assemblée.

Je vous remercie.