



Rapport d'activités — 2024



BONIFACIO

Office Municipal de Tourisme
2, rue Fred Scamaroni
20169 Bonifacio

Sommaire

PAGE 03 **Bilan**

PAGE 04 **Chiffres clés 2024**

PAGE 09 **Axe 1**
Restauration, mise en valeur

PAGE 12 **Axe 2**
Viser ensemble l'excellence

PAGE 15 **Axe 3**
Pour un tourisme 4 saisons

PAGE 26 **Axe 4**
Pour un tourisme durable

PAGE 31 **Axe 5**
**Développer la stratégie
de promotion**

PAGE 37 **Organisation interne**

Bilan touristique 2024 : *une année satisfaisante*

2024 est marqué par une bonne dynamique de fréquentation sur les ailes de saison et sur août, le coeur de saison.

- Fin avril, mai avec les week-ends de l'Ascension et de Pentecôte sont en hausse,
- Fin juillet, août et toute la période de l'arrière-saison est également en augmentation où il est noté des séjours plus longs,
- Fin juin et les 15 premiers jours de juillet furent décevants de par le contexte politique, les élections et les Jeux Olympiques,
- Dans une moindre mesure, en fin d'année, l'arrêt des rotations avec Santa Teresa a également eu impact négatif sur la fréquentation.

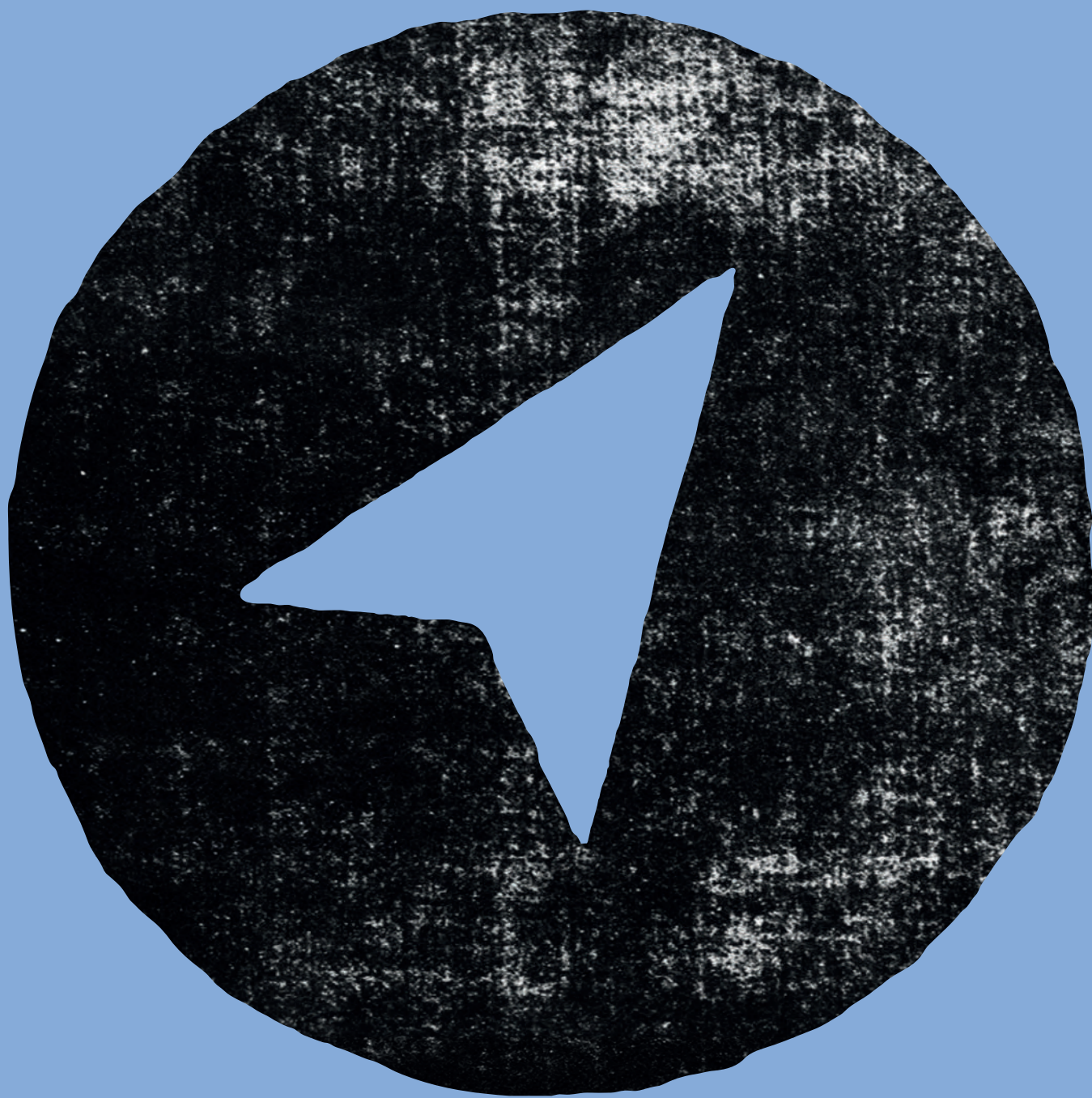
***2024 fut marquée
aussi par une clientèle
internationale qui
progresses. +6% à
l'échelle insulaire.
80% des visiteurs
sont européens
en provenance
d'Allemagne, d'Italie, de
Belgique et de Suisse.***

La clientèle espagnole est en hausse sur Bonifacio. On note aussi que les clientèles en provenance du Canada et des Etats-Unis sont en forte croissance. La clientèle française est toujours fidèle à la destination.

Cependant, la consommation touristique, notamment française, a été marquée par un pouvoir d'achat toujours en baisse. Avec l'augmentation générale des prix, les visiteurs ont fait des arbitrages financiers : beaucoup ont réduit leurs dépenses en restauration, en loisirs, voire en shopping. Ils recherchent activement des prix avantageux. Ce mode de consommation explique, en partie, le choix des voyageurs de venir hors saison où il y a des meilleurs prix.

***Les données issues
des bureaux d'accueil
révèlent que 78% des
clientèles viennent
pour la première fois à
Bonifacio.***

On note un intérêt pour la destination sur la richesse et la variété de l'offre touristique : culturelle, naturelle, art de vivre, sport, événements... Ainsi, il appartient à tous les acteurs de Bonifacio de continuer à structurer une offre touristique à l'année pour renforcer le pouvoir d'attraction et continuer à capter de nouvelles clientèles.

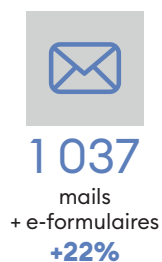


01

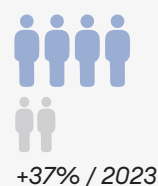
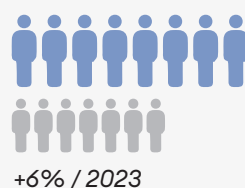
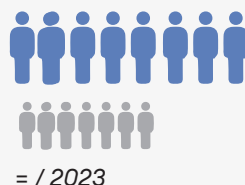
Chiffres clés
2024

Accueil et information

228 209 Demandes **+7%**



Fréquentation des 3 bureaux d'information touristique :



Fréquentation par saison et mensuelle



HIVER

+3%



PRINTEMPS

+30%

+22%

+6%

	Janvier à Mars	Avril	Mai	Juin
Fréquentation	625	17 210	30 661	31 596
Poids mensuel (%)	0,5%	8%	15%	15%



ÉTÉ

+3%

-12%

+17%



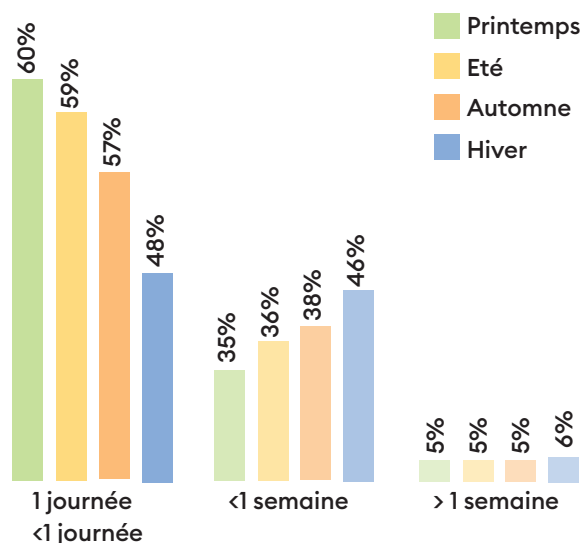
AUTOMNE

+12%

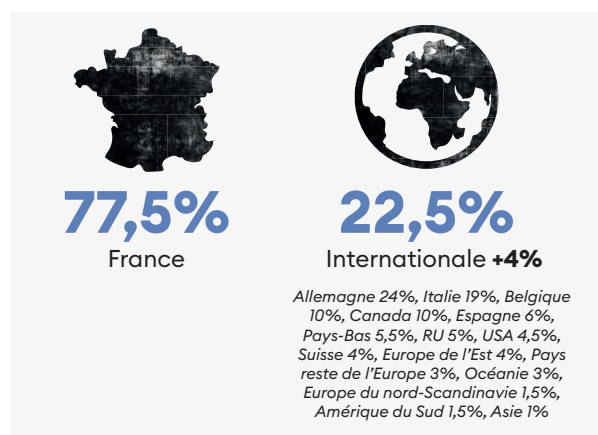
+16%

Juillet	Août	Septembre	Octobre	Nov - Déc
35 381	34 265	40 525	17 073	1169
17%	17%	19%	8%	0,5%

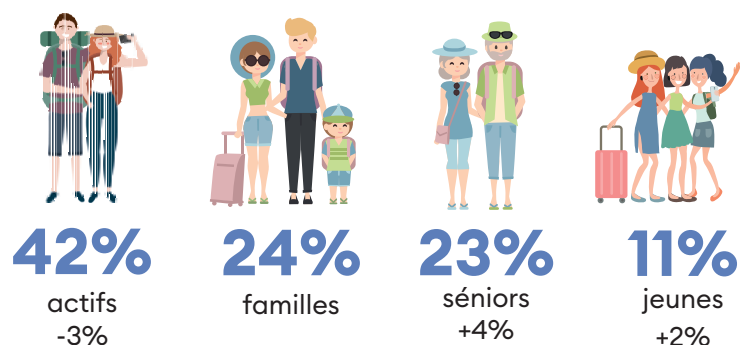
Durée des séjours selon les saisons



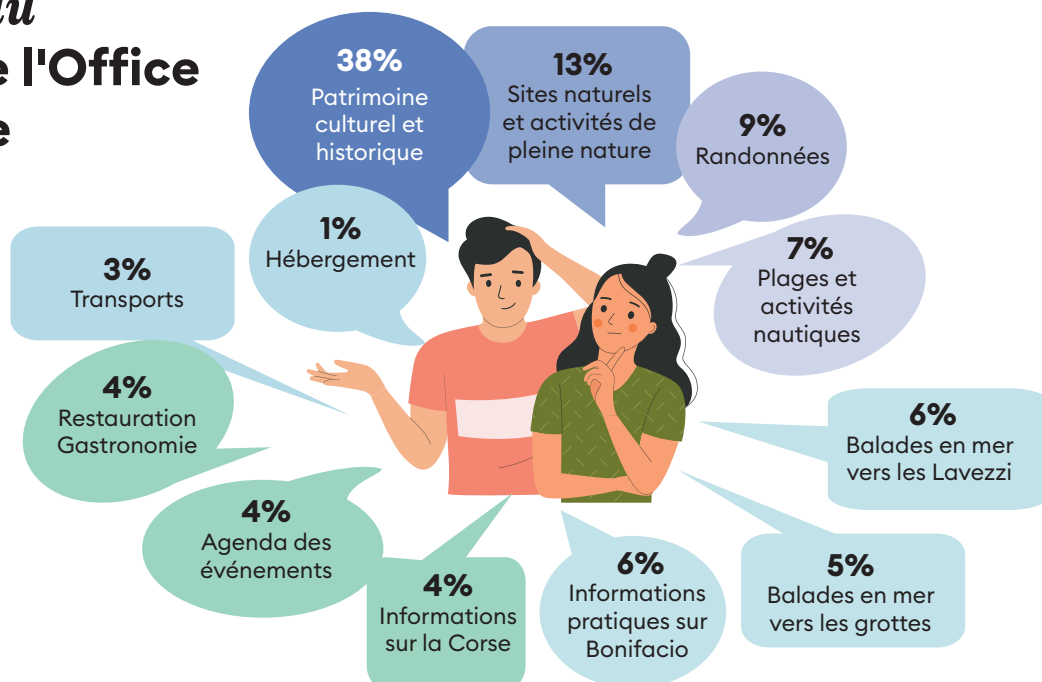
Origine



Typologie des clientèles



Demandes au comptoir de l'Office de Tourisme



Monuments historiques



132 768

Visites de l'Escalier
du Roy d'Aragon
+ 22 %



54 675

Visites du Bastion
de l'Etendard
+3 %

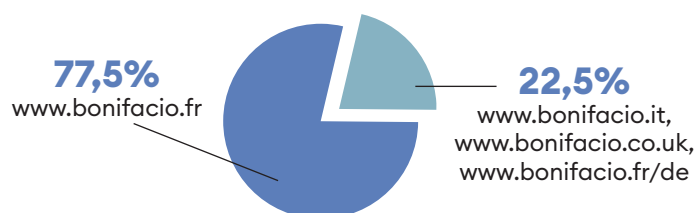
Site internet de la destination



1 239 778
pages vues



471 664
utilisateurs



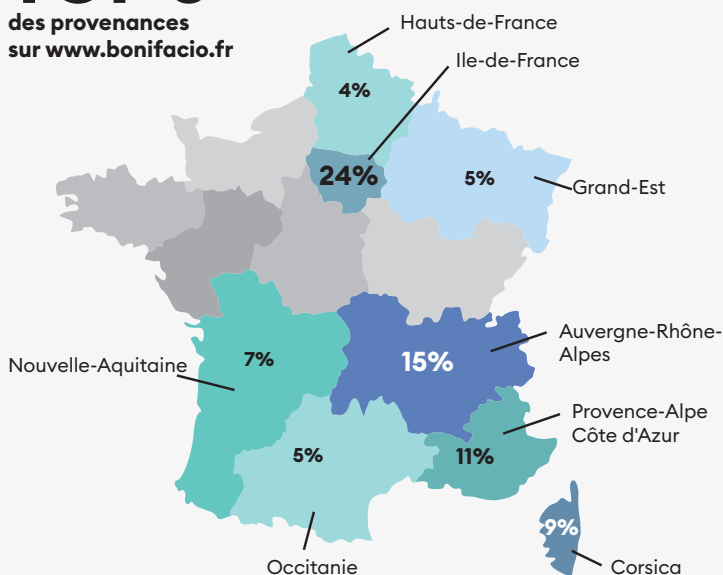
TOP 8

des pages les plus vues
sur www.bonifacio.fr

N°1	Homepage du site 32%
N°2	Promenades en mer 9%
N°3	Top 10 des incontournables du Sud Corse 9%
N°4	L'escalier du Roy d'Aragon 7,5%
N°5	Archipel des Iles Lavezzi 6%
N°6	A voir, à faire 6%
N°7	Les plus belles pages 5,5%
N°8	Tout l'agenda 4,5%

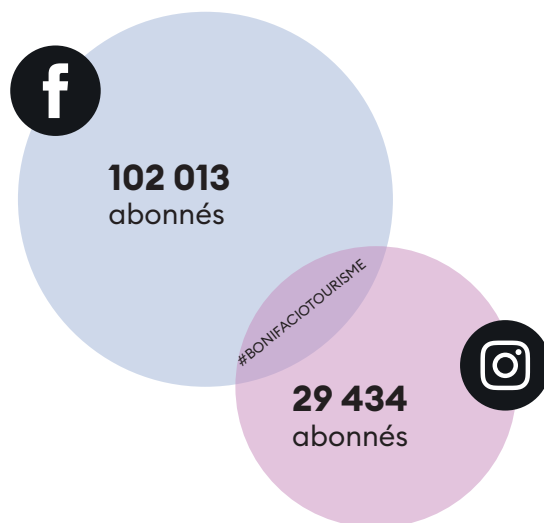
TOP 8

des provenances
sur www.bonifacio.fr

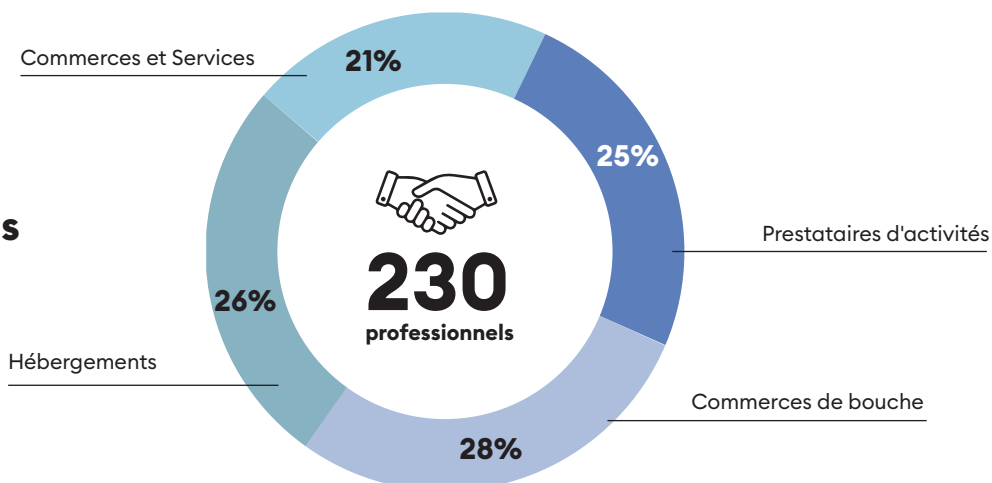


131 447 followers

Social media #bonifaciotourisme



Relation avec les professionnels





Rappel des objectifs de la stratégie touristique

- Travailler la qualité de l'expérience touristique tout au long de la chaîne d'accueil des visiteurs,
- Tendre vers un tourisme à l'année : proposer un caractère multi registre de la destination,
- Partager une approche durable et innovante des paysages remarquables soumis à de fortes pressions,
- Capter de nouvelles clientèles pour un tourisme 4 saisons,
- Renforcer les mobilisations, les coopérations et les appropriations d'un projet d'avenir de territoire entre acteurs pour gagner en efficacité et en moyens d'actions.

Rappel des grands axes de travail

AXE 1 POLITIQUE DE RESTAURATION, MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE ET AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

AXE 2 VISER ENSEMBLE L'EXCELLENCE

AXE 3 STRUCTURATION DE L'OFFRE POUR UN TOURISME 4 SAISONS

AXE 4 RENFORCER LES COOPÉRATIONS ENTRE ACTEURS POUR UN TOURISME DURABLE

AXE 5 PROMOUVOIR ET COMMERCIALISER L'OFFRE 4 SAISONS



02

Axe 1

***Politique
de restauration***

**Mise en valeur du patrimoine
Aménagement du territoire**

Elaboration d'une stratégie de développement touristique

Fixer les objectifs et un plan d'actions intégrant le plan d'actions de l'OGS et un volet convergeant avec le Sud Corse



2024 a permis d'acter l'élaboration d'un schéma de développement touristique territorial, couvrant la période 2027-2039, pour :

- **Faire le lien avec les stratégies prévues localement** (projet Grand Site de France, PLU...), à l'échelle intercommunale (SCoT), régionale (SODT), voire au niveau national et méditerranéen,
- **S'inscrire dans les grands changements sociétaux et environnementaux** du 21^{ème} siècle. Avoir une vision prospective à 12 ans (classement «station de tourisme»),
- **Prendre en compte les attentes et pratiques des visiteurs**, des clientèles cibles, à moyen et long terme, adapter l'offre, ses filières stratégiques et promouvoir Bonifacio en toute cohérence,
- Enfin, **travailler de manière collective**, transversale pour construire l'avenir de la destination.

Projet Grand Site de France (PGSF) de Bonifacio

La rédaction du programme et des fiches actions a été un des chantiers de l'année pour la commune de Bonifacio. Au final, 28 actions ont été définies. L'OMT participera à la mise en oeuvre de plusieurs actions dans les prochaines années :

- **Structuration d'une stratégie de communication PGSF** de Bonifacio
- **Structuration d'une offre 4 saisons** sur le PGSF de Bonifacio,
- **Sensibilisation des socio-professionnels** du territoire au PGSF de Bonifacio,
- **Création d'observatoires de fréquentation** terrestre et maritime,
- **Développement agricole** du territoire,
- **Mise en valeur des activités** artisanales du territoire.

membre du

Réseau des
Grands Sites
de France

Equipements touristiques et culturels *en partenariat avec la ville*



Scénographie des espaces d'informations touristiques

La commune, en partenariat avec l'OMT et l'aide d'une assistance à maîtrise d'ouvrage, a lancé un appel d'offre afin de recruter une équipe scénographique pour entreprendre un vaste remaniement de l'accueil touristique. Ces aménagements s'inscrivent dans une vision d'ensemble de l'accompagnement des visiteurs, avec un remaniement de l'organisation de l'Office de tourisme par la mutation de 3 espaces d'accueil du public : nouveau bâtiment de la capitainerie/OT sur le port, bureau d'info de la citadelle, mise en tourisme du circuit Belvédère Torrione/Escalier du Roy d'Aragon.

Aménagements cyclo touristiques GT 20

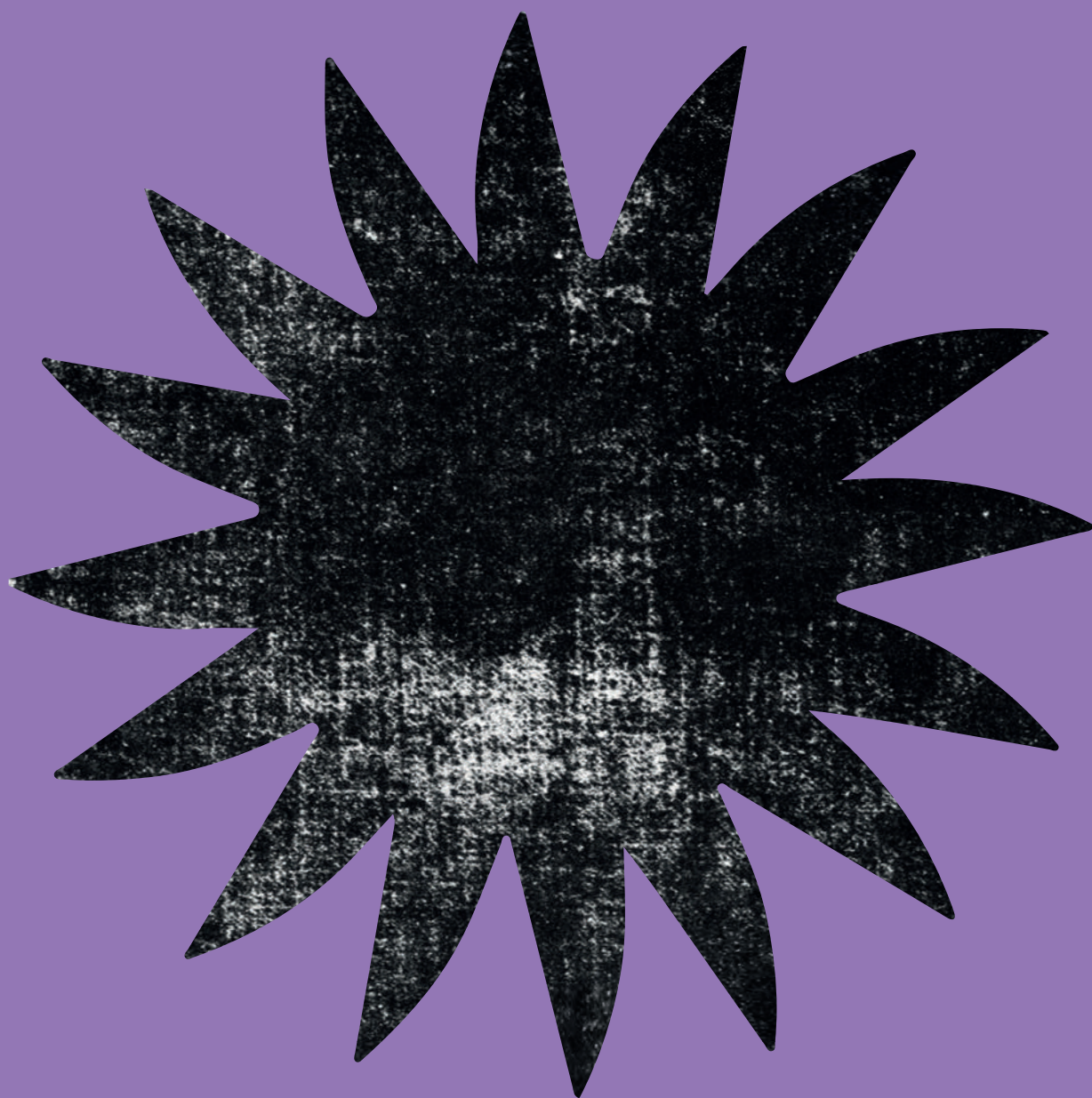
Plusieurs réunions et échanges ont eu lieu avec l'ATC et le bureau d'études mandaté, les différentes communes où passent la GT 20, les services de la commune, afin de concevoir les futurs aménagements cyclo-touristiques sur Bonifacio, en réponse aux besoins de la GT 20, dont l'arrivée se situe à Bonifacio.



Mise en oeuvre du contrat de développement territorialisé avec l'ATC



- Ce contrat encadre les relations de travail entre l'OMT et l'ATC sur des thèmes comme la structuration de l'offre, l'accès au produit & la stratégie numérique, le positionnement marketing : tourisme expérientiel et développement durable, le marketing & la promotion concertée.
- L'OMT a mis en œuvre les actions de la première année du contrat passé avec l'ATC (3 ans) qui s'élève à environ 100 000€/an. L'OMT bénéficie d'une aide de 60%.



03

Axe 2

Viser ensemble

l'excellence

Maintenir un niveau d'accueil et de services de qualité

*L'OMT de Bonifacio
est l'office de tourisme qui
enregistre la plus forte
fréquentation en Corse,
soit 18% du total de
l'ensemble des offices.*

L'OMT a un dispositif d'accueil singulier avec l'Office de tourisme et 2 bureaux d'informations touristiques. Marqué Qualité Tourisme, l'OMT cherche toujours à développer une offre de prestations de qualité pour les visiteurs.

Une équipe importante au service de la destination



- C'est 8 personnes qui sont mobilisées.
- C'est un service trilingue de réponses tout au long de l'année.
- C'est la mise en place de formation des saisonniers avec l'organisation de 2 semaines d'intégration/eductour qui s'est déroulée du 18 au 31 mars. L'objectif étant de préparer l'équipe de conseillers séjours à être de véritables ambassadeurs de la destination, de leur permettre d'avoir la connaissance de l'offre pour apporter des prestations personnalisées aux visiteurs.

Informations claires et précises

- Une attention particulière est donnée dans la **création du plan de Bonifacio**, imprimé en 75 000 exemplaires et **en 4 langues**. Il répond, toujours aujourd'hui, à la demande de nos visiteurs et permet d'avoir une vue d'ensemble des différentes possibilités qu'offre de la destination.
- La **mise à jour de l'info** dans des endroits stratégiques est également au cœur des priorités notamment sur les supports suivants : panneau dynamique, vitrines et panneaux (info 24h/24h).

Diffusion de l'information chez les professionnels

Pour améliorer la diffusion de l'info hors les murs, l'OMT a rencontré **57 hébergeurs** pour apporter des supports d'information personnalisés et adaptés à chaque structure.



- **464 stickers QR Code** des offres de la destination ont été distribués. Il a été scanné **3 475 fois**. Dans le TOP 3 des sujets les plus cliqués 1 = le Plan de Bonifacio, 2 = les activités, 3 = les restaurants.

- C'est aussi **134 plans plastifiés de la ville** de Bonifacio et de nombreuses affiches, des incontournables de la destination, distribuées tout au long de la saison.

E-réputation et dispositif de l'écoute de la clientèle



96%

sont satisfaits
du délai de réponse



94%

sont satisfaits
des réponses apportées par
nos conseillers en séjour



92%

sont satisfaits
du service global

Pour garantir une qualité de service constante, indissociable de l'image et de l'attractivité de la destination, plusieurs indicateurs sont mis en place pour être à l'écoute des attentes et de la satisfaction des visiteurs :

- **Questionnaire de satisfaction** sur les services apportés dans les bureaux d'accueil, diffusé par chat/mail : 96% sont satisfaits du délai de réponse. 94% sont satisfaits des réponses apportées par nos conseillers en séjour. 92% sont satisfaits du service global

- **E-reputation** : seulement 38 réactions sur google, 25 avis dont 20 positifs sur les services apportés par la destination, les professionnels et l'OMT. Les 5 avis négatifs traités concernaient la qualité de l'accueil de l'OMT (3) et de prestation de professionnels (2).

- **Réclamations** : 15 ont été traitées concernant des services de la destination (7), de prestations de professionnels (6), des mécontentements sur l'accueil de l'OMT (2). Dans chaque cas, l'OMT cherche à améliorer la qualité de service proposé aux visiteurs.

- **Tous les avis et réclamations sont étudiées** avec le Groupe Qualité Destination composé d'élus et de techniciens de la commune, des professionnels du tourisme afin de mettre en place des actions correctives, si besoin.

Ventes à l'accueil

Plusieurs prestations de services et produits à destination des visiteurs sont proposés dans les locaux de l'Office de Tourisme et des 2 bureaux d'informations touristiques.

- C'est 43 775 produits vendus pour un chiffre d'affaires de 205 833€. C'est plus précisément 16 489 clients avec un panier moyen de 12,5€. C'est en une moyenne de 2,6 produits/client.
- 94% des produits concernent la visite des monuments historiques. Pour les autres ventes, c'est : 4% de billetterie d'événements (1 561), 1,8% de visites guidées (765), 0,2% d'escape game, 0,01% de RDV gourmands & dégustation et offres expérientielles (28).

43 775

produits vendus

16 489

clients

2,6

produits /client



05

Axe 3

Structurer l'offre
pour un tourisme 4 saisons

Création de nouveaux produits touristiques



Offres expérientielles

- **Création de nouvelles offres** avec les professionnels afin de répondre à une demande croissante d'interaction des voyageurs avec les bonifaciens autour d'activités participatives. Pour un tourisme créatif qui tend à être connecté aux autres, à un lieu, à une culture locale, à une identité.
- **5 activités** ont été créés autour de la pâtisserie, de la cuisine, la cueillette et la fabrication de liqueur.
- **22 rendez-vous** programmés sur les 4 saisons.

Offres de dégustation

- **Les RDV gourmands** permettent à un petit groupe de découvrir les spécialités corses dans des épiceries de terroir, domaines viticoles.
- C'est **81 RDV gourmands** proposés en 2024 !

Packages hébergement + avion avec Air Corsica



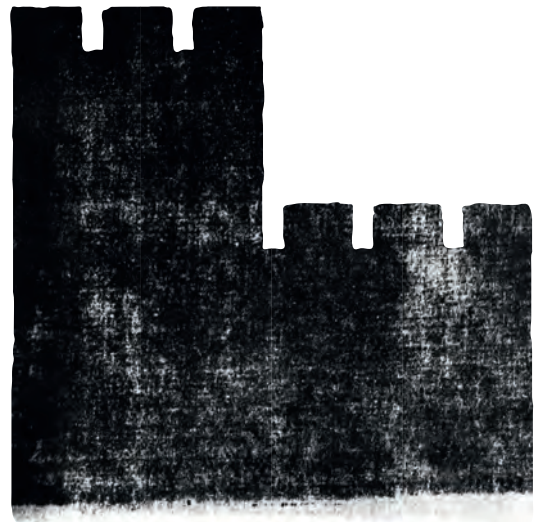
- Un partenariat a été signé avec Air Corsica afin de proposer à la vente des packages avion + hébergement sur les ailes de saison. Cette offre, disponible au départ de Nice, Marseille et Paris, vise à faciliter l'accès à Bonifacio tout en encourageant la fréquentation hors saison.
- Afin de rendre l'offre plus lisible et attractive pour les voyageurs en quête de séjours clés en main, plusieurs offres avec un tarifaire harmonisé par catégorie d'hébergement ont été conçues.

*Package***"Sérénité Méditerranéenne"**

- Dans le cadre du projet européen RebootMed, co-création avec Petra Patrimonia et l'ATC, d'un court séjour baptisé "Sérénité Méditerranéenne –   cotourisme & Rencontres    Bonifacio",
-   labor   en collaboration avec nos partenaires les plus engagés du territoire,
- Découvrir Bonifacio à travers le slow tourisme : accent sur la rencontre authentique et l'expérience immersive des visiteurs,
- Offre disponible exclusivement en ailes de saison.

Offre de privatisation à la carte des monuments historiques

- Pour répondre à une demande de privatisation    caractère intimiste, ou exclusif, l'OMT offre la possibilité de privatiser les monuments historiques pour 1h pour un coût de 100  . Cette nouvelle offre à un tarif accessible crée l'opportunité à une clientèle de groupes, haut de gamme et ou de comités d'entreprise de s'offrir un petit moment d'histoire unique.
- En 2024, ce fût le retour de privatisations de grande envergure au Bastion de l'  tendard. Nous avons accompagné des clients sur une conception sur mesure de soirées intimistes et de cérémonies privées. Ces événements ont contribué à renforcer la réputation des esplanades du Bastion de l'étendard en tant que lieu d'exception, rivalisant ainsi avec les plus beaux sites de Corse !



Ouverture et animation de monuments historiques

Escalier du Roy d'Aragon et Bastion de l'Étendard : une offre de visite attrayante

- 22% d'augmentation de fréquentation de l'ERA et 3% du Bastion de l'Étendard,
- La hausse de la fréquentation est constatée en particulier sur les ailes de saison,
- Depuis 2022, ouverture de l'Escalier du Roy d'Aragon en hiver (deux fois par jour).



20 336
Pass Monuments

2314 enfant
562 enfant (gratuit)
1841 groupe
2924 guide

Escalier du Roy d'Aragon : un site touristique au succès incontesté

- Au fil des années, l'e-réputation de ce site maintient un taux de commentaires très positifs de 98,2%,
- A l'unanimité, le caractère spectaculaire du site et sa dimension de défi sportif séduisent,
- 70% des avis insistent sur les précautions à adopter pour garantir une expérience de visite optimale.

Après 4 ans de mise en application, le règlement de visite est désormais compris comme une composante essentielle de l'usage du monument

54 675
Visites



23 962
Visites simples
2140 enfant
596 enfant (gratuit)



132 768
Visites



91 638
Visites simples
11 311 enfant
1842 enfant (gratuit)

Bastion de l'Étendard, engager le monument dans une démarche inclusive



• De juillet à octobre, une des salles d'exposition a accueilli le projet pédagogique de la classe ULIS de l'école primaire de Bonifacio, une classe accueillant des élèves porteurs d'handicap ou en grande difficulté scolaire. Cette initiative éducative a pour vocation de créer une culture artistique commune à la classe en reproduisant des chefs-d'œuvre de l'histoire de l'art.

• Dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, les élèves se sont amusés à revisiter à leur manière les portraits d'illustres bonifaciens présentés en 2022 lors de l'exposition « Peintres de l'École Corse et commanditaires bonifaciens ».



Escalier du Roy d'Aragon : un diplôme pour « L'Enfant méritant »

Pour améliorer l'expérience des enfants (12% des visiteurs), un souvenir de visite qui reprend la légende de l'ERA avec des clefs de lecture du monument adaptés au jeune public est remis à chaque enfant. Une initiative collective et participative où l'équipe saisonnière a contribué à la rédaction du texte et au choix graphique de ce support de médiation.

Pour un tourisme culturel

Mise en place d'une programmation annuelle de visite guidée avec des partenaires

- **109 visites guidées « découverte patrimoniale »** proposées par l'association des guides de l'extrême sud. 1 314 participants.
- **4 visites théâtralisées conçues par l'OMT :** « Quand l'histoire se met en scène ». 115 participants. Il y a une demande croissante pour des formes de visites guidées « réinventées ».
- **4 visites de découvertes du patrimoine à destination du jeune public** et de sensibilisation à la langue bonifacienne à travers un parcours ludique « U tisoru di Bunifazziu ». 69 participants.
- De nombreuses **visites thématiques selon les événements**: «Una casa, una storia», «Arbres remarquables de la Trinité», «Oliveraie multi-centenaire», «Mares temporaires de Musella», «Tour médiévale de Cala Longa».



109

Visites guidées
"découverte patrimoniale"

1314
participants

4

Visites théâtralisées
conçues par l'OMT

115
participants

4

Visites jeune public

69
participants



A Viranata, la manifestation qui prépare la saison ! 22, 23, 24 mars

- Dans le but de **dynamiser les ailes de saison**, cette manifestation, célébrant le printemps dans toute sa biodiversité, a été reconduite sur 3 jours.
- **20 activités originales** ont été proposées pour un public de proximité et familial : sortie nocturne, balade contée au couvent de Saint-Julien, atelier potions magiques ...
- C'est **133 pers. participantes** malgré une météo défavorable. 60 % des animations affichait un taux de réservation de 75 %.
- L'analyse du questionnaire de satisfaction conforte l'attrait, le potentiel de cette manifestation auprès d'un tourisme de proximité : **82 % des participants pensent s'inscrire à la prochaine édition**. 76 % des participants recommandent l'évènement.



Festival des jeudis polyphoniques, 4 avril au 31 octobre

• **Toutes les semaines et parfois deux fois par semaine**, un concert de chants polyphoniques est proposé à l'église St-Dominique. C'est au total, une programmation de 38 concerts avec 18 groupes différents (dont 3 nouveaux) venus de toute la Corse.

• Le public a été au rendez-vous : **4 794 spectateurs** ont été accueillis +8%. C'est en moyenne 126 spectateurs par concert !

Avril : 101 personnes/concert

Mai : 227 personnes/concert

Juin : 173 personnes/concert

Juillet : 149 personnes/concert

Août : 82 personnes/concert

Sept : 113 personnes/concert

Oct.-Nov. : 114 personnes/concert

• L'OMT assure la diffusion d'une **communication spécifique** pour chaque concert et apporte un service de billetterie y compris online qui a satisfait 3 003 spectateurs, soit près de 62% des entrées.

• L'OMT a participé aussi à la **mise à l'honneur de l'association bonifacienne « Di ghi di scè »** et de leurs créations en langue bonifacienne lors d'un concert en août.

Soutenir l'organisation de la 2^{ème} biennale d'art contemporain De Renava partenariat Centre Pompidou, 10 mai au 2 novembre

• « Roma, Amor », la chute des empires. Pour cette 2^{ème} édition, la Biennale d'art contemporain De Renava s'est interrogée sur le mécanisme de la chute des empires. Et plus particulièrement sur le jeu dialectique décadence/émancipation, vandalisme/héroïsme, ruine/fondation.

• C'est **21 artistes** en sélection officielle, 12 événements annexes, la création de 2 œuvres monumentales, 1 performance en collaboration avec des chanteurs polyphoniques et danseurs insulaires.

• Au final, c'est **17 900 entrées** !

• L'OMT a apporté son concours financier et a aidé à promouvoir l'événement.



Le sport en lien avec les JO, un outil de valorisation patrimoniale, de juin à août



En cette année olympique, le sport est devenu un biais original d'outils de valorisation du patrimoine. L'OMT a proposé plusieurs rdv en lien avec l'esprit olympique et la pratique sportive :

- Participation à la **Journée olympique** du 25 juin organisée par la commune en soutenant des ateliers de médiations culturelles autour de l'esprit des jeux, de démonstrations de tir à l'arc, descentes en rappel...
- Opération « **Patrimoine en jeux** » en juillet et août sur les esplanades du Bastion de l'Étendard avec des activités ludiques et créatives pour vivre les jeux olympiques et paralympiques.
- Création d'un **parcours patrimonial sportif en ligne** accessible depuis le site de la destination, mettant en lumière l'héritage sportif de Bonifacio en collaboration avec M. Didier Rey, historien du sport, professeur des universités. Cette initiative a permis de valoriser des archives photographiques et d'anciennes vidéos, constituant ainsi une base de données historique et patrimoniale ouverte à tous.

Journée Européenne d'Archéologie : tour médiévale de Cala Lunga, 15 juin

- L'OMT a organisé une visite guidée gratuite afin de présenter les découvertes au public d'une étude diagnostic préventive menée au pied d'une tour médiévale de Cala Lunga. L'archéologue en chef du projet et guide-conférencière a animé cette visite.
- Une collaboration avec l'OTI de Porto Vecchio a permis de proposer un programme de visite de sites archéologiques dans tout le Sud Corse sur 3 jours.

Festi Lumi, 4 au 6 juillet



- Pour la 9^{ème} édition de cet événement, la commune, organisatrice de l'événement, a décidé de développer la thématique des confréries religieuses à travers 2 mapping grandioses sur les terrasses du Bastion de l'Étendard et le quartier pisan. 6 autres lieux ont été mis en lumière mêlant nouvelles technologies et imaginaire traditionnel.
- L'OMT a apporté son concours dans l'élaboration de la programmation, a aidé dans l'organisation d'une résidence d'artistes lors de la semaine Sainte, a apporté une aide logistique, a organisé un cocktail de remerciements pour les sponsors et partenaires.
- L'OMT a assuré la promotion de l'événement. Un mini-site dédié a été créé avec une cartographie du parcours en mode dynamique et toutes les infos pratiques : FAQ, accès, parkings, restos, hébergements...

BONIFACIO



INFORMATIONS ET RÉSERVATIONS :
Office Municipal de Tourisme de Bonifacio
04 95 73 11 88 - www.bonifacio.fr
reservation.bonifacio.fr

Journées Européennes du Patrimoine : le patrimoine maritime et le sport à l'honneur ! 21 et 22 septembre

- La thématique nationale des JEP autour du patrimoine maritime, promettait une programmation en parfaite résonance avec le fort caractère identitaire du quartier de la marine.
 - Création d'**animations intergénérationnelles** révélant l'univers des marinaghji via la conception d'une chasse au trésor familiale sur la vie quotidienne des marinaghji, une démonstration de fabrication de nasses traditionnelles, une sortie en mer avec la SPMB pour découvrir les batteries de la Catena et le projecteur de l'Orinella, des visites d'embarcations de la SNSM...
- Animation d'un **café patrimoine** avec la présentation du parcours patrimonial sportif à forte valeur mémorielle, pour offrir la possibilité aux bonifaciens de devenir « des passeurs de mémoire » et raconter ainsi leur histoire.
- Concert du groupe « **Attalà** » qui interprète une chanson « Sémillante », écrite par JF Terrazoni et composée par Matteu Di Meglio.

Soutien à l'organisation de la journée culturelle « Navigantes, la nave dell'identità », 6 octobre

- Porté par la municipalité pour un rapprochement avec la Sardaigne, ce très bel événement en association avec la «fondazione Maria Carta» a valorisé le patrimoine culturel et linguistique de la Gallura. C'est 350 sardes dont 150 participants en habits traditionnels qui ont déambulé dans Bonifacio.
- L'OMT a accompagné ce projet dès le début en participant à une conférence de presse de lancement à Santa Teresa di Gallura, en organisant des échanges musicaux entre chanteurs et musiciens sardes, corses avec « Canti Corsi » et « Di ghi di scè » et surtout en organisant le buffet pour plus de 800 personnes mêlant spécialités culinaires corses et sardes.



Fête de la musique et concert lors des feux d'artifice du 13 juillet et 15 août

- Pour le 21 juin, l'OMT a organisé 6 concerts dans 6 sites différents de la ville, en proposant une programmation éclectique et valorisant les talents artistiques locaux et régionaux. L'OMT s'occupe de la programmation, de l'accueil logistique/technique des artistes et promeut cette manifestation sur tous ses supports.
- Pour les feux d'artifice, la Municipalité a organisé des concerts du groupe Eppò et le chanteur Feli. L'OMT a apporté un appui logistique et a accompagné les techniciens et les artistes avec les services techniques de la Ville.

Pour un tourisme en hiver

Festi di Natali 5 au 15 décembre

• L'objectif pour cette année était de consolider les éléments qui ont fait le succès des éditions précédentes tout en insufflant un vent de nouveauté pour maintenir l'intérêt et attirer un public toujours plus large.



• Concernant le village de Noël, ce sont **42 exposants** répartis dans le quartier pisan qui ont proposé une offre gourmande et d'artisanat/idées cadeaux. Pour les animations, reflétant les valeurs de partage, convivialité et ambiance festive, c'est une programmation pour tous les âges qui a été conçue : 12 concerts, 8 ateliers créatifs et des jeux ludiques en extérieur, des balades à dos de poney, un blind test, des défis sportifs, le concours du pull le plus moche, une parade de Noël, des ateliers culinaires...

• L'OMT et la ville de Bonifacio ont mobilisé des moyens financiers et techniques importants (services techniques, police municipale, service de gestion des déchets de la CCSC...). C'est une équipe de personnes, avec des prestataires techniques, qui s'est occupée de l'installation du marché - chalets en bois, décoration, dispositif électrique et sonorisation, gardiennage de nuit, sécurité -, de la gestion de la logistique, de la circulation et l'entretien des espaces.

Bonifacio ville ambassadrice du Téléthon 29 et 30 novembre

• Bonifacio a été sélectionnée par l'Association française contre les myopathies (AFM) et France Télévision pour représenter la Corse en tant que ville ambassadrice pour le téléthon 2024,

• Ce fût une organisation de grande envergure en association avec les différents services de la ville, les antennes locale et régionale du téléthon corse. Collaboration avec de nombreuses associations bonifaciennes, régionales pour proposer pendant 30h une riche programmation : défis sportifs et culinaires, animations musicales, jeux pour les enfants, petite restauration...,

• Une collaboration a été établie avec France télévision et l'AFM pour l'accueil des familles de personnes atteints de maladies rares et avec Via Stella pour la réalisation de plusieurs reportages qui ont été diffusés en direct sur France Télévision.



Pour un tourisme vert, bleu et d'activités de pleine nature



Régates Swan Bonifacio Challenge

29 mai au 1 juin,

Corsica Classic

28 au 29 août,

Tour de Corse à la Voile

10 au 13 octobre

Bonifacio Marina a accueilli de prestigieux événements nautiques.

- Pour la 1^{ère} fois, le Swan Challenge a fait étape à Bonifacio. Cette compétition sportive prestigieuse, sponsorisée par Rolex, 20 ClubSwan 36 et 50, bateaux finlandais d'exception ont pris place dans le port. Les équipages viennent du monde entier.
- L'OMT soutient la commune et Bonifacio Marina dans ces événements majeurs du nautisme insulaire et plus spécifiquement la Corsica Classic et le Tour de Corse à la Voile.

Journée de nettoyage des fonds sous-marins du golfe de Sant'Amanza, 6 avril

L'OMT a apporté un soutien financier à l'association bonifacienne « AGSA » qui a organisé une journée de nettoyage des fonds marins dans le golfe de Sant'Amanza en collaboration avec l'association « l'Odyssée bleue » de Stéphane Mifsud. Plus de 4 tonnes de déchets ont été ramassés.





WE éco-festif,

25 mai

Dans le but de promouvoir le développement durable, l'association « Water Family du flocon à la vague » soutenu par l'OMT organise un week-end de sensibilisation aux gestes éco-responsables,

- Un après-midi d'ateliers et de jeux visant à sensibiliser le jeune public au recyclage, au tri des déchets et à une consommation zéro déchet a été organisée à la Halle de l'arsenal,
- Une pièce de théâtre intitulée "La guerre du tri n'aura pas lieu", présentée par la troupe du Petit Théâtre Vert, a été proposée aux familles,
- La « Color planet », course colorée sensibilisant les participants au recyclage et à l'économie d'eau,
- L'OMT a réalisé une campagne de communication dédiée mise en place sur différents supports et reliée sur les réseaux sociaux avant et pendant l'événement.



Corsica Cyclo GT 20,

12 mai

La Corsica Cyclo GT 20 a été une des cyclospor-tives la plus médiatisée en France sur les revues spécialisés et sportives. Elle est organisée sur 4 étapes. La ville de départ est Bastia et la ville d'arrivée Bonifacio. Elle rassemble 250 participants, 50 membres d'organisation, 20 motards. La Ville et son OMT apportent une aide logistique et participent à l'organisation de l'accueil des coureurs et des équipes techniques pour la restauration et la remise des prix.



Trail de Bonifacio,

27 octobre

Cette course unique de 14 km a attiré 500 participants. Une course pour les cadets et une marche ont également été proposées. L'OMT a soutenu cette belle manifestation en offrant une partie des frais de restauration aux trailers et par une communication spécifique qui permet de faire rayonner encore plus cette course.



04

Axe 4

*Renforcer les
coopérations
entre acteurs*

pour un tourisme durable

Accompagner les prestataires touristiques vers la transition écologique et stimuler une offre durable

Clôture du Fonds Tourisme Durable Partenariat ADEME

La Ville de Bonifacio et son OMT ont mis en place un programme d'accompagnement, avec Yeswegreen, pour aider les professionnels à adopter des pratiques plus écologiques. Le déploiement du Fonds Tourisme Durable de l'ADEME dans la commune est exemplaire. Bravo aux professionnels qui se sont engagés !

- En 4 ans, 2021-2024, plus de 40 prestataires ont bénéficié d'un soutien financier pour réduire leurs coûts fixes et optimiser leur consommation de ressources naturelles, notamment l'eau et l'énergie. Ces efforts individuels se traduisent par une meilleure gestion des ressources naturelles à l'échelle de la commune, réduisant ainsi les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement.

En décembre 2024, un bilan très positif a été tiré par le comité de pilotage insulaire : sur 245 dossiers déposés à l'échelle de la Corse, 43 provenaient de Bonifacio, soit 17 % des candidats.



245
Dossiers en Corse
43
de Bonifacio
Soit 17%



Création d'une base de données de l'offre écoresponsable et durable

Mapping exhaustif de l'offre durable, écoresponsable et solidaire de Bonifacio. Cette démarche a permis de renforcer la connaissance et le référencement de cette offre, tout en valorisant les initiatives locales en faveur du tourisme responsable.



Améliorer la gestion des tris des déchets

- Création d'un guide de sensibilisation du tri des déchets à destination des professionnels : cartographie des points propres, tournées de collecte en porte à porte, solutions de revalorisation des déchets, rappel des lois en vigueur... en concertation avec la commune, le Syvadec, la CCSC.
- Mise en place de tournée de sensibilisation et d'échanges avec les socio-professionnels, par la chargée du Tourisme Durable de l'OT et les ambassadeurs du tri de la CCSC, pour un état des lieux, suivi des actions et apports de solution de la CCSC.

Réseau engagé dans la charte « produit local/nustrale »

L'OMT a continué à animer le réseau pour développer les circuits de production et de distribution alimentaire locaux vers l'hôtellerie/restauration. Cela s'est matérialisé par :

- Augmenter l'approvisionnement en produits locaux chez les restaurateurs et hôteliers via des mises en relation avec des producteurs, agriculteurs,
- Dynamique de réseau via l'animation du groupe WhatsApp à vocation informative et organisationnelle pour renforcer l'engagement des membres,



- Améliorer la visibilité et déploiement de l'identité du réseau via l'affichage de la charte et du logo sur de nombreuses opérations développées par les membres : rdv gourmand, offre expérientielle, Festi di Natali tant dans le village de Noël que pour l'organisation d'ateliers culinaires,
- Valorisation des membres du réseau dans un espace dédié dans le bureau d'information touristique de la marine.

Accompagner les professionnels dans leur démarche de classement et de qualification

L'écolabel européen



Accompagnement des professionnels dans leur démarche de labellisation. Le Fonds Tourisme Durable et le dispositif financier mis en place par l'ATC ont permis très concrètement d'engager les professionnels volontaires. Aide dans le montage de dossiers d'aide financière.

- 21 établissements contactés
- Fin 2023, **7 établissements** écolabellisés.
- Fin 2024, **9 établissements** écolabellisés.



La marque Accueil vélo

En partenariat avec l'ATC, identification de 6 établissements qui peuvent bénéficier d'un accompagnement individuel.

En 2024, 1 établissement hôtelier, à moins de 5 km de l'itinéraire du GT 20), a reçu la marque Accueil Vélo qui garantit un accueil et des services de qualité pour les cyclistes en itinérance.

34 meublés
dont 5 renouvellements
de classement



Le classement meublé de tourisme

Malgré une baisse de demande de classement liée aux évolutions de la loi de finance, puis de la loi Le Meur ou la loi anti-AirBnB, les particuliers et professionnels ont présenté un intérêt pour classer leur bien.

Animer les réseaux des professionnels Bonifaciens



156
Visites
et accompagnement
personnalisé



78
mails
d'informations
envoyés

Tourisme durable

Afin d'accélérer les démarches et permettre de partager de bonnes pratiques, des contacts et de travailler conjointement à élaborer des solutions communes...

- Plusieurs ateliers avec le **réseau Produit Local / Nustrale**. Fluidifier la communication, la mise en réseau, la commercialisation et augmenter l'approvisionnement en produits locaux.
- Atelier **promotion commerciale du positionnement environnemental** des établissements : rendre visible sa démarche et en faire un atout commercial.
- Atelier et séminaire sur l'**Ecolabel Européen** pour les hébergeurs. Partage de connaissance et de bonnes pratiques par des hébergeurs ecolabellisés ou en cours de labellisation, présentation des dispositifs existant d'aide à la labellisation... mise en réseau.
- Réunion publique : **Trier, recycler, valoriser ses déchets**. Que mettons-nous en place ensemble pour que pendant cette saison et toutes celles à venir, les nuisances des déchets mal ou non traités baissent et que le tri des déchets augmente de manière significative ? Obligations légales, état des lieux et solutions.
- Table ronde **Trier, recycler, valoriser ses déchets** : quelles solutions pour mieux trier et valoriser mes déchets ? Présentation de solutions et rencontres d'acteurs privés.

Commercialisation



- Plusieurs réunions de travail avec les professionnels, Air Corsica pour créer des **packages avion + hébergement** sur les ailes de saison.

- Ateliers pour intégrer les hébergeurs dans la **centrale de réservation en ligne**. Besoins, attentes et freins, solutions techniques pour relier les channels managers...

Rencontres & échanges



- Un **speed dating** permettant de valoriser et rencontrer 22 professionnels qui présentent leur offre, leur savoir-faire, leurs nouveautés.
- Une rencontre **bilan de saison** à la mi-novembre qui permet de réaliser un bilan partagé de la saison avec la présence d'une vingtaine de professionnels.

Accompagnement dans les déclarations de la taxe de séjour

- **26 professionnels** ont bénéficié d'un accompagnement dans leur établissement permettant d'appréhender les outils, de valoriser leurs offres, d'améliorer le paramétrage de leur annonce sur les plateformes...
- Un travail important a été effectué avec les plateformes de vente en ligne.
- Montant taxe de séjour déclaré : 999 967,92€.



05

Axe 5

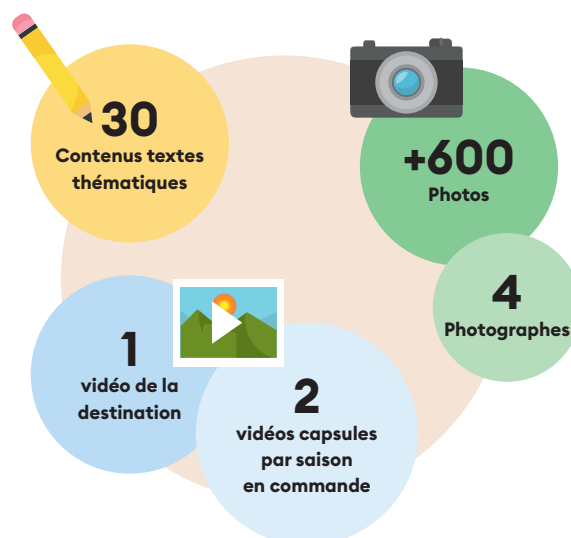
***Promouvoir et
commercialiser***

l'offre 4 saisons

Promotion de l'offre

Production de contenus : diffusion sites de destination, réseaux sociaux, presse ...

- + de 600 photos en 2024 grâce à 4 photographes mandatés,
- + de 30 contenus textes thématiques rédigés et mis en ligne sur le site de la destination,
- Production d'une vidéo de la destination qui se veut inspirationale, tout en évocations, d'1 minute par un professionnel dédié, pour une cible française et étrangère. Livraison prévue mai-juin 2025.



- Lancement en fin d'année d'une commande pour la réalisation de capsules vidéo pour les réseaux sociaux. L'objectif étant de produire 2 capsules/saison de format court et à tonalité poétique, humoristique, décalé. Diffusion : à partir de janvier 2025.

Mise en ligne d'un nouveau site de destination multilingue – Mars 2024



- Amélioration des sites web avec branchement au site de réservation,
- Mise en avant des offres de séjour sur le site internet,
- Événement : une section visible dès la homepage du site + pour chaque événement phare, une expérience est écrite,
- Intégration des contenus éditoriaux dans le SITTCO partenariat ATC.



Accompagnement par un expert sur le référencement naturel (SEO) et payant (SEA)

- Optimisation du référencement SEA avec plan d'achat de mots-clés par saison (Adwords),
- Optimisation du référencement SEO par la réécriture de contenus,
- Accompagnement sur les campagnes digitales,
- Diagnostic sur les indicateurs digitaux de la Destination permettant d'évaluer nos actions de promotion digitale et visant à améliorer la transformation/conversion de nos actions.

Organisation d'accueil presse



- Accueil presse autour du **Séjour Sérénité Méditerranéenne** (projet européen RebootMed) du 24 au 26 avril 2024 : Geneviève Clastres, journaliste de **Voyageons Autrement** et Michel Fonovich, journaliste A/R Magazine.

- Participation à l'accueil presse de la **Biennale d'art contemporain De Renava** du 5 au 7 mai 2024. Le Monde, Madame Figaro, Art press, Geste/s, ArtsLife, AD, France culture, Aujourd'hui, L'œil, Beaux arts, La gazette Drouot, Artibune, Artension.

- **Daily Mirror & Daily Express**, média anglais presse et web du 4 au 6 mai 2024.

- **4running**, le plus grand média italien spécialisé dans le sport, du 15 et 16 mai 2024.

- **Blick**, média suisse-allemand. Reportage autour des initiatives durables du 29 mai 2024.

- **Rough Guides**.

- Blog de voyage sarde **Due Valigie in Viaggio**.

- Participation à l'accueil presse **Biennale Internationale des Arts du Feu**.

- TV **TF1 50 mn inside** 2 à 3 millions de téléspectateurs.

- TV **TF1 Le 13h** « Un week-end à Bonifacio » + « Les gardiens du port » + reportage grand format « Le littoral de Porto-Vecchio à Bonifacio », + 4 à 4,5 millions de téléspectateurs en juillet 2024 pour chaque émission.

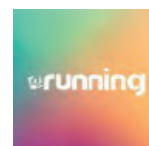
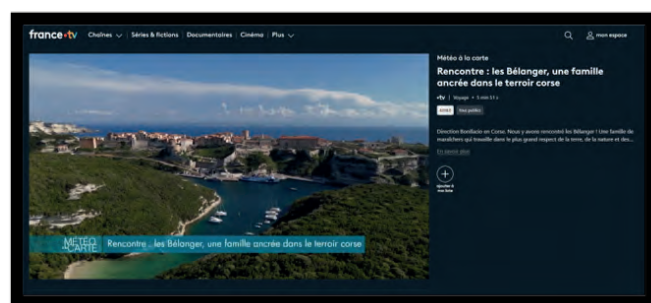
- TV **TF1** Tournage émission « **les plus belles vacances** ».

- TV **France télévision** Météo à la carte De 700 000 à 1 millions de téléspectateurs.

- TV espagnole **RTVE**.

- TV allemande **WDR**.

- **Channel 5**.



Déploiement des campagnes de promotion multicanale par saison

Campagnes valorisant des thématiques spécifiques à chaque saison : séjours, offres découvertes, événements... : META, Adwords, display, retargeting, site web, stories et post FB & IG, newsletter



PRINTEMPS



- **Thématiques contenus éditoriaux :** Sentiers, Gastronomie, Nature en éveil, Phares, Trinité, Voile, Séjours, Offres expérientielles.
- **Events :** A Viranata, Bocca, Semaine Sainte, Polyphonies, Swan.
- **Offres :** activités et hébergements des partenaires.
- **Formats :** expériences, agendas, publicités META, achat de mots-clés, capsule video, collaborations (influenceurs, presse...), cinémas, mini-site.



AUTOMNE



- **Thématiques :** vélo, deux-roues, œnotourisme, été indien, vacances en familles, séjours, offres expérientielles
- **Events :** JEP, Tour de Corse voile, Trail, Polyphonies
- **Offres :** Air Corsica et hébergements
- **Formats :** expériences, agendas, publicité META, achat de mots-clés, capsule vidéo, collaborations (influenceurs, presse...)



ÉTÉ



- **Thématiques contenus éditoriaux :** plages, marchés, Bonifacio la nuit, Marina, sports nautiques, citadelle, art et artisanat.
- **Events :** Fête de la musique, Biennale De Renava, Festi Lumi, Polyphonies, Feux d'artifice & concerts, Corsica Classic.
- **Offres :** monuments historiques, activités, rendez-vous gourmands.
- **Formats :** expériences, agendas, publicité réseaux sociaux, achat de mots-clés, vidéo de destination, collaborations (influenceurs, presse...), mini-site.



HIVER



- **Thématiques :** plein air (sentiers, paysages), se ressourcer, cocooning, bien-être, gastronomie, Bonifacio héritage, monuments historiques sur rdv
- **Events :** Festi di Natali
- **Offres :** hébergements, offres expérientielles
- **Formats :** expériences, agendas, publicité Meta, achat de mots-clés, capsule Natali + « il n'y a rien à faire en hiver à Bonifacio », collaborations (influenceurs, presse...), cinémas, radios, contenus ATC

Zoom sur : campagne digitale Meta – Automne + Hiver = Augmenter le taux d'occupation des hébergements bonifaciens



AUTOMNE

« Prolongez l'été à Bonifacio »

lancée du 23 août au 21 sept.

• **Cible :** Marseille, Nice et Paris (connexions aériennes via Air Corsica) : H/F, CSP+, 30-50 ans.

• Résultats

- 1 712 511 impressions
- 905 847 comptes touchés (+ des femmes)
- 12 695 clics sur lien
- Landing page vue par 3 120 personnes
- Formulaire de réservation vue par 518 personnes
- Envoi de 2 newsletters
- 31 formulaires remplis
- 3 demandes de devis restées sans suite malgré les relances
- 3 demandes de séjours. Les demandes sont également restées sans suite.



HIVER

« Profiter de Festi di Natali 5 au 15 déc. »

lancée du 15 nov. au 11 déc.

• **Cibles :** Corse, Continent, Sardaigne : H/F, couple, amis, famille.

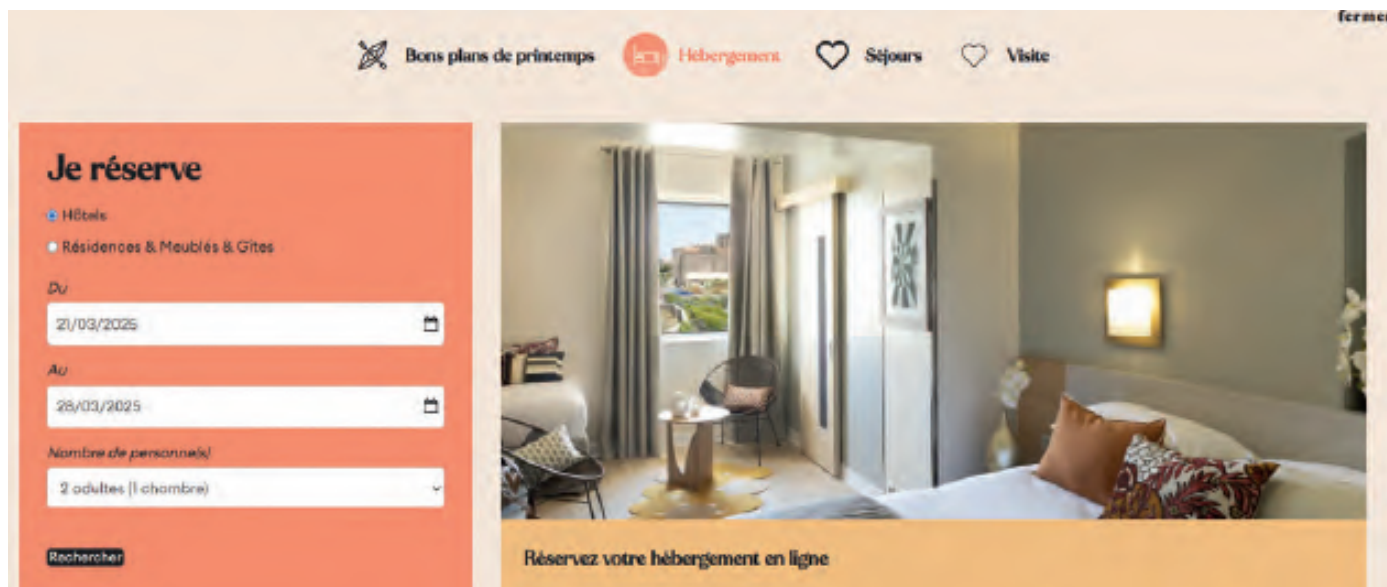
• Résultats :

- 690 599 impressions
- 228 838 comptes touchés
- 6 209 clics sur lien
- 4 réservations



Mise en marché de l'offre touristique 4 saisons

Déploiement de la centrale de réservation pour les hébergements



Un travail de fond en étroite collaboration avec nos hébergeurs partenaires a commencé en 2024 :

- Optimisation grâce à l'intégration de passerelles, permettant une connexion fluide entre la plateforme de destination et les hébergeurs via une contractualisation avec D-Edge. 6 établissements connectés,
- Expérimentation de mise en place d'allotement pour des opérations ciblées. 2 établissements,

- Travail avec des liens iCal (synchronisation des disponibilités). 3 établissements,

- Création d'une campagne pour Festi di Natali pour promouvoir les hébergements ouverts durant l'événement et disponibles à la réservation en ligne sur notre site. Cette initiative visait à stimuler la fréquentation touristique en période hivernale et à faciliter l'accès à des offres adaptées aux visiteurs. Les premiers résultats sont encourageants : 3 séjours d'une nuit pour 2 personnes vendus.

Déploiement de la vente de prestations d'activités sur le site de réservation

C'est un chiffre d'affaires de **68 235€** pour 11 722 produits vendus auprès de 2 567 clients. Le panier moyen est de 26,5€ avec une moyenne de 4,6 produits par client.

Les ventes ont été réparties comme suit :

- 8 173 visites des monuments et sites historiques
- 1 249 visites guidées découverte
- 1 603 places de concert polyphonique

- 399 entrées pour des événements & expositions (A viranata, JEP/JEA/De Renava)
- 81 RDV gourmands et dégustation
- 51 offres expérientielles

Le site de réservation permet d'offrir un canal de distribution supplémentaire pour les professionnels bonifaciens et permet de proposer à nos visiteurs un panel d'activités réservable sans avoir à se déplacer.

Développement et prospection auprès des Tour-Opérateurs

Ces différentes actions s'inscrivent dans une stratégie de prospection active visant à élargir les canaux de distribution et à renforcer la présence de Bonifacio sur des marchés ciblés.

- Accueil de 3 TO dans le cadre d'un eductour programmé pour vivre le nouveau séjour écotouristique développé dans le cadre d'un **projet européen RebootMed**, du 20 au 24 mars

Sardaigne en Liberté, CorsicaTours, Miss Carrinton's.

- Accueil de **TO sardes** – **Eductour CCI Corse et Mobylines** le 4 juin, dans le cadre du développement des liaisons maritimes entre Ajaccio, la Sardaigne et l'Italie **SardiniaBooking, Sardaviaggi, Tui, Gioco Viaggi, Renata Travel, Euphemia.**

- Participation à un Workshop Atout France **Allemagne** organisé par l'ATC.

Rencontres de 4 TO : **Tui, Ameropa, Tredtour, Gebeco.**

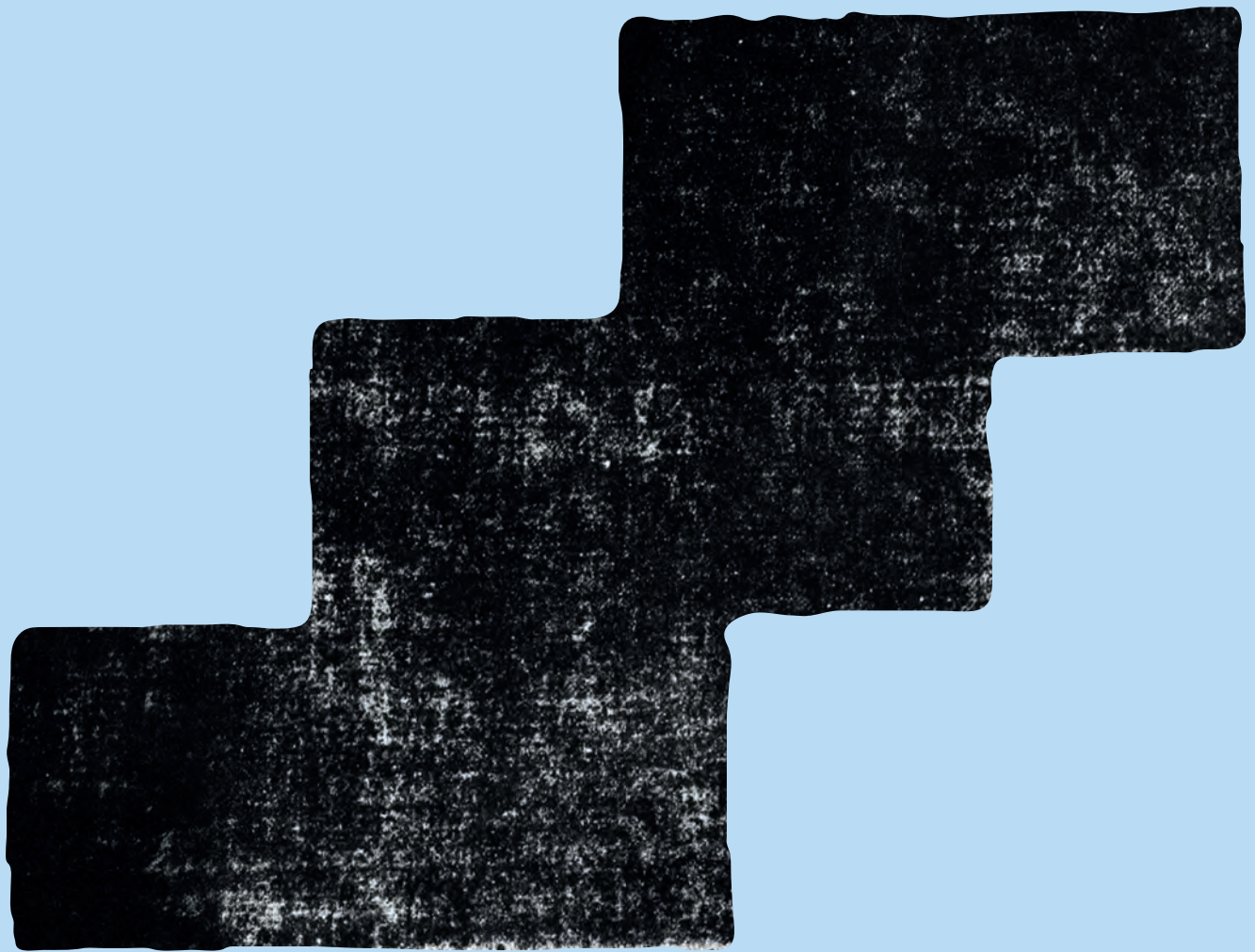
- Accueil d'un **TO canadien** en partenariat avec l'ATC **Your vacation home.**

- Participation au **Workshop "Ci Vediamo in Corsica"**
Rencontres de 10 TO : **Fly 2 Europe Travel, Giocco Viaggi, Go World, Il carroccio viaggi, Isole gemelle by AMS, New Taurus travel, Nuove rotte Geografiche, Raspa club & Gengis khan viaggi, Motus Travelcompany, Travered Tour Operator**



Déploiement de supports pour la promotion et la commercialisation des séjours

- Pour plusieurs séjours : Exception, Dolce Vita, Sérénité, Pure Nature, Trail, Gourmand.
- En français, anglais, allemand, italien.



07

Organisation
interne

Améliorer *la performance sociale*

Insertion : **une dynamique de recrutement**

- Création de 2 CDI, 4 CDD,
- Accueil d'une alternante et de 4 stagiaires,
- Semaines d'intégration pour les collaborateurs saisonniers. Avec ou sans le soutien du dispositif de formation préalable à l'embauche. Mise en place de formations internes sur les outils et process de travail, des mises en situation pour développer les compétences en vente et en relation client, des eductours, et des moments conviviaux pour renforcer la cohésion d'équipe.

Formation : **professionnalisation des métiers**

Plan de développement des compétences avec 226 heures de formation sur 22 formations :

- Promotion-communication-marketing : Ecrire pour le web avec Chat GPT, Midjourney logiciel Photo et IA, Communication digitale Réseau Grand Site de France.
- Commercialisation : Logiciel centrale de réservation, Relancer et défendre ses devis, Accroître l'activité et la performance commerciale de la boutique, Valoriser son patrimoine à travers les locations et les offres de services.
- Management : Renforcer la cohésion d'équipe, Club qualité, Logiciels métier : gestion du temps-des plannings, Comptabilité.
- Expertise : Taxe de séjour, Fiscalité des meublés.

Sécurité : **être proactif**

- Des sensibilisations et formations pour tous : Santé et Sécurité au Travail, Equipier de première intervention, Habilitation électrique, Geste et posture.

Innovation : **expérimentation afin d'encourager la pratique du sport par le personnel**

- Dans une démarche de «Qualité de Vie au Travail», c'est 44 séances de « sport-santé », soit 55 heures de pilates pratiquées par 15 salariés,
- Tous les retours sont positifs concernant le bien-être ! La majorité juge que cela influence positivement leur santé et se sent plus en forme, plus productif.

Avantages sociaux et amélioration de la qualité de vie au travail

- Mise en place de paniers repas,
- Aménagement du temps de travail et amélioration des conditions de travail par la location d'un appartement permettant d'accueillir l'équipe du pôle promotion-communication,
- 2 sessions de teambuilding.

Une équipe au service de la destination

Présidente :

Roxane PIRIOTTU

Vice-Présidente :

Marie-Antoinette FABY

Equipe permanente :

DIRECTION :

Nathalie Buresi

RESPONSABLE ADMINISTRATIVE, FINANCIÈRE, RH ET SÉCURITÉ :

Marie-Hélène Majik

ACCUEIL, INFORMATION, BILLETTERIE, BOUTIQUE

- **Responsable Pôle Accueil Gestion des équipements et Monuments :** Suzanne Curval
- **Responsable accueil et boutique :** Manuela Dongu
- **Conseillère en séjour et Référente accueil :** Fanny Allain (depuis le 04-03-2024)
- **Technicienne de Surface :** Sara Maria Da Silva Miranda

PATRIMOINE, ACCUEIL ET BILLETTERIE MONUMENTS HISTORIQUES

- **Responsable Monuments historiques et Valorisation du patrimoine :** Claire Ortoli-Weschler
- **Conseiller en séjour et assistant technique Monuments historiques Événementiel :** Victor Rival Garcia (depuis le 18-03-2024)

PROMOTION, MARKETING, STRATÉGIE DIGITALE

- **Responsable Pôle Promotion touristique Marketing et Communication :** Stéphanie Suby-Lesy
- **Animatrice digitale et Community manager :** Leïla Rhazouani
- **Assistante Communication Marketing et Promotion :** Hélène Battaglini (depuis le 08-04-2024)
- **Apprentie Communication Événementielle et production de contenus :** Lenna Loubière (contrat d'apprentissage 2 ans depuis le 15-09-2024)

COMMERCIALISATION, VENTE EN LIGNE, RÉGIE

- **Responsable des régies et Chargée de commercialisation :** Marjorie Istria

- Responsable Marchés internationaux :

Poli Carole (depuis le 01-12-2024)

- Chargée de Réservation et Mandataire

suppléante régie : Allard Fleur (depuis le 01-02-2024)

PARTENARIAT AVEC LES PROFESSIONNELS

- **Responsable Partenariats :** Suzanne Curval
- **Chargée de Classements Taxe de séjour et Partenariats :** Ghyslaine Ordonez

EVÈNEMENTIEL

- **Responsable Événementiel et Animation :** Florence Minighetti

TOURISME DURABLE

- **Chargée de mission Tourisme Durable :** Pauline Tafani

Equipe saisonnière :

CONSEILLERS EN SÉJOUR OMT (AVRIL À DÉCEMBRE) + BIT MARINE (JUIN À AOÛT) :

Davide Siddi (7 mois et 25 jrs)
Vittoria Tassistro (7 mois et 21 jrs)
Catherine Isu (7 mois et 11 jrs)
Michaël Viteritti-Trompier (3 mois)
Laura Pena Barroso (2 mois et 7 jrs)
Andrea Jamet (2 mois et 5 jrs)
Lesia Santucci (1 mois et 24 jrs)
Chiara Attura (1 mois et 4 jrs)
Mae Kaiser Cudraz (1 mois)
Julie Beretti (10 jrs)

CONSEILLERS EN SÉJOUR BIT BASTION + SITE HISTORIQUE ESCALIER R. ARAGON (AVRIL À NOVEMBRE) :

Olivia Quinternet (7 mois et 22 jrs)
Nadège Bocognani (6 mois et 11 jrs)
Katia Tomasi (6 mois)
Eleanne Guidi Gardel (3 mois et 10 jrs)
Pascale Suby Lesy (1 mois et 24 jrs)
Pascal Angeli (1 mois et 4 jrs)
Laura Odasso (1 mois)

FESTI DI NATALI

- **Technicienne de surface :** Viviane Honkamp-Noumi (15 jours)
- **Agent polyvalent :** Jawad Zoundri (13 jours)

Finances et ressources humaines

	DÉPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXÉCUTION	REPORT N-1	RÉSULTAT DE CLÔTURE
Fonctionnement	1 813 197	1 846 055	32 858	1 021 819	1 054 677
Investissement	175 453	188 197	12 744	-70 079	- 41 166
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	1 988 650	2 034 252	45 602	951 740	1 013 511

FONCTIONNEMENT DÉPENSES	1 813 197
Charges générales et autres charges courantes	27,9% (505 505/+30,5%)
Charges de personnel	53,1% (962 776/+10,4%)
Opérations d'ordre	4,7%
Impôts	0,3%
Charges exceptionnelles	14%

FONCTIONNEMENT RECETTES	1 846 055
Taxe de séjour	51,8% (955 905/+18,4%)
Vente de prestations	45,5% (839 910/+15,5%)
Atténuation charges	0,4%
Subvention CCI	0,5%
Subvention ATC	1,7%

INVESTISSEMENT DÉPENSES	175 453
Immobilisation incorporelle	77,6%
Immobilisation corporelle	22,4%

INVESTISSEMENT RECETTES	188 197
Opérations d'ordre	45,25%
Réserves	37,25%
Subvention ATC	17,5%