

**RÉUNION DU BUREAU
DE L'ETABLISSEMENT PUBLIC
DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE DE CORSE**

JEUDI 5 FÉVRIER 2026

DÉLIBÉRATION

N°10/05-02-2026

OBJET :

FORMATION

PRÉSENTATION ET APPROBATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION 2026 DE L'ECOLE HÔTELIÈRE MÉDITERRANÉENNE

VU la délibération n°09/22-12-2025/9 du Conseil d'administration en date du 22 décembre 2025, portant délégation d'attributions du Conseil d'Administration au Bureau ;

Le Bureau, régulièrement convoqué, délibérant valablement en vertu de la délégation consentie par le conseil d'administration,

Le quorum étant atteint :

Nombre total de Membres élus du Bureau	:	16
<i>Issus de la Collectivité de Corse</i>	:	9
<i>Issus des Représentants des Professionnels</i>	:	7
Nombre de Membres élus du Bureau présents	:	13
<i>Issus de la Collectivité de Corse</i>	:	6
<i>Issus des Représentants des Professionnels</i>	:	7
Nombre de Membres élus du Bureau ayant donné pouvoir	:	0
<i>Issus de la Collectivité de Corse</i>	:	0
<i>Issus des Représentants des Professionnels</i>	:	0
Nombre total de Membres élus du Bureau présents et représentés	:	13
<i>Issus de la Collectivité de Corse</i>	:	6
<i>Issus des Représentants des Professionnels</i>	:	7
Quorum	:	9
Nombre total de votants	:	13
Adoption	:	13

Membres élus du Bureau ayant pris part au vote :

Représentants de la Collectivité de Corse : Mmes, MM.

Jean-Félix ACQUAVIVA, Angèle BASTIANI, Paul-Félix BENEDETTI, Gilles GIOVANNANGELI, Charlotte TERRIGHI, Hyacinthe VANNI.

Représentants des Professionnels : Mmes, MM.

Jean DOMINICI, Dominique DI MENZA, Auguste GIOVANNI, Karina GOFFI, Pierre ORSINI, Olivier VALERY, Stefanu VENTURINI.

VU le Code général des collectivités territoriales et en particulier son article L4424-42 ;

VU les Statuts de l'Établissement public du commerce et de l'industrie de Corse, membre du Groupe Amparà Méditerranée aux droits de la CCI de Corse, et en particulier son article 2, alinéa 4 définissant ses missions en matière de formation ;

VU la délibération n°24/175 AC de l'Assemblée de Corse du 20 décembre 2024, prenant acte du rapport d'information portant sur la création d'une École de Tourisme, de l'Événementiel et de l'Hospitalité ;

VU les missions du Groupe Amparà Méditerranée en matière de formation initiale, par apprentissage et de formation professionnelle continue ;

VU la création de l'École Hôtelière Méditerranéenne en Novembre 2025, implantée au sein du Palais des Congrès d'Ajaccio ;

VU le document stratégique « *École Hôtelière Méditerranéenne - Stratégie de communication - Lancement 2026* » ;

VU le budget prévisionnel afférent à la communication de l'École pour l'exercice 2026 ;

CONSIDÉRANT l'importance en Corse des secteurs de l'hôtellerie, de la restauration, des arts culinaires, et plus largement, de l'hospitalité qui représentent une part majoritaire de l'économie insulaire, et qui doivent faire face à des besoins structurels importants en compétences qualifiées ;

CONSIDÉRANT l'insuffisance des capacités actuelles de formation sur le territoire au regard des besoins des entreprises, tant en volume qu'en niveau de qualification ;

CONSIDÉRANT la création récente de l'École Hôtelière Méditerranéenne qui répond à un enjeu stratégique de montée en gamme de l'offre de formation, de professionnalisation durable des filières et d'attractivité territoriale en complémentarité des structures existantes ;

CONSIDÉRANT le positionnement de l'École Hôtelière Méditerranéenne qui s'inscrit dans une logique d'excellence pédagogique, d'ancrage territorial, d'ouverture méditerranéenne et internationale, et de réponse aux enjeux contemporains d'un tourisme plus durable ;

CONSIDÉRANT la nécessité d'accompagner le lancement et le développement de cette École par une stratégie de communication structurée, progressive et cohérente afin d'installer son identité, d'assurer sa visibilité et de garantir la lisibilité de son offre ;

CONSIDÉRANT l'importance à apporter au plan de communication qui constituera un levier déterminant pour le recrutement des apprenants, la mobilisation des partenaires et la crédibilité institutionnelle du projet ;

Il est exposé ce qui suit :

1. Présentation de l'École Hôtelière Méditerranéenne

L'École Hôtelière Méditerranéenne (EHM) est un établissement de formation dédié aux métiers de l'hôtellerie, de la restauration, des arts culinaires, de l'événementiel et de l'hospitalité au sens large.

Implantée au sein du Palais des Congrès d'Ajaccio, elle bénéficie d'infrastructures pédagogiques remarquables intégrant cuisines et restaurant d'application, espaces de formation hybrides et lieux événementiels, permettant une pédagogie fondée sur le « learning by doing ».

L'EHM propose une offre de formation complète et évolutive, du CAP au Bac+5, intégrant :

- La formation initiale et par apprentissage,
- La formation professionnelle et continue,
- Des parcours à dimension internationale, notamment via les dispositifs européens et les partenariats académiques.

L'École s'appuie sur un réseau de partenaires pédagogiques et institutionnels de premier plan, parmi lesquels KEDGE Business School, l'École de Savignac, l'École Hôtelière d'Avignon, l'Université de Corse, l'AFPA Corse ainsi que de nombreux acteurs professionnels du secteur.

Elle ambitionne de devenir, à terme, une école de référence à l'échelle insulaire, méditerranéenne et internationale, contribuant à la structuration et à la montée en compétences des filières de l'hospitalité.

2. Enjeux de la stratégie de communication

La stratégie de communication 2026 constitue une étape clé dans le déploiement opérationnel de l'École. Elle vise à :

- Accompagner le lancement de l'École et installer durablement son positionnement ;
- Rendre lisible une offre de formation ambitieuse et différenciante ;
- Valoriser l'exigence pédagogique, l'ancrage territorial et l'ouverture internationale du projet ;
- Soutenir le recrutement des apprenants, tant en formation initiale qu'en formation professionnelle ;
- Fédérer et valoriser l'écosystème de partenaires institutionnels, économiques et pédagogiques.

3. Fondements et principes de la stratégie de communication

La stratégie repose sur cinq piliers structurants, qui fondent l'identité et les messages de l'École :

1. L'exigence professionnelle et la qualité des formations dispensées ;
2. Le territoire Corse comme levier d'identité, de sens et de différenciation ;
3. L'expérience terrain et l'immersion professionnelle au cœur des parcours ;
4. L'ouverture sur un écosystème de partenaires nationaux et internationaux ;
5. La contribution à la construction d'une hospitalité moderne, responsable et durable.

Ces principes guident l'ensemble des actions de communication afin d'assurer cohérence, lisibilité et crédibilité dans la durée.

4. Axes stratégiques et plan d'actions 2026

La stratégie de communication 2026 est structurée autour de trois axes prioritaires :

Axe 1 – Visibilité, lisibilité et crédibilité de l'École

- Création des supports structurants : site internet, plaquette institutionnelle, catalogue de formations ;
- Clarification de l'offre multi-parcours et multi-publics ;
- Affirmation d'un positionnement différenciant fondé sur l'excellence et l'ancrage territorial.

Axe 2 – Prise de parole régulière et incarnée

- Animation des réseaux sociaux institutionnels ;
- Production de contenus éditoriaux, photographiques et audiovisuels ;
- Déploiement d'un calendrier événementiel structurant : journées portes ouvertes, masterclass, conférences, événements de rentrée.

Accusé de réception en préfecture
02A-200076958-20260218-2026-3705-AU
Date de dépôt : 18/02/2026 14:00:00

Axe 3 – Activation et valorisation de l'écosystème partenarial

- Mise en valeur des partenaires institutionnels et professionnels ;
- Communication autour des événements co-construits ;
- Valorisation des partenariats comme leviers d'employabilité et de rayonnement.

5. Moyens et budget prévisionnel

Pour l'exercice 2026, un budget global de 97 000 € HT est affecté à la mise en œuvre de la stratégie et du plan de communication de l'École, réparti entre :

- L'événementiel,
- La production de contenus et de supports,
- La communication digitale et les relations presse,
- La publicité offline et digitale,
- La création et l'administration du site internet.

APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ

CONSIDÉRANT que le Quorum est atteint :

Quorum requis pour le vote : 9

Ont voté POUR : 13

À l'unanimité,

Représentants de la Collectivité de Corse : Mmes, MM.

Jean-Félix ACQUAVIVA, Angèle BASTIANI, Paul-Félix BENEDETTI, Gilles GIOVANNANGELI, Charlotte TERRIGHI, Hyacinthe VANNI.

Représentants des Professionnels : Mmes, MM.

Jean DOMINICI, Dominique DI MENZA, Auguste GIOVANNI, Karina GOFFI, Pierre ORSINI, Olivier VALERY, Stefanu VENTURINI.

Le Bureau :

- **APPROUVE** la stratégie de communication 2026 de l'École Hôtelière Méditerranéenne avec les axes stratégiques, le plan d'actions et les moyens associés ;
- **ADOpte** le budget prévisionnel de communication 2026 pour 97 000 € HT.

La présente délibération fera l'objet d'une publication sous forme électronique sur le site internet de l'EPCI de Corse.

La Secrétaire,

Charlotte TERRIGHI

Bastia, le 5 février 2026

**Le Président de séance,
Représentant le Président de
l'établissement public du commerce et
de l'industrie de Corse**

Gilles GIOVANNANGELI

Document déposé en préfecture
02A-200076058-20260218-2026-3705-AU
Date de réception préfecture : 18/02/2026