

NOUS SOMMES MARSEILLE



CHIFFRES CLÉS / KEY FIGURES 2019

Observatoire local du tourisme
Tourism observatory

CHIFFRES CLÉS À RETENIR

1^{er} port de France
4^e port de Méditerranée
7^e port mondial de transit et
14^e mondial pour la croisière

2^e ville de France,
870 000 habitants
(estimation source INSEE 2019)

Top **5** des villes préférées
par les étrangers
selon le classement Trivago

2^e ville de tournage de France :
441 tournages / 1 260 journées

Selon le New York Times
Marseille fait partie des **50** villes à visiter dans le monde
en 2019 (devant Los Angeles, Perth ou Hong kong)

1,5 milliard d'€
de retombées économiques

5 millions de touristes
1,8 million de croisiéristes

Près de **16 000** emplois directs

Dans le **top 100** mondial
des destinations de congrès internationaux
sur 1794 villes classées (classement ICCA 2019)

9 500 chambres
(hôtels et résidences hôtelières)

982 manifestations,
482 350 journées congressistes
pour 380 millions d'€ de retombées économiques totales

KEY FIGURES TO REMEMBER

2nd

largest city in France,
870,000 inhabitants
(estimation source INSEE 2019)

The n°1 leading port in France

The 4th largest port in the Mediterranean

The 7th largest transit port and
the 14th largest cruise port in the world

In the top 5 of the best cities to visit,
as voted by tourists
According to Trivago ratings

2nd

most popular city as a filming location in France:
441 film shootings/1,260 days

According to the New York Times
Marseille came in the top 50 of the best cities to visit
in the world in 2019 (coming before Los Angeles, Perth and Hong kong)

1.5

billion €
of spin-offs were generated

5

million tourists

1.8

million cruise passengers

Almost

16,000

direct jobs generated

9,500

rooms to stay in
(In hotels and aparthotels)

Ranked among the world's top 100
of the best global conference destinations
(as ranked ICCA 2019)

982

events,
482,350 conference days
with 380 million € of economic impacts



Issus d'une collaboration étroite entre la Ville de Marseille et l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille, les chiffres clés du tourisme, sont le reflet des leviers puissants sur lesquels Marseille s'est appuyée pour se hisser dans la liste des grandes destinations touristiques : le développement de l'offre en hébergement marchand, l'aide technique aux nouveaux professionnels de la filière, la promotion des rencontres professionnelles de type congrès et salons, les grands événements culturels ou sportifs, les croisières, et enfin les tournages.

La progression de Marseille au cours des 20 dernières années n'est pas le fruit du hasard ou de la conjoncture. La Municipalité a fait du tourisme un axe majeur de développement économique et de création d'emplois. Organisés autour de l'Office de Tourisme, les professionnels participent activement à la stratégie et aux opérations de promotion qui visent à faire connaître la destination sur de multiples marchés.

L'engagement de la direction de l'attractivité de la Ville en faveur de ces actions de promotion, via notamment les directions des relations internationales, des grands événements, de la culture ou de l'économie, renforce cette synergie dans un objectif commun de rayonnement international de la cité phocéenne.

Des opérations d'envergure comme la Biennale Internationale Des Arts du Cirque, Manifesta ou encore les Coupes d'Europe de rugby, avec en point de mire la Coupe du Monde de rugby en 2023 et les Jeux Olympiques 2024 sont le résultat de cette mobilisation collective.

Autre activité florissante : l'industrie des rencontres professionnelles. Ce secteur a généré plus de 380 millions d'Euros de retombées économiques en 2019 pour la seule ville de Marseille.

Dans le cadre sa compétence tourisme, la Métropole Aix-Marseille a signé un accord de partenariat avec le Bureau des Congrès de Marseille dont les prérogatives sont désormais étendues au territoire métropolitain. Les objectifs étant de faciliter la lecture de l'offre pour les organisateurs, porter la richesse et la diversité de notre territoire d'une seule voix.

Les croisières jouent également un rôle majeur dans la notoriété touristique internationale de la Ville en forte croissance. Les terminaux du Grand Port Maritime de Marseille permettent d'accueillir toutes les classes de navires des leaders mondiaux du marché dans les meilleures conditions nautiques. Par ailleurs, le secteur est pleinement engagé dans une nécessaire transition environnementale, en particulier dans la dimension énergétique avec l'arrivée de navires neufs plus vertueux tous équipés de laveurs de fumées, l'utilisation récente de carburants alternatifs comme le gaz naturel liquéfié, ou encore le branchement électrique à quai progressif puis total à horizon 2023.

Installé durablement dans les ports leaders du secteur, 23 compagnies, 80 navires différents soit près de 1,9 million de passagers en 2019 qui viennent confirmer l'attractivité de la destination Marseille !

Enfin Marseille est une terre de tournages. Au-delà de la série « Plus belle la vie » qui poursuit ses audiences quotidiennes supérieures à 5 millions de téléspectateurs, la Ville a accueilli cette année près de 450 tournages de films et séries.

Marseille continue donc son ascension et s'affirme comme une des principales villes touristiques de la Méditerranée.

Les résultats de l'année 2019 confirment la nouvelle montée en puissance de Marseille, de quoi à consolider la confiance des investisseurs. Quelques exemples : ouverture de l'Hôtel Mercure Canebière, transformation de la Villa Valmer en hôtel haut de gamme, signature de l'enseigne Meininger pour une ouverture en 2021.

Les locations saisonnières de type Airbnb continuent de progresser avec une offre dépassant les 8000 adresses actives.

La pandémie du Covid-19 au moment où nous rédigeons ces lignes n'est pas terminée et nous savons que notre secteur d'activités sera durement et durablement impacté. Nous serons aux côtés de nos professionnels dans cette période troublée pour les aider à surmonter cette crise.



The product of a close collaboration between the City of Marseille and the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau, the key tourism figures reflect the powerful levers Marseille has relied on to make a successful break in the tourism sector: developing a range of commercial accommodation options, advancing technical aids for new professionals in the field and promoting professional meetings, (such as conferences and trade shows) major cultural and sporting events, cruise tourism and last but not least, filming.

The way Marseille has progressed in the tourism sector over the past 20 years is not by chance nor due to the economic climate. The city council has made tourism a major focus for economic development and creating new jobs. Working with the tourist office, various professionals actively take part in implementing strategies and promotion campaigns, which aim to make the destination renowned in multiple different markets.

The commitment of the management team working on drawing in tourists to the city, aims to encourage the implementation of promotional campaigns, notably via the management teams working in international relations, major events, culture and the economy. This reinforces the collaboration between these teams, which have as a common goal, making Marseille internationally renowned.

Large-scale operations, such as the Biannual International Circus Festival, Manifesta and even the European rugby cups are the result of this collaborative effort, and the Rugby World Cup 2023 and the Olympic Games 2024 are targets for the future.

Another flourishing activity is the industry of professional meetings. This sector has generated over 380 million Euros of financial spin-offs in 2019 for the city of Marseille alone. With regards to its scope of activities in tourism, the Aix-Marseille Metropolis signed a partnership agreement with the Marseille Congress Bureau whose privileges have now been extended to the metropolitan area. The objectives being to improve the readability of the offers for the organisers and to add a richness and diversity to our region with a single voice.

Cruise ship companies also play a major role in making this rapidly developing city an increasingly popular internationally-renowned tourism destination. The terminals of Marseille-Fos Port welcome all kinds of ships from the world market leaders in the best sailing conditions. Furthermore, the sector is fully committed to making the necessary transition to taking a more environmentally-friendly approach, particularly in the energy field with the emergence of new ships which are more ecological, being equipped with exhaust scrubbers. Recently, alternative fuels, such as liquefied natural gas, have also started to be used and there has even been the gradual introduction of electrical charging stations so the city's port can become a fully-fledged electric port by 2023.

Marseille-Fos Port has long been established as one of the leading ports in the sector. With 23 companies, 80 different ships and almost 1.9 million passengers coming into the port in 2019, the alluring appeal of the destination of Marseille has been proven once again!

Finally, Marseille has become a top filming location. Besides the series 'Plus Belle la Vie' which continues to have daily viewing figures of over 5 million, this past year the city was the filming location for almost 450 films and series.

Marseille continues to develop and has established itself as one of the main tourist cities in the Mediterranean.

The results from 2019 confirm that Marseille is upscaling, which has helped build-up the trust of investors.

A few examples include the opening of the Hôtel Mercure Canebière and a contract with the Meininger brand to transform Villa Valmer into a luxury hotel, set to open in 2021.

Seasonal Airbnb style rental properties continue to develop with over 8,000 properties up for rent.

When writing this, the Covid-19 pandemic was still ongoing and we know that our industry will be hit hard and greatly impacted long-term. We will support the professionals working in the field during this difficult period to help them overcome this crisis.



SOMMAIRE

SUMMARY

- 9 Place du tourisme dans l'activité marseillaise
Role of tourism in Marseille's economic activity
- 12 Hébergement touristique
Tourist accommodation
- 26 Transports
Transport
- 34 Croisière et grande plaisance
Cruise ship and large yachts
- 40 Industrie des Rencontres Professionnelles
Professional conferences and meetings
- 52 Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès
Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau
- 68 Musées, sites et expositions
Museums, sites and exhibitions
- 72 Grands événements
Major events
- 76 Activités touristiques
Tourist activities
- 82 Grands équipements
Large facilities
- 84 Espaces naturels
Natural areas
- 86 Ports de plaisance
Yacht harbours

[Download
the movie:](#)



[Télécharger
le film :](#)





VIEUX-PORT - OLD PORT

PLACE DU TOURISME DANS L'ACTIVITÉ MARSEILLAISE

ROLE OF TOURISM IN MARSEILLE'S ECONOMIC ACTIVITY

**LE TOURISME :
UN DES PILIERS DE
L'ÉCONOMIE LOCALE**

**TOURISM
ONE OF THE PILLARS
OF THE LOCAL ECONOMY**

En 2019 Marseille a accueilli :

5 millions de touristes ayant séjourné en hébergement marchand et non marchand.

1.8 million de croisiéristes.

L'impact économique du tourisme est estimé à **1.5 milliard d'euros de retombées soit 7% de l'économie locale** et à généré près de 16 000 emplois directs.

In 2019 Marseille welcomed:

5 million tourists who stayed in commercial and non-commercial accommodation.

1.8 million visitors arriving on cruise ships.

The economic impact of tourism in Marseille is estimated at **1.5 billion Euros of financial spin-offs or 7% of the local economy** and it has generated almost 16,000 direct jobs.

TAXE DE SÉJOUR EN 2019

En 2019, le produit de la taxe de séjour collectée s'élève à **6 675 988 € (*)** dont 606 453 € de taxe départementale additionnelle collectés entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2019.

Cela représente une augmentation de 590 583 € (+ 9,70 %) par rapport à 2018.

A noter le versement début 2019 de la taxe de séjour par la plateforme collaborative Airbnb de 1 030 910 € collectés sur l'année 2018. La plateforme HOMEAWAY ABRITEL a reversé 29 131 € collectés en 2018.

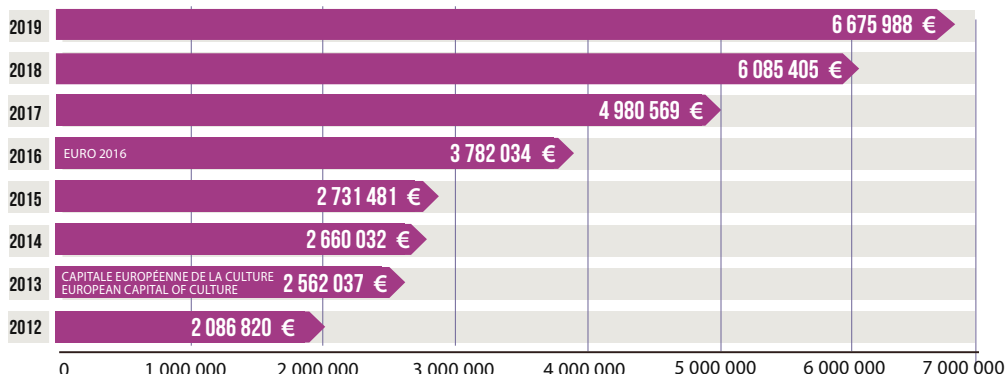
TOURIST TAX IN 2019

In 2019, the total of amount of tourist tax collected rose to **€6,675,988 (*)**, including €606,453 of additional departmental tax on the tourist tax, collected between January 1st and December 31st 2019.

This represents an increase of €590,583 (+9.70 %) compared with 2018.

It should also be noted that the collaborative platform Airbnb paid €1,030,910 in tourist tax for the 2018 tax year. The HOMEAWAY ABRITEL platform paid €29,131 for the 2018 tax year.

EVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE DE 2012 À 2019 DEVELOPMENT OF TOURIST TAX IN MARSEILLE FROM 2012 TO 2019



(*) Données comptables dernier trimestre n-1 jusqu'au 3^{ème} trimestre de l'année n / (*) Accounting Data for last quarter n-1 to 3rd quarter of year n
SOURCE VILLE DE MARSEILLE - RÉGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE - CITY TAX AUTHORITY

Informations : www.taxedesejour.ofeaweb.fr

RÉPARTITION PAR TYPE D'HÉBERGEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE EN 2017, 2018, 2019 **DISTRIBUTION OF TOURIST TAX BY ACCOMMODATION TYPE IN MARSEILLE IN 2017, 2018, 2019**

TYPE ET CLASSEMENT PAR HÉBERGEMENT TYPE AND CLASSIFICATION BY ACCOMMODATION	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2017 2017 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2018 2018 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2019 2019 TOURIST TAX AMOUNT
HÔTEL 1*	82 340 €	141 115 €	104 945 €
HÔTEL 2*	592 920 €	582 393 €	541 260 €
HÔTEL 3*	1 116 121 €	1 292 442 €	1 487 870 €
HÔTEL 4*	1 442 862 €	1 583 331 €	1 734 241 €
HÔTEL 5*	465 126 €	478 955 €	461 699 €
HÔTEL NON CLASSÉ UNCLASSIFIED HOTEL	113 220 €	113 160 €	128 510 €
MEUBLÉ DE TOURISME 1* VACATION RENTAL 1*	2 247 €	2 239 €	5 681 €
MEUBLÉ DE TOURISME 2* VACATION RENTAL 2*	8 860 €	8 331 €	27 022 €
MEUBLÉ DE TOURISME 3* VACATION RENTAL 3*	10 325 €	8 560 €	12 694 €
MEUBLÉ DE TOURISME 4* VACATION RENTAL 4*	5 688 €	3 816 €	3 003 €
MEUBLÉ DE TOURISME 5* VACATION RENTAL 5*	655 €	620 €	-
MEUBLÉ DE TOURISME NON CLASSÉ UNCLASSIFIED VACATION RENTAL	235 092 €	868 919 €	1 147 351 €
MEUBLÉ PRÉFECTURE PREFECTURE RENTAL	173 378 €	140 305 €	94 991 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 2* HOTEL RESIDENCE 2*	1 593 €	2 187 €	2 151 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 3* HOTEL RESIDENCE 3*	589 791 €	675 021 €	656 463 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 4* HOTEL RESIDENCE 4*	53 043 €	47 936 €	75 548 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE NON CLASSÉE UNCLASSIFIED HOTEL RESIDENCE	59 641 €	111 110 €	155 493 €
CHAMBRE D'HÔTES 1* BED AND BREAKFAST 1*	2 694 €	3 213 €	3 380 €
CHAMBRE D'HÔTES 2* BED AND BREAKFAST 2*	2 575 €	1 930 €	2 451 €
CHAMBRE D'HÔTES 3* BED AND BREAKFAST 3*	409 €	793 €	790 €
CHAMBRE D'HÔTES 4* BED AND BREAKFAST 4*	116 €	150 €	267 €
CHAMBRE D'HÔTES NON CLASSÉE UNCLASSIFIED BED AND BREAKFAST	15 964 €	13 977 €	16 614 €
PORT DE PLAISANCE YACHT HARBOR	5 768 €	4 898 €	13 564 €
TOTAL	4 980 569 €	6 085 405 €	6 675 988 €

(*) Données comptables dernier trimestre n-1 jusqu'au 3^{ème} trimestre de l'année n

(*) Accounting Data for last quarter n-1 to 3rd quarter of year n

SOURCE VILLE DE MARSEILLE – RÉGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE – CITY TAX AUTHORITY

EMPLOI ET ÉTABLISSEMENTS DE TOURISME À MARSEILLE EN 2018^[*]

Données URSSAF-ACOSS communiquées arrêtées au 31 décembre pour l'année n-2.

Marseille compte :

15 793 emplois dans le tourisme contre 15 211 en 2017 soit une hausse de **3,8%**.

L'hébergement et la restauration sont les principaux employeurs du tourisme, **90,9%** des emplois salariés touristiques se concentrent dans ces deux secteurs.

La part de l'emploi touristique dans l'emploi salarié privé total de la ville en 2018 (247 153 emplois) est de **6,4%** contre 6,2% en 2017.

2 728 établissements de tourisme, contre 2 663 en 2017 (**+2,4%**).

TOURISM EMPLOYMENT AND ESTABLISHMENTS IN MARSEILLE IN 2018^[*]

URSSAF-ACOSS data sent as of December 31 for the year n-2.

In Marseille there were:

15,793 jobs in tourism, compared to 15,211 in 2017, an increase of **3,8%**.

Accommodation and catering are the main employing sectors in the tourism industry. **90.9%** of paid employees working in the tourism field are concentrated in these two sectors.

The share of total employees in the private sector who worked in tourism in 2018 (247,153 jobs) was **6,4%** compared to 6,2% in 2017.

2,728 tourist establishments, compared to 2,663 in 2017 (**up 2,4%**).

ÉVOLUTION DE L'EMPLOI TOURISTIQUE DE 2013 À 2018 CHANGES IN TOURISM EMPLOYMENT FROM 2013 TO 2018



HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

TOURIST ACCOMMODATION

**UNE OFFRE
CONSÉQUENTE
ET HARMONIEUSE**

**A SUBSTANTIAL
AND CONCORDANT
SELECTION**



© MERCURE MARSEILLE CANEBIÈRE VIEUX-PORT

CHIFFRES CLÉS DE L'HÔTELLERIE AU 1/01/20 KEY HOTEL FIGURES AS OF 1/01/20

6 576 CHAMBRES EN HÔTELLERIE CLASSÉE
(+2,7 % PAR RAPPORT À 2018)

618 CHAMBRES EN HÔTELLERIE NON CLASSÉE
(-26% PAR RAPPORT À 2018)

2 637 CHAMBRES DANS LES CATÉGORIES 4* ET 5*
(+6,3 % PAR RAPPORT À 2018)

6,576 CLASSIFIED BED AND BREAKFASTS
(+2,7 % COMPARED TO 2018)

618 UNCLASSIFIED BED AND BREAKFASTS
(-26 % COMPARED TO 2018)

2,637 ROOMS IN 4* AND 5* CATEGORIES
(+6,3 % COMPARED TO 2018)

NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

MERCURE MARSEILLE CANEBIÈRE VIEUX PORT ****

De style Haussmannien, inauguré en juillet 2019, l'hôtel Mercure Canebière Vieux-Port avec sa Brasserie le Capucin offre un lieu de vie pour les touristes et les habitants de la ville de Marseille.

90 chambres, 2 salles de réunion, un espace de co-working et la Brasserie le Capucin composent le Mercure qui s'inscrit définitivement dans la nouvelle dynamique du renouveau de la Canebière

Plus d'informations :
www.all.accor.com

NEW HOTELS

MERCURE MARSEILLE CANEBIÈRE VIEUX PORT ****

Designed in a Haussmann style and opened in July 2019, the Mercure Canebière Vieux-Port hotel, with its Le Capucin brasserie, offers both tourists and locals a wonderful place to stay in the city of Marseille.

With 90 rooms, 2 meeting rooms, a co-working space and the Le Capucin brasserie, the Mercure is in keeping with the new dynamic of the renovated La Canebière street.

More information:
www.all.accor.com



© RESIDHOME MARSEILLE

APPARTHOTEL RESIDHOME MARSEILLE ****

Situé au cœur du quartier d'affaires de la Joliette, dans le 2^e arrondissement de Marseille, au nord du pittoresque Panier et du Vieux-Port, le Residhome Marseille se trouve à quelques pas du métro Joliette du Mucem, des Terrasses du Port, des Dock de la Joliette et de nombreux bars et restaurants.

Les 126 studios et appartements sont meublés et aménagés dans un cadre chaleureux et fonctionnel.

Tous équipés d'une cuisine (réfrigérateur, plaques de cuisson, lave-vaisselle), d'une salle de bain privative et d'une connexion Wifi gratuite.

Plus d'informations :
www.myresidhome.com/marseille

APPARTHOTEL RESIDHOME MARSEILLE ****

Situated in the heart of the business district of La Joliette, in the 2nd arrondissement of Marseille, north of the picturesque Le Panier and the Old Port, the Residhome Marseille is a stone's throw away from the Joliette metro stop near the Mucem, the Terrasses du Port, the Docks of Joliette and numerous bars and restaurants.

The 126 studios and apartments are furnished and renovated to create a warm and functional setting.

All of them are equipped with a kitchen (a fridge, hobs, dishwasher), a private bathroom and free Wifi connection.

More information:
www.myresidhome.com/marseille

OFFRE MARSEILLAISE PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARSEILLE LISTINGS BY TYPE OF ACCOMMODATION

HÔTELLERIE — PARA-HÔTELLERIE HOTEL — PARA-HOTEL

HÔTELS HOTELS	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS NUMBER OF HOTELS	NOMBRE DE CHAMBRES NUMBER OF ROOMS	CAPACITÉ CAPACITY
HÔTELS CLASSÉS CLASSIFIED HOTELS	83	6 576	13 152
HÔTELS NON CLASSÉS NON-CLASSIFIED HOTELS	27	618	1 236
TOTAL	110	7 194	14 388

RÉSIDENCES DE TOURISME TOURISM AND SIMILAR TYPE RESIDENCES	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS NUMBER OF ESTABLISHMENTS	NOMBRE D'APPARTEMENTS ACCOMMODATION CAPACITY IN TERMS OF PEOPLE
1 ÉTOILE ET NON CLASSEES 1 STAR AND NON-CLASSIFIED	8	514
3 ÉTOILES 3 STARS	13	1 376
4 ÉTOILES 4 STARS	3	360
TOTAL	24	2 250

AUTRES HÉBERGEMENTS OTHER ACCOMMODATION	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS NUMBER OF ESTABLISHMENTS	CAPACITÉ CAPACITY
AUBERGES DE JEUNESSE YOUTH HOSTELS	5	440
VILLAGE DE VACANCES HOLIDAY VILLAGES	1	366

OFFRE MARSEILLAISE PAR CATÉGORIE D'HÔTEL MARSEILLE LISTING BY HOTEL CATEGORY

CATÉGORIES D'HÔTELS HOTEL CATEGORIES	NOMBRE D'HÔTELS NUMBER OF HOTELS	PART SUR LE TOTAL DES HÔTELS SHARE OF THE TOTAL NUMBER OF HOTELS	CAPACITÉ D'ACCUEIL EN NOMBRE DE CHAMBRES CAPACITY IN NUMBER OF ROOMS	PART SUR LE TOTAL DE CHAMBRES SHARE OF THE TOTAL NUMBER OF ROOMS
1 ÉTOILE 1 STAR	2	2.4%	101	1.5%
2 ÉTOILES 2 STARS	21	25.3%	1554	23.6%
3 ÉTOILES 3 STARS	35	42.1 %	2284	34.7%
4 ÉTOILES 4 STARS	21	25.3 %	2273	34.6%
5 ÉTOILES 5 STARS	4	4.8 %	364	5.6%
TOTAL	83	100%	6576	100%

SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE, DONNÉES AU 1^{ER} JANVIER 2020
METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU, DATA AS OF JANUARY 1ST, 2020



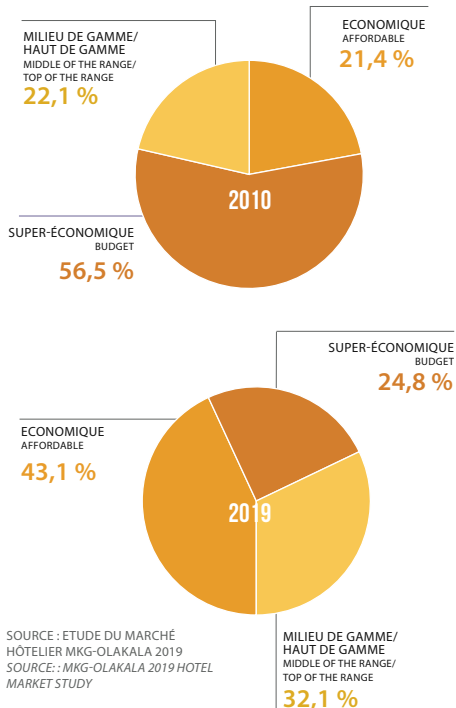
EVOLUTION DU PARC HOTELIER 2010-2019 DEVELOPMENTS MADE IN THE HOTEL SECTOR

EVOLUTION 2009 À 2019 DU PARC HÔTELIER CLASSÉ DEVELOPMENTS MADE BETWEEN 2009 TO 2019 FOR CLASSIFIED

ANNÉES YEARS	NOMBRE D'HÔTELS CLASSÉS NUMBER OF HOTEL CLASSIFIED	NOMBRE DE CHAMBRES NUMBER OF ROOMS
2019	83	6576
2018	83	6436
2017	73	5949
2016	80	5979
2015	81	5619
2014	81	5607
2013	90	5650
2012	87	5305
2011	85	5182
2010	82	5004

OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE,
DONNÉES AU 1^{ER} JANVIER 2020
METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU, DATA AS OF JANUARY
1ST, 2020

RÉPARTITION DES GAMMES DU PARC HOTELIER 2010-2019 BREAKDOWN OF THE VARIOUS PRICE RANGES FOR HOTEL ESTABLISHMENTS 2010-2019



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CHAMBRES D'HÔTEL PAR CATÉGORIE DE 2010 À 2019 CHANGES IN THE NUMBER OF HOTEL ROOMS PER ESTABLISHMENT RATING FROM 2010 TO 2019

	NOMBRE DE CHAMBRES PAR CATÉGORIE NUMBER OF ROOMS PER CATEGORY				
ANNÉES YEARS	1*	2*	3*	4*	5*
2019	101	1554	2284	2273	364
2018	19	1454	2483	2116	364
2017	82	1533	1918	2052	364
2016	136	1732	1859	1888	364
2015	273	1441	1956	1584	364
2014	273	1441	1944	1584	364
2013	486	1378	1857	1585	344
2012	521	1215	1835	1584	150
2011	899	1094	1706	1333	150
2010	1067	1500	1240	1063	134

OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE
METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU

Entre 2010 et 2019, une montée en gamme significative du parc hôtelier marseillais.

• 2010 : Une offre en grande majorité entrée de gamme (77,9%).

Un seul établissement haut de gamme.

• 2019 : Une offre équilibrée entre toute les catégories.

L'hôtellerie milieu et haut de gamme davantage représentée (43,1%).

Between 2010 and 2019, there was a significant increase in the price range on offer for hotel establishments in Marseille.

• In 2010: The vast majority of establishments were low-end budget hotels (77.9%). There was one single top of the range establishment.

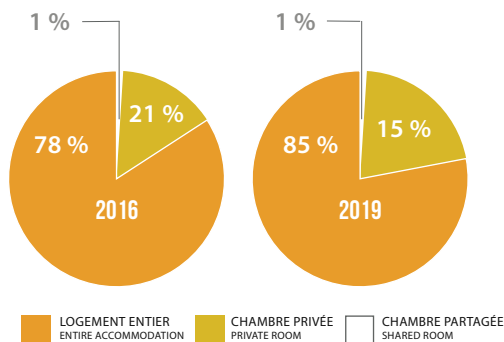
• In 2019: A range of hotel establishments available, distributed between the various price range categories. There was an increase in the number of middle and top of the range hotel establishments (43.1%).

EVOLUTION 2016-2019 DE L'OFFRE DE LOGEMENT COLLABORATIF DEVELOPMENTS MADE IN HOLIDAY RENTALS 2016-2019

La location de meublés est un marché dynamique sur le territoire, avec une croissance supérieure à 50% en seulement 3 ans. On recense près de 12 000 annonces sur les plateformes Airbnb et Abritel représentant une capacité de plus de 16 000 chambres et 40 000 personnes en 2019 contre 7 800 en 2016 (53,3% de hausse).

The holiday rental sector is a dynamic market in the region, with an increase of over 50% in just 3 years. An inventory was drawn up of almost 12,000 ads on the platforms Airbnb and Abritel, representing a capacity of over 16,000 rooms and 40,000 guests in 2019, compared with 7,800 in 2016 (an increase of 53.3%).

COMPOSITION DE L'OFFRE BREAKDOWN OF THE TYPES OF HOLIDAY LETS ON OFFER



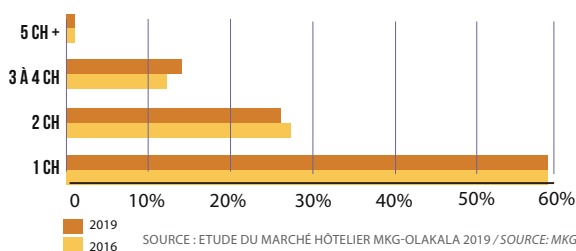
CONCENTRATION DE L'OFFRE EN HYPER CENTRE ET BORD DE MER

A VIEW OF THE CONCENTRATION OF HOLIDAY RENTAL OFFER IN THE CITY CENTER AND ON THE SEA FRONT



SOURCE : AIRDNA

NOMBRE DE LOGEMENTS ENTIER EN FONCTION DU NOMBRE DE CHAMBRES THE NUMBER OF ROOMS PER ENTIRE RENTED OUT ACCOMMODATION



Une majorité de logements à chambre unique (58%).

Most of the entire rented out accommodations have just one bedroom (58%).

SOURCE : ETUDE DU MARCHÉ HÔTELIER MKG-OLAKALA 2019 / SOURCE: MKG-OLAKALA 2019 HOTEL MARKET STUDY

PERFORMANCES HOTELIÈRES À MARSEILLE EN 2019

MARSEILLE PERFORMANCE OF HOTELS IN 2019

Un marché mature et une demande renforcée sur le territoire.

TO global +2 pt : 71% (vs 69% en 2018)

RevPar +5,6% : 59€ (vs 56€ en 2018)

La clientèle dans les hôtels en 2019 est composée de : **74% français, 26% étrangers** (anglais, américains, allemands, italiens, belges, suisses, algériens, espagnols, russes, néerlandais).

En 2018 : **80% français, 20% étrangers** (anglais, allemands, américains, belges, italiens, suisses, algériens, espagnols, néerlandais, chinois).

Un RevPAR qui progresse avec une hausse de la fréquentation et du prix moyen pour toutes les catégories (exception zone aéroport).

Marseille sur le podium des destinations comparées (cf tableau Taux d'occupation annuel dans les agglomérations en 2018 et 2019 p21).

Un marché mixte loisirs/affaires qui lisse la saisonnalité p23).

A mature market and an increased demand in the region.

TO global +2 percent: 71% (vs 69% in 2018)

RevPar +5.6%: 59€ (vs 56€ in 2018)

The clientèle in hotel establishments in 2019 was made up of: **74% French, 26% foreign tourists** (British, American, German, Italian, Belgian, Swiss, Algerian, Spanish, Russian, Dutch).

In 2018: **80% French, 20% foreign tourists** (British, German, American, Belgian, Italian, Swiss, Algerian, Spanish, Dutch, Chinese).

There was a developing RevPAR with a rise in the number of guests and an increase in the average price across the range of categories (excluding the airport zone).

Marseille ranks highly compared with other destinations (cf the table on p.21 showing the annual level of occupation in urban areas in 2018 and 2019).

It has a mixed business/leisure market spread over the seasons p23).

PERFORMANCES PAR CATÉGORIE EN 2019

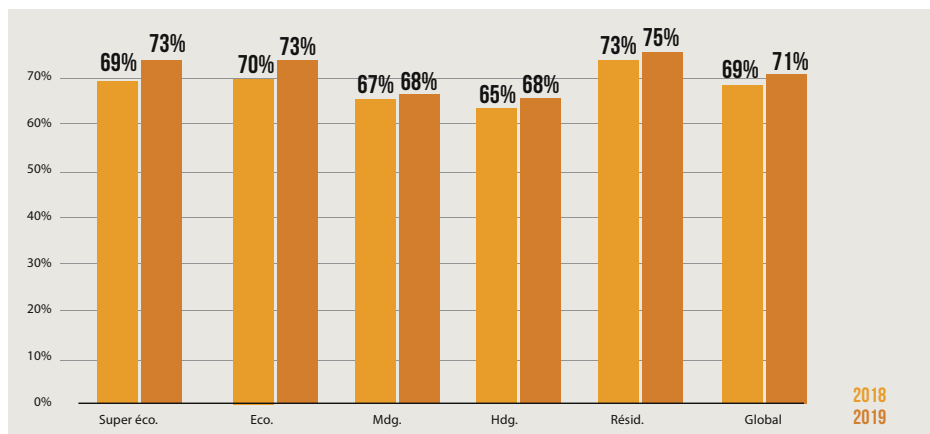
PERFORMANCE BY CATEGORY IN 2019

	TAUX D'OCCUPATION OCCUPANCY RATE		PRIX MOYEN (HT) AVERAGE PRICE		REVPAR (HT) REVPAR	
	2019	Var (pt)	2019	Evol %	2019	Evol %
SUPER-ÉCONOMIQUE SUPER BUDGET	72,9%	3,7	50,6 €	2,1%	36,8 €	7,5%
ÉCONOMIQUE BUDGET	72,7%	2,6	69,0 €	0,9%	50,1 €	4,6%
MILIEU DE GAMME MID-RANGE	68,4%	1,7	93,8 €	2,0%	64,1 €	4,5%
HAUT DE GAMME TOP OF THE RANGE	67,8%	2,6	153,7 €	0,8%	104,2 €	4,8%
RÉSIDENCES RESIDENCES	75,1%	2,2	58,4 €	2,5%	43,9 €	5,6%
GLOBAL/OVERALL	71,2%	2,6	83,0€	1,7%	59,1 €	5,6%

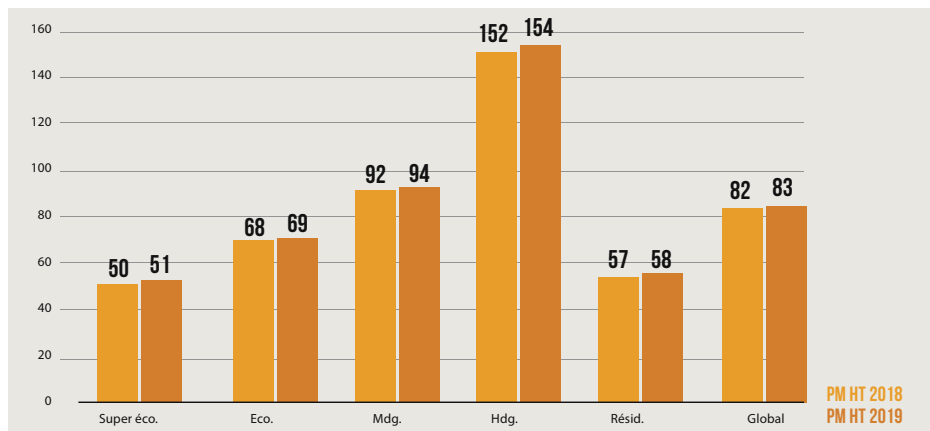
SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019
INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)

SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019
INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE)

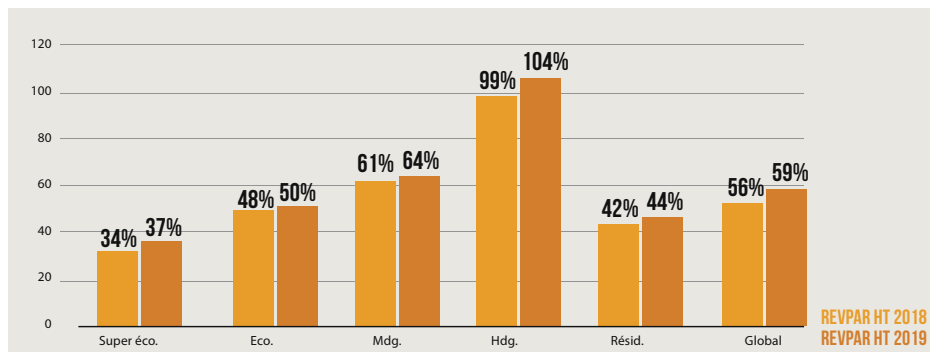
TAUX D'OCCUPATION ANNUEL PAR CATEGORIES EN 2018 ET 2019 ANNUAL OCCUPANCY RATE PER BUDGET CATEGORY IN 2018 AND 2019



PRIX MOYEN ANNUEL EN 2018 ET 2019 (€HT) AVERAGE ANNUAL PRICE IN 2018 AND 2019 (€ EX-TAX)



REVPAR ANNUEL EN 2018 ET 2019 (€HT) ANNUAL REVPAR IN 2018 AND 2019 (€ EX-TAX)



Cette année 2019 est marquée par la croissance du taux d'occupation. Seul le créneau milieu de gamme fait exception avec une croissance portée par le prix moyen. Le marché a connu plus de jours de saturation en 2019 par rapport à 2018 (principalement de juin à septembre).

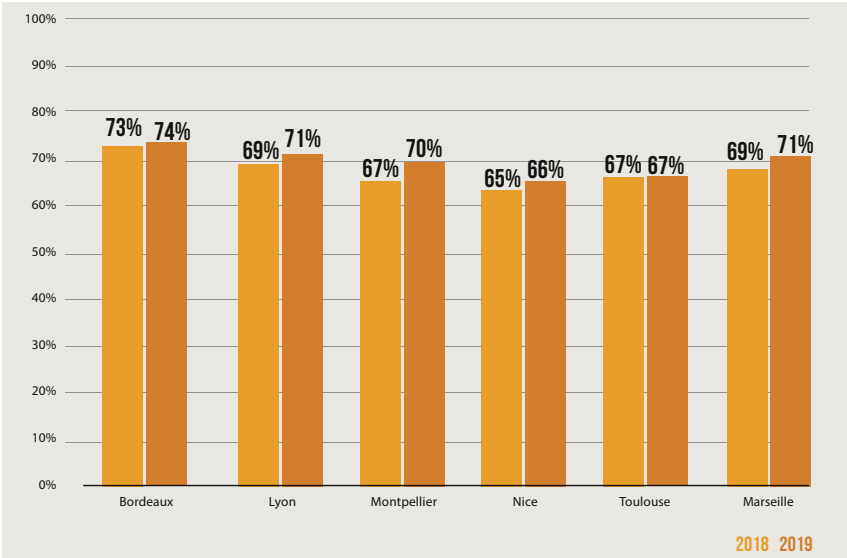
This year, 2019, saw an increase in the occupancy rate. Only the middle of the range category was an exception to this, with an increase due to the average price. The market experienced more saturation days in 2019 compared with 2018 (mainly between June and September).

COMPARAISON DES PERFORMANCES AUX AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES EN 2019
A PERFORMANCE COMPARISON OF VARIOUS FRENCH URBAN AREAS IN 2019

	TAUX D'OCCUPATION OCCUPANCY RATE		PRIX MOYEN (HT) AVERAGE PRICE		REVPAR (HT) REVPAR	
	2019	Var (pt)	2019	Evol %	2019	Evol %
BORDEAUX	73,7%	0,6	83,0 €	1,4%	61,2 €	2,2%
LYON	71,1%	1,9	89,5 €	5,2%	63,6 €	8,1%
MONTPELLIER	69,5%	2,2	78,6 €	1,7%	54,6 €	5,1%
NICE	65,9%	1,2	146,8 €	0,8%	96,8 €	2,7%
TOULOUSE	67,3%	-0,1	79,6 €	-1,4%	53,5 €	-1,5%
MARSEILLE	71,2%	2,6	83,0 €	1,7%	59,1 €	5,6%

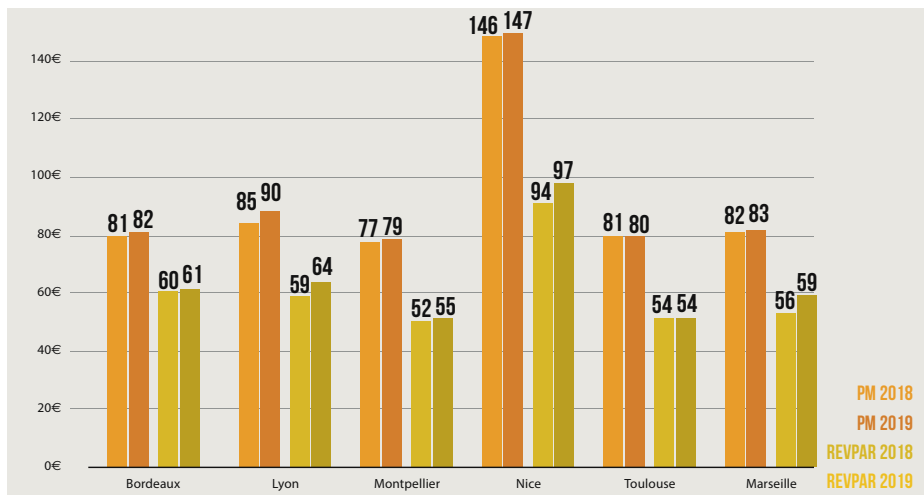
PRIX MOYEN ET REVPAR EN EUROS HT - SOURCE : OLAKALA_DESTINATION /
NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 552 HÔTELS REPRÉSENTANT 47 098 CHAMBRES
:AVERAGE PRICE AND REVPAR IN EUROS EX-TAX - SOURCE: OLAKALA_DESTINATION
NOTE:: BASED ON A SAMPLE OF 552 HOTELS, REPRESENTING 47,098 ROOMS

TAUX D'OCCUPATION ANNUEL DANS LES AGGLOMÉRATIONS EN 2018 ET 2019
THE ANNUAL OCCUPANCY RATE IN URBAN AREAS IN 2018 AND 2019



SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019
INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)
SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019
INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE OF)

PRIX MOYEN ET REVPAR ANNUEL DANS LES AGGLOMÉRATIONS EN 2018 ET 2019 (€ HT) AVERAGE PRICE AND ANNUAL REVPAR IN URBAN AREAS IN 2018 AND 2019 (€ EX-TAX)



SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019 - INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)
*SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019 - INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE)

Le prix moyen du marché marseillais se situe à la deuxième place de l'échantillon (hors Nice) soit un niveau équivalent à celui observé à Lyon et Bordeaux (passage du seuil des 80€).

Le marché enregistre également le deuxième taux d'occupation le plus élevé des destinations comparées.

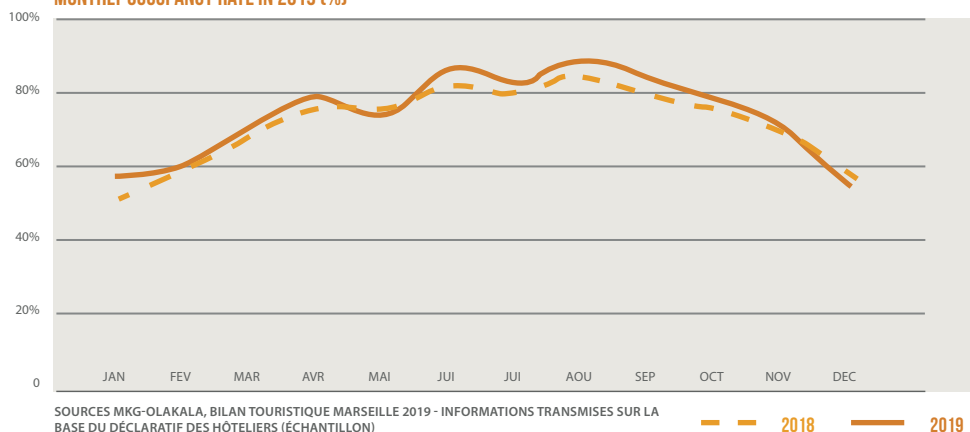
From the sample taken, the average price on the Marseille market comes second only to Nice and is equivalent to the average price observed in Lyon and Bordeaux (exceeding the threshold of €80).

The market also recorded the highest second occupancy rate compared with other destinations.



LE MARCHÉ MIXTE LOISIRS/AFFAIRES LISSE LA SAISONNalité A MIXED BUSINESS/LEISURE MARKET SPREAD OVER THE SEASONS

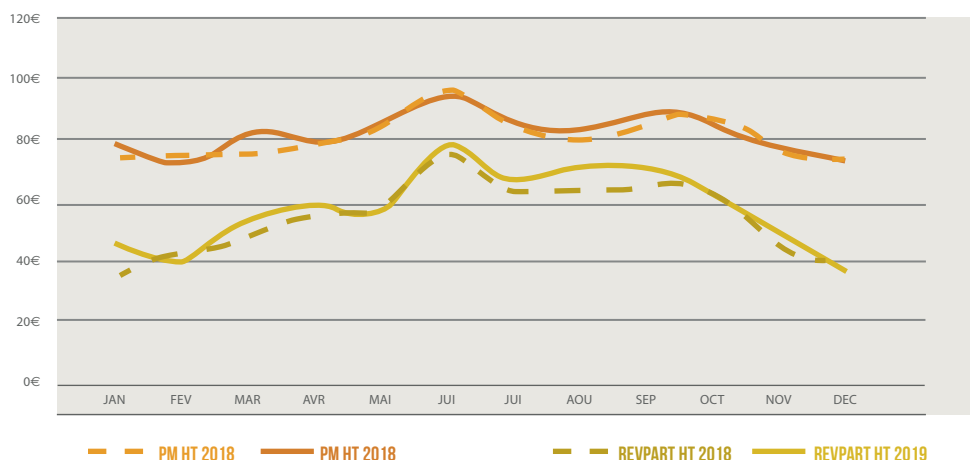
TAUX D'OCCUPATION MENSUEL EN 2019 (%)
MONTHLY OCCUPANCY RATE IN 2019 (%)



SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019 - INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)

*SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019 - INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE)

PRIX MOYEN (HT) ET ET REVPAR (HT) MENSUELS EN 2019 (€)
MONTHLY AVERAGE PRICE (EX-TAX) AND REVPAR (EX-TAX) IN 2019 (€)



SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019 - INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)
*SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019 - INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE)

La clientèle d'affaires favorise le remplissage des établissements de janvier à juin puis de septembre à décembre. Les taux d'occupation sont plus élevés en semaine, et les hébergements frôlent parfois la saturation lors de congrès importants.

Business clientèle favoured staying in the establishments between January and June and September and December. The occupancy rate was higher during the week and several of the establishments almost reached maximum capacity during major conferences.

COMPARATIF SEMAINE / WEEKEND EN 2019 - HÔTELLERIE ET RÉSIDENCES HÔTELIÈRES MARSEILLE WEEK/WEEKEND COMPARISON IN 2019 - HOTELS AND APARTMENT HOTELS IN MARSEILLE

	TAUX D'OCCUPATION OCCUPANCY RATE		PRIX MOYEN AVERAGE PRICE		REVPAR REVPAR	
	2019	Var (points)	2019	Evol (%)	2019	Evol (%)
SEMAINE WEEK	75,0%	1,4	89,9 €	2,2%	67,4 €	4,1%
WEEK-END WEEKEND	63,8%	2,5	85,9 €	2,6%	54,8 €	6,8%
GLOBAL/OVERALL	70,2%	1,9	88,3 €	2,3%	62,1 €	5,1%

PRIX MOYEN ET REVPAR EN EUROS HT - SOURCE : OLAKALA_DESTINATION / JOURS DE SEMAINE : DU LUNDI AU JEUDI - JOURS DE WEEK-END : DU VENDREDI AU DIMANCHE / PRIX MOYEN ET REVPAR EN EUROS HT - SOURCE : OLAKALA_DESTINATION. NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 64 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 6 433 CHAMBRES

AVERAGE PRICE AND REVPAR IN EUROS EXCLUDING TAX - SOURCE: OLAKALA_DESTINATION/DAYS OF THE WEEK: FROM MONDAY TO THURSDAY - WEEKEND DAYS: FROM FRIDAY TO SUNDAY/AVERAGE PRICE AND REVPAR IN EUROS EXCLUDING TAX - SOURCE: OLAKALA_DESTINATION. NOTE: BASED ON A SAMPLE OF 64 HOTELS AND RESIDENCES, REPRESENTING 6,433 ROOMS

En 2019, le taux d'occupation en semaine atteint 75% (+1,4 point), il est supérieur de 12,8 points au niveau de remplissage des week-ends et témoigne de la prédominance de la clientèle d'affaires dans les hôtels. Toutefois, le taux d'occupation en week-end connaît la plus forte progression (+2,5 points).

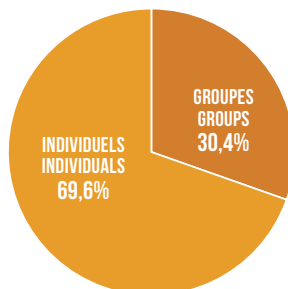
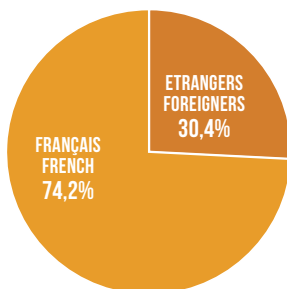
In 2019, the occupancy rate during the week reached 75% (+1.4 point). This went up by 12.8 points at the weekends proving the hotel establishments were predominantly filled with business clientèle. However, the occupancy rate on the weekends experienced the most significant increase (+2.5 points).

La progression du prix moyen observée au global se ressent plus en week-end, en raison d'une saison estivale intense en 2019.

The increase in average price observed on the whole was greatest at weekends, due to a busy summer period in 2019.

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE & MIX-CLIENTÈLE GEOGRAPHIC ORIGINS & RANGE OF CLIENTÈLE

RÉPARTITION ANNUELLE DE LA CLIENTÈLE EN 2019 ANNUAL DISTRIBUTION OF CLIENTÈLE IN 2019



RÉPARTITION MIX CLIENTÈLE EN 2019 DISTRIBUTION OF THE RANGE OF CLIENTÈLE IN 2019

	GLOBAL OVERALL
CLIENTÈLE INDIVIDUELLE DIRECTE DE LOISIRS <i>INDIVIDUAL DIRECT LEISURE CLIENTÈLE</i>	48,0%
GROUPES TOURISME LOISIRS <i>LEISURE TOURISM GROUPS</i>	3,7%
CLIENTÈLE INDIVIDUELLE DIRECTE CORPORATE <i>INDIVIDUAL DIRECT CORPORATE CLIENTÈLE</i>	11,8%
GROUPES PROFESSIONNELS <i>PROFESSIONAL GROUPS</i>	26,7%
CONGRÈS, MANIFESTATIONS ET SALONS <i>THOSE ATTENDING CONFERENCES, EVENTS AND EXHIBITIONS</i>	9,4%
SÉMINAIRES, INCENTIVES <i>THOSE ATTENDING STANDARD OR INCENTIVE SEMINARS</i>	0,4%

TOP 10 DES ORIGINES GÉOGRAPHIQUES DE LA CLIENTÈLE EN 2019 (HORS FRANCE) TOP 10 GEOGRAPHICAL ORIGINS OF CLIENTÈLE IN 2019 (OUTSIDE OF FRANCE)

TOP 10	TOTAL GLOBAL
ROYAUME-UNI / UNITED KINGDOM	2.4%
ETATS-UNIS / THE UNITED STATES	2.1%
ALLEMAGNE / GERMANY	2.0%
ITALIE / ITALY	1.5%
BELGIQUE / BELGIUM	1.3%
SUISSE / SWITZERLAND	1.2%
ALGÉRIE / ALGERIA	0.8%
ESPAGNE / SPAIN	0.8%
RUSSIE / RUSSIA	0.6%
PAYS-BAS / THE NETHERLANDS	0.5%

SOURCES MKG-OLAKALA, BILAN TOURISTIQUE MARSEILLE 2019 - INFORMATIONS TRANSMISES SUR LA BASE DU DÉCLARATIF DES HÔTELIERS (ÉCHANTILLON)

SOURCES: MKG-OLAKALA, MARSEILLE TOURISM REPORT 2019 – INFORMATION GATHERED FROM THE DATA DECLARED BY VARIOUS HOTEL ESTABLISHMENTS (A SAMPLE)





TRANSPORTS

TRANSPORT

CAP SUR UNE CROISSANCE DURABLE

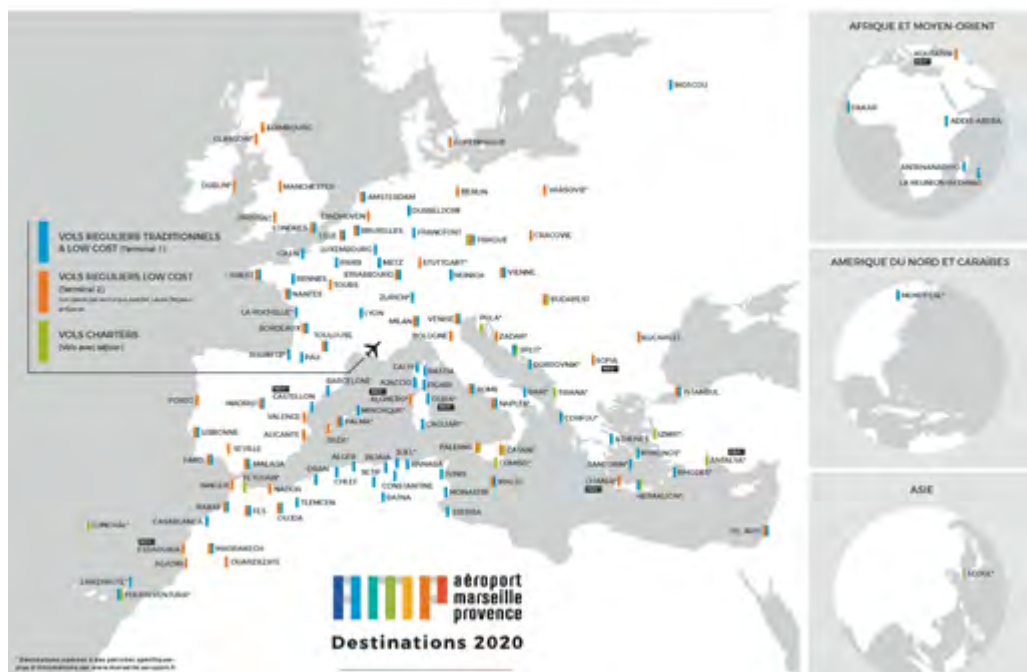
A CLOSER LOOK AT
SUSTAINABLE GROWTH

La Métropole Aix-Marseille Provence bénéficie d'une accessibilité idéale depuis la terre, la mer ou les airs, ce qui en fait une destination française et internationale stratégique, principale porte d'entrée naturelle sur la Méditerranée.

The Aix-Marseille Provence Metropolis boasts ideal access points by land, sea and air, making it a strategic French and international destination and the main natural gateway to the Mediterranean.

LE TRANSPORT AÉRIEN AIR TRANSPORT

DESTINATIONS AU DÉPART DE L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE (CARTE AU 1^{ER} JANVIER 2020)
FLIGHT DESTINATIONS DEPARTING FROM MARSEILLE PROVENCE AIRPORT (MAP DATING FROM 1ST JANUARY 2020)



SOURCE : AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE / MARSEILLE PROVENCE AIRPORT



AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

© AMP

CHIFFRES CLÉS

10 151 743 PASSAGERS ONT ÉTÉ ACCUEILLIS À L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE EN 2019 (+ 8,1 %). CETTE CROISSANCE EST ESSENTIELLEMENT LIÉE AU TRAFIC INTERNATIONAL (+11,1 %). L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE SE HISSE AINSI À LA 3^{ÈME} PLACE DES AÉROPORTS RÉGIONAUX FRANÇAIS. LES PASSAGERS IMPORT REPRÉSENTENT 32 % DU TRAFIC TOTAL DE L'AÉROPORT SOIT 3 248 561 PASSAGERS. 47 % D'ENTRE EUX PROVIENNENT DES RÉGIONS FRANÇAISES, 53 % DE L'ÉTRANGER, DONT 35 % D'EUROPE ET 18 % DU RESTE DU MONDE.

L'ACTIVITÉ FRET EST ÉGALEMENT EN PROGRESSION, AVEC PRÈS DE **59 700 TONNES** TRAITÉES EN 2019 (+5,3 %). L'AÉROPORT CONFORTE AINSI SA POSITION DE PREMIER AÉROPORT RÉGIONAL FRANÇAIS ET EN MÉDITERRANÉE OCCIDENTALE POUR LE FRET EXPRESS.

CÔTÉ RÉSULTATS FINANCIERS, LE CHIFFRE D'AFFAIRES S'ÉTABLIT À **158,2 M€** (+ 7 %), L'EBE EST EN CROISSANCE D'ENVIRON 10 % ET LE RATIO EBE/CA EST SUPÉRIEUR À 32 %. LA PROGRESSION CONSTANTE DU RATIO EBE/CA RENFORCE L'AMÉLIORATION DE LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE. ELLE CONFIRME LA CAPACITÉ DE L'AÉROPORT À FINANCER DES PROJETS STRUCTURANTS ET CAPACITÉS.

39 MILLIONS D'EUROS AURONT ÉTÉ INVESTIS EN 2019 AFIN D'AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE PASSAGER ET DE RÉALISER DE NOMBREUX PROJETS D'AVENIR TELS QUE LA RÉNOVATION ET L'EXTENSION DU TERMINAL 2 OU ENCORE LES ÉTUDES PRÉPARATOIRES AU LANCEMENT DU CŒUR D'AÉROPORT.

4 500 COLLABORATEURS SE MOBILISENT CHAQUE JOUR POUR L'AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE PASSAGER ET DE L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE DE L'AÉROPORT.

KEY FIGURES

10,151,743 PASSENGERS IN MARSEILLE PROVENCE AIRPORT IN 2019 (AN INCREASE OF 8.1%). THIS INCREASE IS MAINLY DOWN TO A RISE IN INTERNATIONAL TRAFFIC (UP BY 11.1%). THE MARSEILLE PROVENCE AIRPORT HAS THEREFORE MOVED UP TO THIRD PLACE IN THE RANKINGS OF FRENCH REGIONAL AIRPORTS. INCOMING PASSENGERS REPRESENT 32% OF THE TOTAL AIRPORT TRAFFIC, TOTALLING 3,248,561 PASSENGERS. 47% OF THOSE PASSENGERS CAME FROM FRENCH REGIONS, 53% CAME FROM ABROAD, 35% FROM EUROPE AND 18% FROM THE REST OF THE WORLD.

FREIGHT ACTIVITY ALSO DEVELOPED, WITH ALMOST **59,700 TONS** HANDLED IN 2019 (UP BY 5.3%). THE AIRPORT THUS STRENGTHENED ITS POSITION AS THE TOP FRENCH REGIONAL AIRPORT AND THE TOP AIRPORT IN THE WESTERN MEDITERRANEAN FOR EXPRESS FREIGHT.

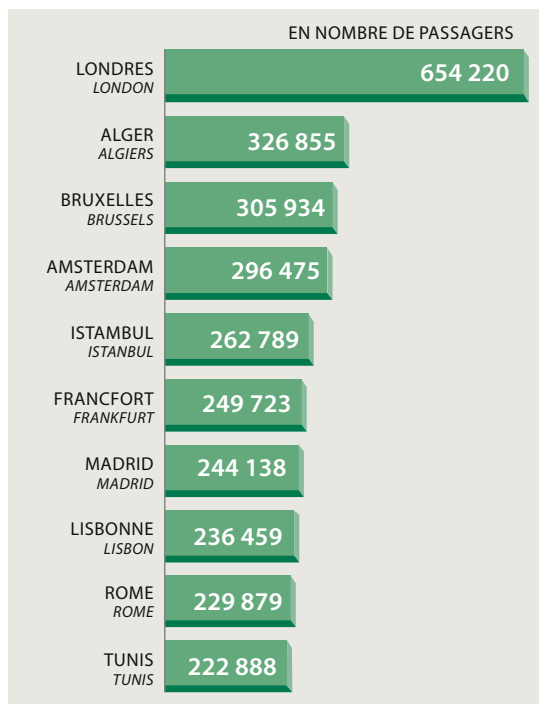
REGARDING FINANCIAL RESULTS, THE GENERATED REVENUE AMOUNTED TO **158.2 M€** (UP BY 7%), THE GROSS INCOME ROSE BY AROUND 10% AND THE GROSS INCOME/TURNOVER MARGIN RATIO WAS GREATER THAN 32%. THE CONTINUAL INCREASE OF THE GROSS INCOME/TURNOVER MARGIN RATIO IMPROVES THE BUSINESS' PERFORMANCE RATINGS. IT CONFIRMS THE AIRPORT'S CAPABILITY TO FINANCE STRUCTURAL AND CAPACITY RELATED PROJECTS.

39 MILLION EUROS WERE INVESTED IN 2019 TO IMPROVE THE PASSENGER EXPERIENCE AND TO CARRY OUT SEVERAL FUTURE PROJECTS, SUCH AS THE RENOVATION AND EXTENSION OF TERMINAL 2 AND ALSO PREPARATORY STUDIES TO LAUNCH THE CŒUR (HEART OF THE AIRPORT) PROJECT.

4,500 OF THE AIRPORT'S EMPLOYEES ARE WORKING TOWARDS IMPROVING THE PASSENGER EXPERIENCE AND THE AIRPORT'S OPERATIONAL EXCELLENCE.



TOP 10 DES DESTINATIONS INTERNATIONALES TOP 10 INTERNATIONAL DESTINATIONS



AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE TERMINAL
MARSEILLE PROVENCE AIRPORT TERMINAL

SOURCE : AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE / MARSEILLE PROVENCE AIRPORT

Les Bouches-du-Rhône demeurent le premier espace de séjour des passagers « import » avec 68 % des séjours. La seule ville de Marseille accueille :

- 45% des passagers import de l'aéroport soit environ 1,46 million de passagers en 2019
- 29% des passagers import sont venus pour des raisons professionnelles
- 26% pour visite famille/amis
- 39% pour loisirs vacances
- 6% pour autres motifs

AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE, UN ACTEUR ENGAGÉ DURABLEMENT POUR LE TERRITOIRE !

Limitier l'impact de l'activité aéroportuaire sur les communes riveraines

Conscient de la gêne sonore que peut occasionner l'activité aéroportuaire, l'aéroport contribue, depuis 2014, à l'insonorisation de l'habitat des riverains.

The Bouches-du-Rhône remains the top destination for incoming passengers with 68% of trips to this department. Marseille city alone welcomed:

- 45% of the airport's incoming passengers, around 1.46 million passengers in 2019.
- 29% of incoming passengers came for professional reasons.
- 26% came to visit family/friends
- 39% came for leisure/holiday purposes
- 6% for other reasons

MARSEILLE PROVENCE AIRPORT, A MAIN PLAYER COMMITTED TO IMPROVING THE REGION LONG TERM!

Limiting the impact of airport activity on communes in the vicinity

Aware of the noise pollution airport activity can produce, since 2014 the airport has contributed to sound-proofing the homes of residents who live in the vicinity of the airport.

À ce jour, ce sont environ 60 % des logements éligibles qui ont été insonorisés, ce qui positionne l'aéroport Marseille Provence à la troisième place des aéroports régionaux en la matière.

Limites nuisances sonores passe également par l'optimisation des mouvements d'avion (grâce à des appareils de plus grande capacité et de meilleurs taux de remplissage notamment). En 20 ans, alors que le trafic passager progressait de 57 %, le nombre de mouvements d'avions commerciaux diminuait de 2,5 %.

Un exemple de réduction de l'empreinte carbone de l'aéroport : le développement des transports en commun

Avec près d'1,8 million de passagers transportés en 2019 (+13,5 %), ce sont 17,7 % des passagers qui ont utilisé les transports en commun pour accéder à l'aéroport. Dans un objectif d'atteinte des 25 % de passagers, l'aéroport Marseille Provence adhère pleinement à la stratégie et au plan d'actions du Plan de déplacements urbains de la Métropole Aix-Marseille-Provence, qui vise à réduire de manière significative la part de la voiture dans les déplacements métropolitains.

UN ENGAGEMENT DURABLE QUI CONCERNE L'ENSEMBLE DES RÉALISATIONS D'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

Chaque action est pensée et réfléchi sous le prisme de la responsabilité sociétale. De nombreux travaux de rénovation des infrastructures ont été entrepris ces dernières années, telles que la rénovation de la centrale d'énergie, avec un moindre impact sur la qualité de l'air, l'équipement de l'intégralité des postes avion au contact par une substitution à l'utilisation des moteurs auxiliaires (400 Hz), la signature d'un contrat 100 % énergie verte. Ces actions ont permis à l'aéroport de retrouver son niveau de consommation électrique d'il y a 20 ans.

Les nouveaux projets de l'aéroport ne feront pas exception, avec la construction d'une future centrale thermo-frigorifique qui permettra une réduction de 40 % d'émissions de CO2 par an, ou encore la création d'une centrale photovoltaïque sur le toit de ses prochains parkings, permettant de générer jusqu'à 15 % de la consommation électrique de l'aéroport,

Currently, approximately 60% of the houses eligible have been sound-proofed, making Marseille Provence airport rank third out of France's regional airports for this matter.

Limiting sound pollution also includes optimising aircraft movements (by using planes with a larger capacity and a notably improved load factor). Over the space of 20 years, although the number of passengers travelling has gone up by 57%, the number of commercial flights has reduced by 2,5%.

One example of the airport reducing its carbon footprint is developing its public transport links

With almost 1.8 million passengers transported in 2019 (up by 13.5%), 17.7% of those passengers got to the airport using public transport. With the aim of increasing the number of passengers getting to the airport using public transport to 25%, Marseille Provence airport fully adheres to the strategy and plan of action drawn up by Aix-Marseille-Provence Metropolis' urban mobility plan, which aims to significantly reduce the use of cars in the metropolitan area.

A LONG-TERM COMMITMENT INVOLVING ALL OF THE MARSEILLE PROVENCE AIRPORT PROJECTS

Everything the airport does is carefully considered with social responsibility in mind. Several renovation works have been carried out on the airport's infrastructures in recent years, such as renovating the power plant with a minimal impact on air quality, equipping all of cockpits with auxiliary power units (400 Hz) and a contract has been signed to achieve 100% green energy. These measures have allowed the airport to revert to the same electrical consumption rate it had 20 years ago.

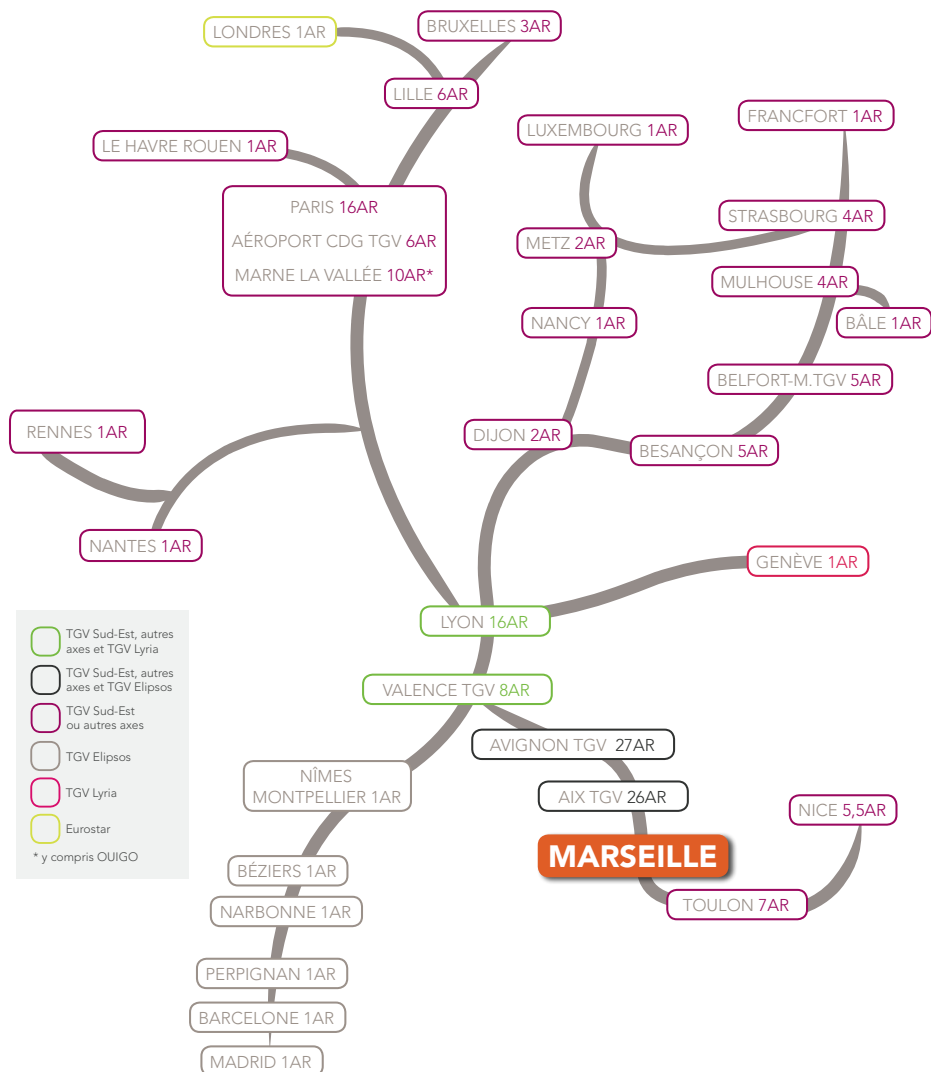
The airport's new projects are no exception to this, with the construction of a future thermo-frigorific plant which will allow a 40% reduction in CO2 emissions every year, and even the creation of a photovoltaic power station on the roof of the nearby parking lots which could generate up to 15% of the airport's electrical consumption,

LE TRANSPORT FERROVIAIRE RAIL TRANSPORT

CARTE DES DESTINATIONS TGV OUIGO - GARE SAINT-CHARLES TGV-OUIGO - SAINT-CHARLES STATION DESTINATION MAP

UN TRAFIC EN
AUGMENTATION
CONSTANTE

CONSTANTLY
INCREASING TRAFFIC





© MICALEFF

LA GARE SAINT-CHARLES - SAINT-CHARLES RAILWAY STATION

Liaisons internationales :

EUROSTAR Londres : 1 A/R quotidien de juin à septembre
 THALIS Bruxelles : 3 A/R quotidiens
 THELLO Milan : 1 A/R quotidien
 RENEFE Madrid et Barcelone : 1A/R quotidien

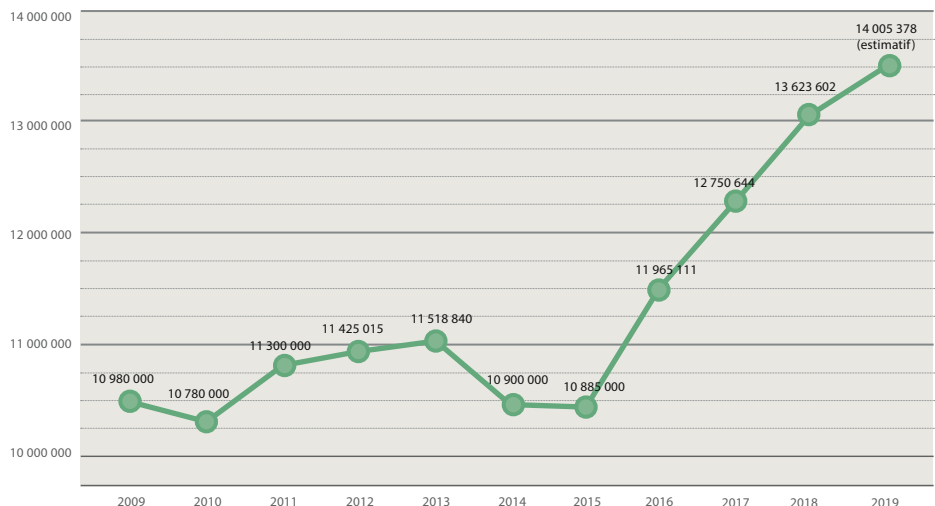
International connections:

EUROSTAR London: 1 roundtrip a day from June to September
 THALIS Brussels: 3 roundtrips a day
 THELLO Milan: 1 roundtrip a day
 RENEFE Madrid and Barcelona: 1 roundtrip a day

La gare Marseille Saint-Charles a accueilli 14 005 378 voyageurs (estimation 2019, toutes activités SNCF) contre 13 623 602 en 2018 soit + 3%.

The Marseille Saint-Charles train station had 14,005,378 travellers pass through its doors in 2019 (an estimation based on SNCF activity) compared with 13,623,602 in 2018, an increase of 3%.

ÉVOLUTION DU TRAFIC VOYAGEURS DE LA GARE SAINT-CHARLES DE 2009 À 2019 EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC IN SAINT-CHARLES RAILWAY STATION FROM 2009 TO 2019



SOURCE GARE ET CONNEXION MARSEILLE DONNÉES 2018 - SOURCE GARE ET CONNEXION MARSEILLE DONNÉES 2018

LE TRANSPORT MARITIME DE PASSAGERS THE PASSENGER SHIPPING INDUSTRY (CRUISE SHIPS AND FERRIES)

**CAP DES 3 MILLIONS
FRANCHI**

PASSENGER TRAFFIC
PASSED THE 3 MILLION MARK

ÉVOLUTION DU TRAFIC

LIGNES RÉGULIÈRES ET CROISIÈRES

En 2019, le Grand Port Maritime de Marseille (GPMM) a accueilli **3 137 437** passagers contre 2 985 672 en 2018 soit une hausse de 5%.

Par rapport à 2018, les lignes régulières (Corse, Algérie, Tunisie et autres destinations) enregistrent une stabilité du nombre de passagers et le nombre de croisiéristes une hausse de 9%.

Les croisiéristes représentent **59 %** du total de passagers 2019 du GPMM contre 57% en 2018, soit 1 866 000 passagers.

EVOLUTION OF TRAFFIC

REGULAR LINES AND CRUISE LINES

In 2019, the Grand Port Maritime de Marseille (GPMM) received **3,137,437** passenger versus 2,985,672 in 2018, so +5%.

In comparison to 2018, the regular lines (Corsica, Algeria, Tunisia and other destinations) recorded a consistent number of passengers and an increase of 9% of cruise-ship passengers.

Cruise ship passengers represent **59 %** of GPMM's total passengers in 2019, versus 57% in 2018, the equivalent to 1,866,000 passengers.

ÉVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS DE 2009 À 2019

EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC BETWEEN 2009 AND 2019



SOURCE : GRAND PORT MARITIME DE MARSEILLE



CROISIÈRE ET GRANDE PLAISANCE

CRUISE SHIP AND LARGE YACHTS

UN MARCHÉ EN
EN CONSTANTE
ÉVOLUTION

A CONSTANTLY
EVOLVING
MARKET



CHIFFRES CLÉS DE LA CROISIÈRE À MARSEILLE EN 2019 KEY FIGURES OF CRUISE SHIPS IN MARSEILLE IN 2019

1 866 000 PASSAGERS DONT **453 000** TÊTE DE LIGNE
ET **1 413 000** TRANSIT

497 ESCALES

3 755 PASSAGERS EN MOYENNE PAR ESCALE

23 COMPAGNIES DE CROISIÈRES

73 NAVIRES DIFFÉRENTS

1,866,000 PASSENGERS, **453,000** OF WHOM WERE TERMINATING
AND **1,413,000** TRANSIT

497 STOPOVERS

3,755 PASSENGERS ON AVERAGE PER STOPOVER

23 CRUISE COMPANIES

73 DIFFERENT CRUISE SHIPS

Avec plus de **1 800 000** passagers accueillis et **497** escales en 2019, Marseille Provence, 1^{er} port de croisière de France enregistre une hausse du nombre de passagers (+9 % par rapport à 2018).

Le port de Marseille Provence maintient sa position de 4^e port de croisière en Méditerranée. Marseille Provence poursuit sa stratégie de développement et anticipe les évolutions du marché de la croisière, afin de répondre aux besoins des opérateurs et ainsi renforcer l'embarquement.

FAITS MARQUANTS DE L'ACTIVITÉ EN 2019

Les armateurs ont choisi, une nouvelle fois, de positionner à Marseille leurs nouveaux fleurons, en particulier ceux équipés des **dernières innovations en matière de transition éco-énergétique**.

L'année 2019 aura ainsi été marquée par l'arrivée des **deux premiers navires de croisière propulsés au gaz naturel liquéfié (GNL) au monde**, l'*AIDAnova* (Aida Cruises) en mai et le *Costa Smeralda* (Costa Croisières) en décembre.

With over **1,800,000** passengers welcomed and **497** stopovers in 2019, Marseille Provence, France's largest cruise port, recorded a increase in the number of passengers (+9 % when compared to 2018).

Marseille-Fos Port has maintained its position as the fourth biggest cruise port in the Mediterranean.

Marseille Provence is continuing its development strategy and anticipating developments in the cruise market in order to respond to the needs of operators and therefore improve boarding.

KEY FACTS OF ACTIVITY IN 2019

Once again, cruise companies have chosen to dock their new flagships in Marseille, particularly those equipped with **the latest innovations in eco-energy transition**.

2019 also saw the arrival of **two of the first cruise ships in the world to be powered by liquefied natural gas (LNG)**, the *AIDAnova* (Aida Cruises) in May and the *Costa Smeralda* (Costa Cruises) in December.

Ces deux navires continueront de faire régulièrement escale à Marseille en 2020.

La cité phocéenne a également accueilli en 2019 les deux nouveaux navires de MSC Croisières, le *MSC Bellissima* et le *MSC Grandiosa*, destinés notamment à l'embarquement des passagers français et internationaux depuis Marseille, ainsi que le dernier paquebot de l'armateur tricolore Ponant, *Le Bougainville*.

De nombreux autres navires ont effectué leur première escale à Marseille en 2019 :

- *Celebrity Infinity* et *Celebrity Edge* (*Celebrity Cruises*)
- *Viking Jupiter* (*Viking Cruises*)
- *Marella Explorer 2* (*Marella Cruises*)
- *Azamara Pursuit* (*Azamara Cruises*)
- *Mein Schiff 2* et *Mein Schiff 4* (*TUI Cruises*)
- *Oasis of the Seas* et *Rhapsody of the Seas* (*Royal Caribbean International*)
- *Nieuw Statendam* (*Holland America Line*)

La compagnie allemande Aida Cruises a renforcé sa présence, ce qui la place parmi les armateurs les plus présents à Marseille.

Malgré une très légère baisse du nombre d'escales, **la hausse du trafic de croisière s'est poursuivie de façon significative en 2019 (+9%), notamment grâce au positionnement de navires de grande capacité en escale régulière** (ex : *MSC Grandiosa* : 6 300 pax, *Oasis of the Seas* : 5 500 pax, *AIDAnova* : 5 200 pax, *Costa Diadema* : 4 900 pax) et un dynamisme du trafic en transit accru durant la période estivale, dépassant ainsi les 150 000 pax mensuels de mai à octobre.

Les conseillers en séjour de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès ont accueilli et renseigné plus de 270 000 passagers lors de ces escales soit près de 11% d'augmentation par rapport à 2018. En 2019, 4 espaces informations ont été aménagés aux couleurs de Marseille et de la Provence afin de recevoir au mieux les croisiéristes.



@MARSEILLECROISIERE TERMINAL

These two ships will continue to make regular stop-overs in Marseille in 2020.

In 2019, Marseille also saw two new ships pass through its port owned by MSC Cruises, the *MSC Bellissima* and the *MSC Grandiosa*, primarily intended to pick up French and international passengers from Marseille port, as well as the latest liner from the French cruise ship company Ponant, *Le Bougainville*.

Several other ships made their first stop-overs in Marseille in 2019:

- *Celebrity Infinity* and *Celebrity Edge* (*Celebrity Cruises*)
- *Viking Jupiter* (*Viking Cruises*)
- *Marella Explorer 2* (*Marella Cruises*)
- *Azamara Pursuit* (*Azamara Cruises*)
- *Mein Schiff 2* and *Mein Schiff 4* (*TUI Cruises*)
- *Oasis of the Seas* and *Rhapsody of the Seas* (*Royal Caribbean International*)
- *Nieuw Statendam* (*Holland America Line*)

The German company Aida Cruises has strengthened its presence, making it one of the most renowned cruise operators in wMarseille's port.

Despite a slight decline in the number of stop-overs, **cruise traffic continued to significantly rise in 2019 (up by 9%), notably due to the positioning of large capacity ships performing regular stop-overs**

(eg.: *MSC Grandiosa*: 6,300 passenger capacity, *Oasis of the Seas*: 5,500 passenger capacity, *AIDAnova*: 5,200 passenger capacity, *Costa Diadema*: 4,900 passenger capacity) There was also a significant increase in transit traffic during the summer period, thus exceeding the 150,000 monthly passenger capacity from May to October.

Trip advisers from the Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau welcomed and informed over 270,000 passengers during these stop-overs, an increase of almost 11% compared with 2018. In 2019, 4 information points were renovated in the style of Marseille and Provence to give cruisers an improved welcome.

Cette année encore, diverses actions ont été menées pour promouvoir Marseille Provence en tant que destination de croisière, y compris lors de la 15^{ème} édition du salon **DITEX/TOP CRUISE qui s'est tenue au Palais du Pharo les 27-28 mars** et a accueilli 13 exposants et 25 marques de croisière. But de l'opération : faire (re)découvrir le produit croisière aux tour-opérateurs et agents de voyages français. La promotion de Marseille comme port d'embarquement et destination de pré/post séjours a été assurée par le Club de la Croisière sur son stand.

La promotion de notre territoire pour la croisière a également été assurée lors de salons à l'étranger :

- **Seatrade Cruise Global Miami 09-11 avril** : promotion de Marseille Provence comme destination croisière et port d'embarquement auprès des compagnies de croisière internationales. Rendez-vous commerciaux avec les directeurs des compagnies et responsables d'itinéraires. Stand sur le Pavillon France, porté par Atout France, avec les autres destinations françaises (French Atlantique Ports et French Med Ports)

- **Seatrade Europe Hambourg 11-13 septembre** : Stand French Med Ports. Promotion de Marseille Provence comme destination croisière et port d'embarquement auprès des compagnies de croisière internationales. Rendez-vous commerciaux avec les directeurs des compagnies et responsables d'itinéraires.

- **World Travel Market Londres 04-07 novembre (WTM)** : stand Région Sud sur le pavillon France pour promouvoir la région comme destination croisière ainsi que l'embarquement et les pré/post séjours auprès des tour-opérateurs et agents de voyages internationaux.

Offre régionale : 17 ports maritimes, 6 ports fluviaux, 2,5 millions de passagers accueillis en 2018 correspondant à 50% du trafic en France, 430 millions d'euros de retombées économiques totales et 2450 emplois équivalent temps plein.

En 2019, le Club de la Croisière Marseille Provence a également lancé son carnet de Bord, nouvel outil de promotion valorisant la destination Marseille Provence (ancien Passeport Croisière). Chaque zone de notre territoire est représentée à travers des idées d'excursions et de circuits. Les ports d'embarquement maritimes et fluviaux et l'accessibilité du territoire sont également mis en avant.

This year, once again various measures have been taken to promote Marseille Provence as a cruise destination. For example, the 15th year of **the DITEX/TOP CRUISE exhibition was held at the Palais du Pharo on March 27th-28th** featuring 13 exhibitors and 25 cruise ship companies. The aim of the event: to promote cruise packages to French tour operators and travel agents. The Marseille Provence Cruise Club booth promoted Marseille as a major port of embarkation and a pre-post cruise destination.

Our region was also promoted as a cruise destination at exhibitions abroad:

- **For example, the Seatrade Cruise Global exhibition in Miami, April 09th-11th:**

At the exhibition, Marseille Provence was promoted as a major cruise destination and a port of embarkation for international cruise companies. Commercial meetings were held between company directors and those in charge of itinerary planning. On the French Pavilion was a stand run by Atout France who promoted Marseille along with other French destinations (French Atlantic Ports and French Med Ports)

- **At the Seatrade Europe Convention in Hamburg, September 11th-13th** there was a French Med Ports booth. At the convention, Marseille Provence was promoted as a major cruise destination and a port of embarkation for international cruise companies. Commercial meetings were held between company directors and those in charge of itinerary planning.

- **At the World Travel Market trade show London, November 04th-07th (WTM)**: there was a Southern Region booth on the French pavilion promoting the area as a port of embarkation and a pre-post cruise destination to tour operators and international travel agents.

Promotion on a regional scale: With 17 seaports and 6 river ports, 2.5 million passengers passed through the region in 2018, corresponding to 50% of France's traffic, 430 million Euros of economic benefits in total and the equivalent of 2,450 full time jobs.

In 2019, the Marseille Provence Cruise Club also launched its own cruise log book, a new promotional tool to persuade people to come to Marseille Provence (formerly known as the Cruise Passport). Each area in the region is represented through excursion ideas and tours. The various sea and river embarkation ports and access points to the rest of the region are also highlighted.

ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Le Club de la Croisière Marseille Provence s'engage en faveur de la transition éco-énergétique en assurant une veille active, en promouvant, via une communication dédiée et maîtrisée, le recours aux sources alternatives d'approvisionnement des navires.

Le 17 octobre 2019, le Club a organisé, en collaboration avec ses partenaires l'événement « Blue Maritime Summit Marseille Provence - Croisue Initiatives » qui a rassemblé le monde maritime et industriel autour de cet enjeu pour échanger autour des solutions existantes et les initiatives à venir.

C'est à cette occasion qu'a été signée la Charte Bleue Croisière Marseille Provence entre les 4 armateurs principaux accueillis à Marseille (Costa Group – Costa Croisières et AIDA, MSC Group, Royal Caribbean Cruise Limited et Ponant) et les autorités portuaires et locales. Celle-ci prévoit le respect de 4 règles par les compagnies de croisière en approche et dans l'enceinte du port :

- Branchement à quai des navires,
- Utilisation d'un diesel marin à un taux de soufre à 0,1%,
- Programmation des escales au Gaz Naturel Liquéfié et développement d'une filière d'avitaillement en local,
- Réduction de la vitesse à 10 nœuds maximum.

C'est un accord dont la simultanéité des engagements est **unique au monde**. Ce texte est en parfaite corrélation avec le plan « Escales Zéro Fumée » lancé en septembre 2019 par la Région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur et qui prévoit l'électrification des quais des ports principaux régionaux.

Enfin, le Grand Port Maritime de Marseille est le premier et le seul port de France à proposer la solution du branchement à quai pour les navires ferries et cargos. Ce dispositif sera disponible pour les paquebots de croisière progressivement ces prochaines années et sera finalisé d'ici 2025.

COMMITMENT TO ENERGY TRANSITION

The Marseille Provence Cruise Club is committed to encouraging the transition to green energy by ensuring active monitoring and by promoting, via controlled and dedicated means of communication, other solutions for alternative supply sources for ships.

On October 17th 2019, the Club held an event in collaboration with its partners, the "Blue Maritime Summit Marseille Provence - Cruise Initiatives" which brought together the maritime and industrial worlds to consider this concern and to discuss existing solutions and initiatives for the future.

On this occasion, the Marseille Provence 'Blue Charter' was signed by the 4 main cruise companies in Marseille (Costa Group – Costa Cruises and AIDA, MSC Group, Royal Caribbean Cruise Limited and Ponant) as well as the local and port authorities. By signing this charter, the cruise ship companies agreed to adhere to 4 main regulations applicable when approaching the port and sailing in the port area:

- Using a ship-to-shore power supply with charging stations on the quays,
- Using a marine diesel with a sulphur content of 0.1% or lower,
- Programming stop-overs using liquefied natural gas and developing a local refuelling network.
- Reducing speed to a maximum of 10 knots.

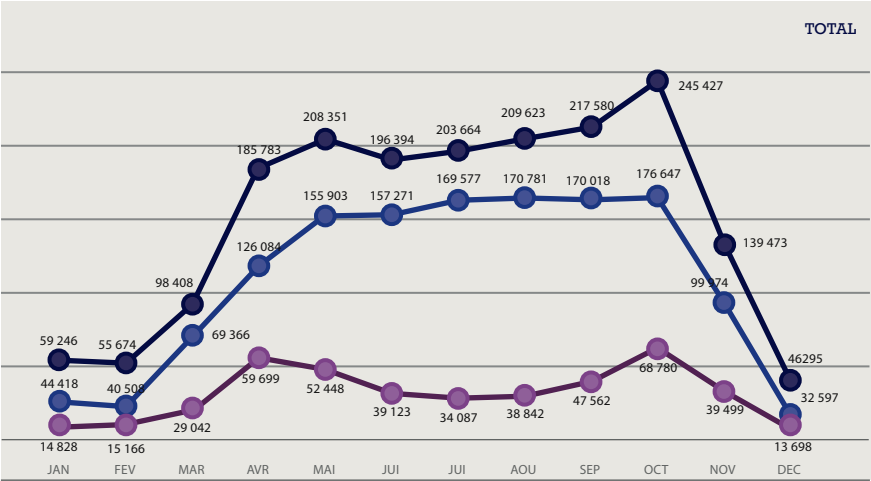
This agreement is **unique in the world** in respect of the collaborative effort between the various cruise ship companies. This charter perfectly correlates with the "Zero Emission Stop-over Plan" launched in September 2019 by the Provence-Alpes-Côte d'Azur Southern region, which plans to supply all of the main ports in the region with electricity.

Finally, Marseille-Fos Port is the first and only port in France to offer a solution for ship-to-shore power for ferries and cargo ships. This initiative will also be gradually introduced for cruise ships over the next few years and the project should be finalized by 2025.



FRÉQUENTATION MENSUELLE DES CROISIERISTES EN 2019

MONTHLY VISITATION OF CRUISE SHIP PASSENGERS IN 2019



SOURCE : CLUB DE LA CROISIÈRE MARSEILLE PROVENCE / MARSEILLE PROVENCE CRUISING CLUB

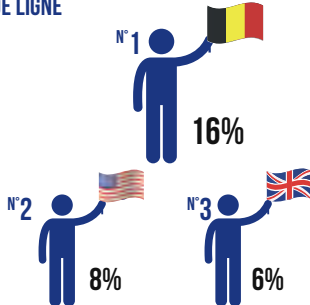
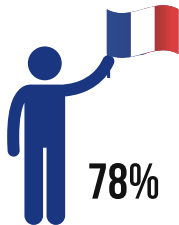
PASSAGERS TRANSIT
TRANSIT PASSENGERS
1 413 144

PASSAGERS TÊTE DE LIGNE
HOMEPORT PASSENGERS
452 774

TOTAL
1 866 000

MARSEILLE : PASSAGERS EN TÊTE DE LIGNE

MARSEILLE: HOMEPORT PASSENGERS

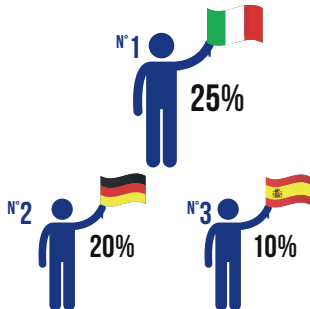


Parmi les nationalités étrangères
Out of the foreign nationalities there were

- 4^{ème} – Chine (6%)
- 5^{ème} – Italie (5%)
- 6^{ème} – Canada (5%)
- 7^{ème} – Portugal (4%)
- 8^{ème} – Russie (4%)
- 9^{ème} – Pays-Bas (4%)
- 10^{ème} – Allemagne (4%)

MARSEILLE : PASSAGERS TRANSIT

MARSEILLE: TRANSIT PASSENGERS



- 4^{ème} – Etats-Unis (9%)
- 5^{ème} – Royaume-Uni (5%)
- 6^{ème} – France (3%)
- 7^{ème} – Russie (2%)
- 8^{ème} – Autriche (2%)
- 9^{ème} – Suisse (2%)
- 10^{ème} – Canada(2%)



CHANTIER NAVAL DE MARSEILLE - MARSEILLE SHIPYARD

© GRAND PORT MARITIME DE MARSEILLE

GRANDE PLAISANCE YACHTING

FRÉQUENTATION 2019 DES YACHTS (*) 2019 YACHT VISITATION (*)

YACHTS >= 24 MÈTRES DE LONG METERS LONG	NOMBRE DE NAVIRES NUMBER OF YACHTS	NOMBRE DE NUITÉES NUMBER OF OVERNIGHT
VIEUX-PORT OLD PORT	32	104

SOURCE : AIX-MARSEILLE PROVENCE-MÉTROPOLE – DIRECTION DES PORTS
AIX-MARSEILLE PROVENCE METROPOLE HARBOUR MANAGEMENT

* ne sont comptabilisés que les postes à flot gérés en régie par
Aix-Marseille Provence Métropole

** only floating posts managed by the governance of the Aix
Marseille Provence Metropole are accounted for*

LA RÉPARATION NAVALE

Activités florissantes, les croisières et la grande plaisance favorisent l'activité de la réparation navale.

CHANTIER NAVAL DE MARSEILLE

Le chantier naval de Marseille (CNM) est un chantier de réparation navale, de «refitting» et de conversion de navires.

Le CNM exploite les formes n°8 (320 m x 50 m), n°9 (250 m x 37 m) et n°10 (465 m x 85 m) du port de Marseille et peut accueillir tous types de navires avec notamment la forme n°10 la plus grande en Méditerranée.

Le CNM intervient sur plus de **30** navires en moyenne par an dont **10** paquebots.

Plus d'informations : cndm.eu

SHIP REPAIRS

Flourishing activities, cruises and large yachts encourage ship repairs.

MARSEILLE SHIPYARD

Marseille Shipyard (MS) is a ship repair yard which specialises in refitting and ship conversion.

MS uses Docks no. 8 (320 m x 50 m), 9 (250 m x 37 m) and 10 (465 m x 85 m) of Marseille's harbor and can house all types of ships and dry dock n°10 is the largest in the Mediterranean.

The Marseille Shipyard works on over **30** ships on average a year **10** of which were ocean liners.

More information: cndm.eu

INDUSTRIE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES (IRP)

PROFESSIONAL CONFERENCES AND MEETINGS

UNE ANNÉE RÉUSSIE
POUR LE TOURISME
D'AFFAIRES

A SUCCESSFUL YEAR
FOR BUSINESS-RELATED
TOURISM

CHIFFRES CLÉS 2019 2019 KEY FIGURES

982 MANIFESTATIONS (815 EN 2018), +20,5%

482 350 JOURNÉES CONGRESSISTES (413 282 EN 2018), +16.7%

183 121 CONGRESSISTES (153 542 EN 2018), +19%

76 MILLIONS D'€ DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES (68 M D'€ EN 2017), +12%

CLASSEMENT ICCA 2019 (INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION)

5^{ÈME} VILLE FRANÇAISE DE CONGRÈS SUR 64 VILLES CLASSÉES

98^{ÈME} RANG MONDIAL DES VILLES DE CONGRÈS SUR 1 794 VILLES CLASSÉES

982 EVENTS (815 IN 2018), +20.5%

482,350 CONFERENCE DAYS (413 282 IN 2018), +16.7%

183 121 CONFERENCE DELEGATES (153,542 IN 2018), +19%

76 MILLION EUROS OF DIRECT ECONOMIC BENEFITS (COMPARED WITH 68M € IN 2017), UP BY 12%

2019 ICCA RANKING (INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION)

5TH FRENCH CONFERENCE CITY ON 64 RANKED CITIES

98TH MOST POPULAR CITY FOR BUSINESS CONVENTIONS IN THE WORLD, AMONGST 1 794 CITIES

SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE / MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST AND CONVENTION BUREAU

BUREAU DES CONGRÈS DE MARSEILLE ET DE LA MÉTROPÔLE

Service de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille, le Bureau des Congrès participe activement à la dynamique de promotion, d'attractivité et de rayonnement de Marseille et sa Métropole.

Une équipe de 7 personnes fédère et centralise l'offre locale autour d'une charte commune de qualité d'accueil et de services. Cette dernière apporte son expertise quelle que soit la complexité des demandes (congrès, salon, symposium, séminaire, incentive) ainsi que son soutien aux candidatures pour le compte d'associations nationales ou internationales.

Une progression régulière est enregistrée depuis 10 ans avec notamment le nombre de manifestations qui a quasiment triplé grâce à des actions de promotion renforcées.

MARSEILLE AND METROPOLIS CONVENTION BUREAU

The Convention Bureau, a department of the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau, actively participates in promotion, attracting visitors and showcasing of Marseille and its Metropolis.

A 7-person team brings together and centralises the local offering around a common charter for the quality of reception and services. They provide their expertise regardless of the complexity of the requests (conferences, trade fairs, symposiums, seminars, incentives) as well as supporting applications on behalf of national and international associations.

Steady progress has been recorded over the past 10 years, particularly with the number of events, which have almost tripled, thanks to the marketing and promotion activities.



© A. LAPALUS

L'ÉQUIPE DE L'OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE
THE TEAM OF MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST AND CONVENTION BUREAU

L'équipe a réalisé plus de 30 actions de promotion (Salons, workshops, soirées de networking et eductours) en France et à l'étranger en 2019.

Mais aussi 45 visites de repérage, 135 rendez-vous à Marseille, 124 rendez-vous auprès d'agences assurés par le Bureau de Paris et de très nombreux soutiens techniques.

L'ensemble de ces actions a généré près de 900 rendez-vous B To B.

Les marchés prioritaires sont : la France, la Belgique, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Espagne, la Suisse, les Etats-Unis et la Russie.

2019 : UNE ANNÉE TRÈS RÉUSSIE

Au total, ce sont 982 événements qui se sont tenus à Marseille en 2019. 68% de ces événements sont représentés par le secteur du « corporate » (séminaires, conventions d'entreprises, lancement de produits et incentives) et 32% par les congrès et les salons. 36 événements de plus de 900 participants ont été accueillis dont 5 conventions d'entreprises, 6 salons et 25 congrès. L'ensemble de ces événements a généré **383 millions d'Euros de retombées économiques** totales : directes, indirectes et fiscales (selon le calculateur de l'Union Française de Métiers de l'Événements, UNIMEV). 25 % de ces retombées économiques sont attribuables à des événements internationaux (répartis à hauteur de 73% en congrès et 27% en conventions d'entreprises).

The team organised over 30 promotional events (exhibitions, workshops, networking evenings and educational tours) in France and abroad in 2019.

On top of that they planned 45 on-site visits, held 135 meetings in Marseille, 124 meetings with agencies set up by the Paris Tourist Office and developed several technical support services.

All of these efforts generated almost 900 B To B meetings.

The main target markets are: France, Belgium, Germany, Great Britain, Italy, Spain, Switzerland, the United States and Russia.

2019: AN EXTREMELY SUCCESSFUL YEAR

In total, 982 of the planned events were held in Marseille in 2019. 68% of these events fell within the 'corporate' sector (seminars, business conventions, product launches and incentive seminars) and 32% were conventions, exhibitions or trade shows. 36 events with over 900 participants were held including 5 business conventions, 6 exhibitions and 25 conferences. All of these events generated a total of **383 million Euros of economic benefits**: direct, indirect and fiscal (according to the French Meeting Industry Council/UNIMEV's calculator). 25% of these economic benefits are attributable to international events (with the majority being conferences, 73%, and the remaining 27% being business conventions).

QUELQUES RÉFÉRENCES DE CONGRÈS ET SALONS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX À MARSEILLE ET AIX-EN-PROVENCE EN 2019

Marseille

> Congrès Francophone de la Pharmacie Hospitalière, Hopipharm - 2000 personnes

> Congrès de la Société Francophone de Diabétologie, 4500 personnes

> Congrès de la Société Française des Neurosciences, 1500 personnes

> 53^{ème} Congrès Confédéral de la CFTC, 1200 personnes

> Salon Preventica, 10 000 personnes

> Congrès de Pneumologie de Langue Française, 5 000 personnes

> European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition, 2 500 personnes

> Ocean 19, IEEE OCEANIC ENGINEERING SOCIETY, 1200 personnes

> European Public Health Conference EUPHA, 2000 personnes

> Convention Jubilé d'été Tupperware, 3 200 personnes

> Forever Living Products Convention, 2 600 personnes

> Biofit, 1 500 personnes

Aix-en-Provence

> 67^{ème} congrès de la Société Française de Chirurgie Orale – 300 personnes

> 21^{ème} Journées de la Société de la Médecine de la Reproduction - SMR 2019 – 350 personnes

> EUS-ENDO – 400 personnes

A FEW EXAMPLES OF NATIONAL AND INTERNATIONAL CONGRESSES AND TRADE SHOWS HELD IN MARSEILLE AND AIX-EN-PROVENCE IN 2019

Marseille

> Hopipharm: Francophone Congress for Hospital Pharmacists - 2,000 attendees

> French Speaking Diabetes Society Congress, 4,500 attendees

> French Neuroscience Society Congress, 1,500 attendees

> 53rd Confederal Congress of the French Confederation of Christian Workers (CFTC), 1,200 attendees

> Preventica Professional Trade Show, 10,000 attendees

> French Language Pneumology Society Congress, 5,000 attendees

> European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition, 2,500 attendees

> Ocean 19, IEEE OCEANIC ENGINEERING SOCIETY Conference, 1,200 attendees

> European Public Health Conference EUPHA, 2,000 attendees

> Tupperware Summer Jubilee Convention, 3,200 attendees

> Forever Living Products Convention, 2,600 attendees

> Biofit, 1,500 attendees

Aix-en-Provence

> The 67th Congress of the SFCO, the French Society of Oral Surgery – 300 attendees

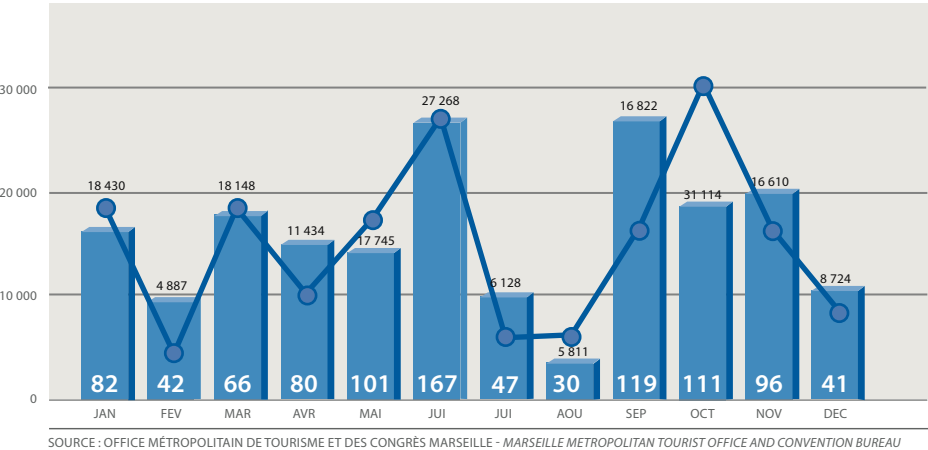
> The 21st Conference of the Reproductive Medicine Society - SMR 2019 – 350 attendees

> EUS-ENDO – 400 attendees

RÉPARTITION MENSUELLE DES MANIFESTATIONS ET PARTICIPANTS EN 2019 À MARSEILLE MARSEILLE MONTHLY DISTRIBUTION OF EVENTS AND DELEGATES IN 2019

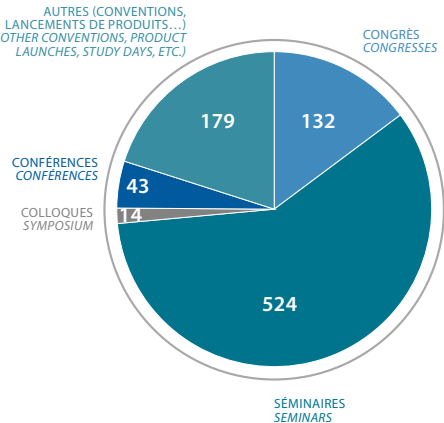
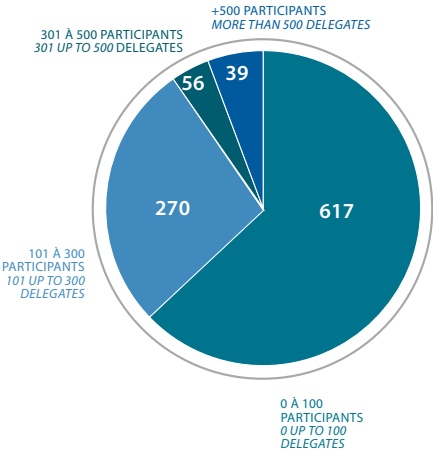
PARTICIPANTS
DELEGATES

MANIFESTATIONS
EVENTS

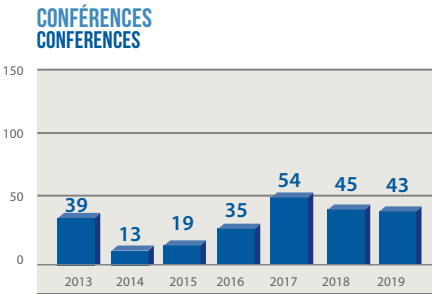
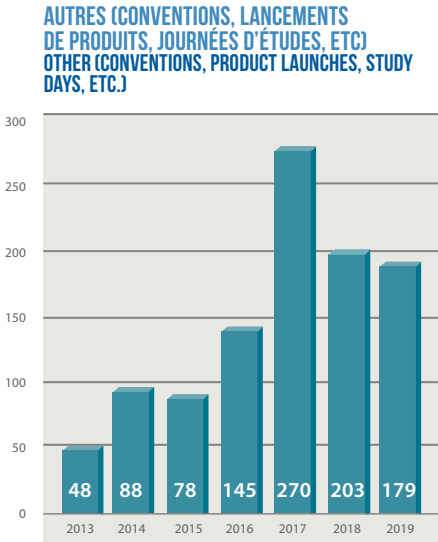
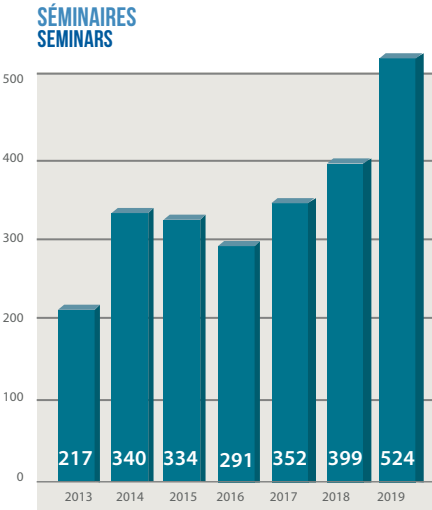
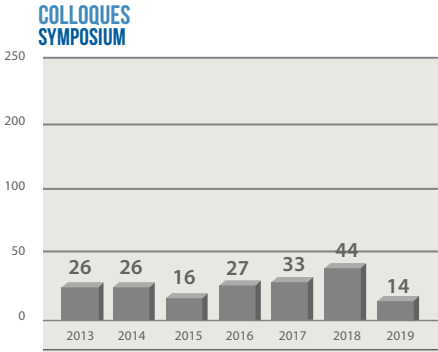
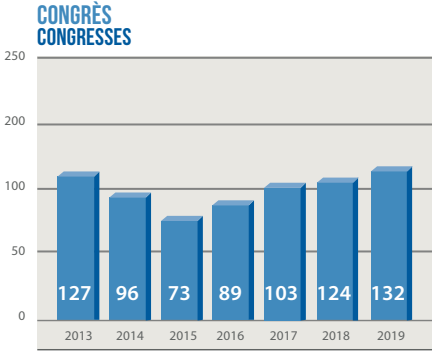


RÉPARTITION DES MANIFESTATIONS EN FONCTION DU NOMBRE DE PARTICIPANTS EN 2019 À MARSEILLE BREAKDOWN OF EVENTS ACCORDING TO THE NUMBER OF DELEGATES IN 2019 IN MARSEILLE

RÉPARTITION PAR TYPE DE MANIFESTATIONS EN 2019 À MARSEILLE A BREAKDOWN OF THE DIFFERENT TYPES OF EVENT HELD IN 2019 IN MARSEILLE



ÉVOLUTION PAR TYPE DE MANIFESTATION DE 2013 À 2019 À MARSEILLE
MARSEILLE DEVELOPMENT BY TYPE OF EVENT FROM 2013 TO 2019



SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS MARSEILLE
MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU

PERSPECTIVES 2020-2025

A l'heure où nous éditons ce document, au cœur de la crise sanitaire liée à l'épidémie du Covid-19, nous n'avons pas encore de visibilité sur le nombre total d'événements reportés ou annulés.

2020 s'annonçait comme une année exceptionnelle avec 17 congrès de plus de 1 000 participants attendus dont :

- > L'UICN avec 10 000 congressistes internationaux et 100 000 visiteurs
- > Le congrès national des Sapeurs-Pompiers avec 30 000 participants
- > Deux salons : Euromaritime et Ditex
- > Un événement sportif « EPCR » European Professional Club Rugby

Plus de 80 événements d'entreprises confirmés (séminaires et conventions) : fait exceptionnel sur le degré d'anticipation des entreprises.

2021 : 24 congrès confirmés et 25 en option, prospection.

2022-2025 : 7 congrès confirmés et 16 en option, prospection.

FUTURE PROSPECTS 2020-2025

As we write this document, we are at the heart of a health crisis linked to the Covid-19 epidemic so we cannot yet predict the total number of events that will be either postponed or cancelled.

2020 was announced to be an extraordinary year with 17 planned congresses with over 1,000 attendees including:

- > UICN with 10,000 international delegates and 100,000 visitors
- > National Fireman Congress with 30,000 attendees
- > Two trade shows: Euromaritime and Ditex
- > A sport event run by the 'EPCR' European Professional Club Rugby

Over 80 confirmed business events (seminars and conventions): an exceptional amount, based on several businesses' level of anticipation.

2021: 24 confirmed congresses and 25 potentials.

2022-2025: 7 confirmed congresses and 16 potentials.



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

PALAIS DU PHARO - CENTRE DE CONGRÈS



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

UN PALAIS QUI
SURPLOMBE LA
MÉDITERRANÉE
POUR DES
MANIFESTATIONS
DE PRESTIGE

CHIFFRES-CLÉS 2019

178 MANIFESTATIONS

-7% VS 2018

260 JOURS DE MANIFESTATIONS

-14% VS 2018

56 963 CONGRESSISTES

+16% VS 2018

A l'entrée du Vieux-Port, le Palais du Pharo, construit par Napoléon III pour l'Impératrice Eugénie est aujourd'hui devenu un Centre de Congrès prestigieux, modernisé, attirant des événements d'envergure internationale.

Le Palais du Pharo dispose de **10 000 m²** d'espaces congrès répartis ainsi :

-Le Palais historique composé de deux salons de style Second Empire de 90 et 180 places, de 8 salles de sous-commission de 10 à 90 places et d'une salle plénière de 300 places.

- L'extension contemporaine composée de l'espace Vieux-Port (restauration traiteur) de 1 000 places, d'un auditorium de 900 places (entièrement rénové en 2019) et d'un plateau d'exposition de 1 800 m².



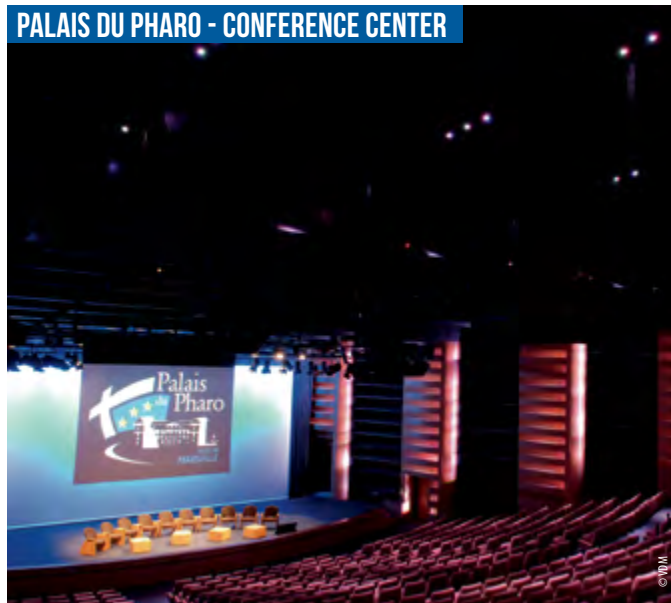
PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

ÉVÉNEMENTS-PHARES 2019

- > High Tech Cardio
- > Convention Yves Rocher
- > Conseil de l'Agence Spatiale Européenne ESA
- > Salon DITEX & Top Cruise
- > Les Journées de la Médecine Foetale
- > Les Rencontres de l'ORME
- > Conférence Internationale sur les Feux de Forêts et les Feux d'Interface
- > 23^{ème} Congrès FO COM
- > Sommet de la Méditerranée avec le Président de la République Française
- > Rencontres Nationales de la Librairie
- > Séminaire national des Ventes Laboratoire Roche
- > Congrès National de la Société Française d'Hépatologie
- > Convention nationale du Groupe NGE
- > Salon Top Transport
- > 41^{ème} Congrès national de la Société Française de Sénologie et de Pathologie Mammaire
- > ActeIII de la Méditerranée du Futur
- > Congrès Mondial IFATS, International Federation for Adipose Therapeutics and Science

Plus d'informations :
palaisdupharo.marseille.fr

PALAIS DU PHARO - CONFERENCE CENTER



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

A CONFERENCE
CENTRE
OVERLOOKING
THE MEDITERRANEAN
FOR PRESTIGIOUS
EVENTS

2019 KEY FIGURES

178 EVENTS

-7% COMPARED WITH 2018

260 EVENT DAYS

-14% COMPARED WITH 2018

56 963 CONFERENCE DELEGATES

+16% VS 2018

Sitting right at the entrance to the Old Port, le Palais du Pharo, built by Napoleon III for the Empress Eugénie, has today become a prestigious and modernised Conference Centre, attracting events on an international scale.

The Palais du Pharo has **10,000 m²** of conference space, which are divided up as follows:

- The historic Palais comprises two Empire-style parlors with 90 and 180 seats, 8 sub-committee rooms with 10 to 90 seats and a plenary room with 300 seats.

- The contemporary extension, comprised of the Vieux-Port space (delicatessen catering) with 1,000 seats, an auditorium with 900 seats (entirely refurbished in 2019) and a 1,800 m² exhibition stage.



PHARO ESPACE 1000 LUMIÈRES - PHARO PALACE 10000 LIGHTS

2019 STANDOUT EVENTS

- > High Tech Cardio
- > Convention Yves Rocher
- > Conseil de l'Agence Spatiale Européenne ESA
- > Salon DITEX & Top Cruise
- > Les Journées de la Médecine Foetale
- > Les Rencontres de l'ORME
- > Conférence Internationale sur les Feux de Forêts et les Feux d'Interface
- > 23^{ème} Congrès FO COM
- > Sommet de la Méditerranée avec le Président de la République Française
- > Rencontres Nationales de la Librairie
- > Séminaire national des Ventes Laboratoire Roche
- > Congrès National de la Société Française d'Hépatologie
- > Convention nationale du Groupe NGE
- > Salon Top Transport
- > 41^{ème} Congrès national de la Société Française de Sénologie et de Pathologie Mammaire
- > Actelll de la Méditerranée du Futur
- > Congrès Mondial IFATS, International Federation for Adipose Therapeutics and Science

More information:
palaisdupharo.marseille.fr

MARSEILLE CHANOT PALAIS DES CONGRÈS ET DES EXPOSITIONS

**ESPACES
MODULABLES
POUR
UN ACCUEIL
SUR MESURE**

CHIFFRES-CLÉS 2019

29 CONGRÈS

**50 SALONS DONT 20 SALONS
PROFESSIONNELS**

95 ÉVÉNEMENTS « CORPORATE »

81 AUTRES ÉVÉNEMENTS

MARSEILLE CHANOT

Marseille Chanot, Palais des Congrès et des Expositions de Marseille, accueille tous types de manifestations : congrès, conventions, salons grand public ou professionnels, conférences, galas, etc. Sa capacité d'accueil 100% modulable et la qualité de ses infrastructures en font un haut lieu de l'événementiel qui accueille chaque année plus de **250** événements et 1 million de visiteurs.

En 2019, La SAFIM, gestionnaire de Marseille Chanot et organisateur d'événements, a reçu la certification ISO 20121 Management durable des événements.

Composition du complexe Marseille Chanot :

- 7 palais au service de l'événementiel
- 3 auditoriums de 200 à 3 200 personnes
- 1 800 places de parking
- 100 000 m² de surfaces intérieures et extérieures

Plus d'informations :
marseille-chanot.com

ÉVÉNEMENTS-PHARES 2019

- > CPLF Congrès de Pneumologie de Langue Française
- > Convention Orange Business
- > Congrès de la Société Francophone du Diabète
- > European Sleep & Breathing Society Congress
- > Hopipharm
- > Congrès NeuroFrance
- > Congrès Océans
- > 12^{ème} Assises Nationales de la Protection de l'Enfance
- > Jubilé d'Été Tupperware
- > 36th European PV Solar Energy Conference and Exhibition
- > 53^{ème} Congrès confédéral CFTC
- > EPH Conference
- > BIOFIT



MARSEILLE CHANOT

MARSEILLE CHANOT EXHIBITION AND CONVENTION CENTER

MODULAR
SPACES
FOR HOSTING
CUSTOMISED
EVENTS

2019 KEY FIGURES

29 CONGRESSES

50 FAIRS, OF WHICH 20 WERE
TRADE FAIRS

95 CORPORATE EVENTS

81 OTHER EVENTS

MARSEILLE CHANOT

Marseille Chanot, Marseille's Exhibition and Convention Center, hosts all kinds of events: conferences, conventions, consumer and trade fairs, congresses, galas, etc. Its hosting capacity is 100% modular and boast high-quality infrastructure, hosting more than **250** events and 1 million visitors every year.

In 2019, SAFIM, management institution of Marseille Chanot and event organizer, received ISO 20121 certification, Event Sustainability Management System.

Composition of the Marseille Chanot complex:

- 7 halls for events
- 3 auditoriums accommodating 200 to 3,200 persons
- 1,800 parking spaces
- 100,000 m² of internal and external surfaces

More information:
marseille-chanot.com

2019 STANDOUT EVENTS

- > CPLF Congrès de Pneumologie de Langue Française
- > Convention Orange Business
- > Congrès de la Société Francophone du Diabète
- > European Sleep & Breathing Society Congress
- > Hopipharm
- > Congrès NeuroFrance
- > Congrès Océans
- > 12^{ème} Assises Nationales de la Protection de l'Enfance
- > Jubilé d'Eté Tupperware
- > 36th European PV Solar Energy Conference and Exhibition
- > 53^{ème} Congrès confédéral CFTC
- > EPH Conference
- > BIOFIT



MARSEILLE CHANOT

WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE CENTRE DE CONGRÈS & SÉMINAIRES



**CENTRALITÉ,
NOUVELLE OFFRE
ÉVÉNEMENTIELLE**

CHIFFRES-CLÉS 2019

**421 ÉVÉNEMENTS
PROFESSIONNELS**

+10% VS 2018

105 203 VISITEURS

+9% VS 2018

© E. LAMY

LE SKY CENTER LA MARSEILLAISE

Le Centre de Congrès et Séminaires du World Trade Center Marseille Provence, à 2 minutes à pied du Vieux-Port, dispose de 2 000 m² de salles entièrement polyvalentes et modulables se prêtant à l'organisation de tous types d'événements.

Des équipements ultra-connectés : Wi-fi, avec fibre optique, visio conférence.

- 1 salle plénière de 400 m²
- 11 salles de réunion de 50 m² à 137 m²
- 1 foyer Agora sonorisé de 400 m² pour espace d'exposition et restauration debout
- 1 terrasse de 250 m²

Le site bénéficie d'une accessibilité optimale : gare Saint-Charles à 10 min à pied, aéroport international Marseille Provence à 30 min en voiture, accès direct A7 et A55, métro Ligne 1 Station Colbert ou Vieux-Port, tramway T2/T3 arrêts Belsunce/Alcazar ou Sadi-Carnot, parking public Centre Bourse de 1 800 places et un accès direct à l'hôtel Mercure Centre Marseille Vieux-Port 4* de 180 chambres.



PALAIS DE LA BOURSE

ÉVÉNEMENTS MARQUANTS EN 2019

Le Sky Center La Marseillaise a ouvert ses portes en 2019. Les deux derniers étages de la Tour, dessinée par Jean Nouvel, abritent les nouveaux espaces du World Trade Center Marseille Provence.

Au 29^{ème} étage, 1 300 m² de centre d'affaires et coworking dédiés aux professionnels qui souhaitent donner de la hauteur à leur business. Une large gamme de services premium et un « solution desk » dédié viennent compléter l'offre de location d'espaces de travail.

Et au 30^{ème} et dernier étage de la Tour La Marseillaise, le centre événementiel le plus haut de la méditerranée. Modulables et haut-de-gamme, avec une vue à 360° sur la ville et la mer, les 900 m² d'espaces réceptifs du Sky Center vous invitent à entrer dans la Sky Expérience.

Le World Trade Center Marseille Provence exploite dorénavant les Grand Hall, Salon d'Honneur et Salle des Séances du Palais de la Bourse et complète ainsi sa gamme de produits. Idéal pour organiser des événements de prestige dans un cadre historique unique, le Palais vous accueille en plein cœur de Marseille et inscrit votre événement dans l'histoire.

Plus d'informations :
wtcmp.com

WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE CONFERENCE & SEMINAR CENTER



LE SKY CENTER LA MARSEILLAISE

CENTRALITY,
NEW EVENT SPACES

2019 KEY FIGURES

421 TRADE EVENTS
+10% COMPARED WITH 2018
105 203 VISITORS
+9% COMPARED WITH 2018

MAXIME PETRI

The seminar and congress centre in the World Trade Center Marseille Provence, a 2-minute walk from the City Center Vieux-Port has 2,000m² with of entirely versatile and flexible rooms which lend themselves to organising all kinds of events.

Ultra-connected equipments: fibre optic Wi-Fi, video conferences.

- 1 x 400 m² plenary room
- 11 x 50 m² to 137m² meeting rooms
- 1 Agora meeting hall fitted with a sound system, measuring 400 m², with space for exhibitions and high bar tables
- 1 x 250 m² patio

The site is in an ideal location and is easily accessible by several means of transport: Saint-Charles train station is a 10-minute walk away and Marseille Provence international airport is 30 minutes by car. There is also direct access to the A7 and A55 motorways, Station Colbert or Vieux-Port line 1 metro stations, the Belsunce/Alcazar or Sadi-Carnot stops of the T2/T3 trams and the 1,800 space Centre Bourse public car park and an access to the 4-star Mercure Centre Marseille Vieux-Port hotel, with 180 rooms.

More information:
wtcmp.com

MAJOR EVENTS IN 2019

The Sky Center La Marseillaise opened in 2019. The top two floors of the tower, designed by Jean Nouvel, house new spaces for the World Trade Center Marseille Provence.

On the 29th floor, there is a 1,300m² business centre and co-working space dedicated to professionals who wish to make their business reach new heights. A wide range of premium services and a dedicated 'solution desk' are available for those hiring out working spaces.

Furthermore, on the 30th and final floor of La Marseillaise tower is the highest events centre in the Mediterranean. Customizable and top of the range, with a 360° view of the city and sea, the Sky Center's 900m² business hosting area invites you to immerse yourself in the Sky Experience.

Now the World Trade Center Marseille Provence also makes use of the Palais de la Bourse's great hall, hall of honour and session room, adding to its range of facilities on offer. Ideal for holding prestigious events in a unique historical setting, the conference centre welcomes you in the heart of Marseille and is sure to make your event go down in history.

OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE

MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE
AND CONVENTION BUREAU

UNE PRÉSENCE
RENFORCÉE
AUPRÈS DES
CROISIERISTES

A GREATER PRESENCE
IN THE CRUISE
TOURISM SECTOR



ACCUEIL PUBLIC

OFFICE MÉTROPOLITAIN
DE TOURISME ET DES CONGRÈS
DE MARSEILLE
(OMTCM)

MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST
OFFICE AND CONVENTION BUREAU
(MMTOCB)
marseille-tourisme.com

ACCUEIL

Une équipe de **15 conseillers** en séjours, maîtrisant parfaitement le territoire, propose des renseignements adaptés en 8 langues (français, anglais, italien, espagnol, allemand, portugais, chinois et le langage des signes) en fonction des profils et envies des visiteurs.

3 points d'accueil physique : le hall de l'Office de Tourisme ouvert 363 jours par an, offrant un espace boutique avec plus de 130 références de produits régionaux, de créateurs marseillais ou issus de l'artisanat local, le terminal croisières (540 escales accueillies) et 2 Twizy en mobilité en haute saison.

Près de 300 000 personnes ont fréquenté le hall de l'Office de Tourisme -6.7%/2018 (documents en libre-service, écrans et boutique), parmi eux 82 012 personnes ont sollicité des renseignements personnalisés.

270 000 personnes ont été renseignées au terminal croisières (+10.88%)

Un total de près de 400 000 renseignements personnalisés ont été délivrés :

82 012 dans Hall Office de Tourisme, 270 000 au terminal croisières, 3 600 en mobilité avec nos Twizy, 18 938 appels téléphoniques, 22 832 mails et 1 580 courriers adressés.

WELCOME

A team of **15 travel advisers**, who know the region inside out, provide tourists with information translated into 8 languages (French, English, Italian, Spanish, German, Portuguese, Chinese and sign language) according to their visitor profiles and their desired itineraries.

There are 3 manned receptions: the tourist office hall is open 363 days a year (featuring a shop with over 130 regional products on sale made by local designers and craftspeople), the cruise ship terminal (with 540 stop-overs a year) and 2 Twizys for the tourist office staff to get out and about in high season to inform visitors.

Almost 300,000 people visited the Tourist office's main hall in 2019, a decrease of 6.7% compared with 2018, and amongst those, 82,012 people asked for personalised information. In the tourist office hall there are free leaflets, interactive information points and a shop.

270,000 visitors got information at the cruise terminals (+10.88%)

Almost 400,000 people were given personalised information :

82,012 got personalised information in the Tourist Office hall, 270,000 at the cruise terminal, 3,600 at the Twizy mobile information points, 18,938 via phone calls, 22,832 via mail and 1,580 by post.

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS THE GEOGRAPHIC ORIGINS OF VISITORS

La répartition de la clientèle française et étrangère est aujourd'hui équilibrée avec 48% d'étrangers et 52 % de français.

The amount of clientèle travelling to the area from France and abroad is almost equal, with 48% of visitors coming from abroad and 52% coming from France.

TOP 5 DES VISITEURS FRANÇAIS TOP 5 ORIGINS OF FRENCH VISITORS

DÉPARTEMENTS REGIONS	PART VISITEURS FRANÇAIS PROPORTION OF FRENCH VISITORS	EVOL 2018-2019
RÉGION SUD	23.09%	-8.21%
ILE DE FRANCE	22.35%	-2.19%
AUVERGNE RHÔNE ALPES	14.06%	+7.04%
OCCITANIE	7.83%	-3.48%
GRAND EST	5.5%	-2.5%

TOP 5 DES VISITEURS ÉTRANGERS TOP 5 FOREIGN VISITORS

PAYS COUNTRIES	PART VISITEURS ÉTRANGERS % PROPORTION OF FOREIGN VISITORS	EVOL 2018-2019
ALLEMAGNE / GERMANY	19.5%	+10.61%
ESPAGNE / SPAIN	14.34%	-3.64%
GRANDE-BRETAGNE / GREAT BRITAIN	13.79%	-8.03%
ITALIE / ITALY	11.88%	+9.44%
USA / USA	10.40%	-11.44%

SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS MARSEILLE - METROPOLITAN MARSEILLE TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU

NOUVEAUTÉ SAISON 2019

Les habitudes des visiteurs évoluent et la fréquentation dans les Offices de Tourisme est généralement en baisse depuis quelques années.

L'OMTCM a donc décidé d'aller au-devant des visiteurs et mis en place des « accueils mobiles » en juillet et août. Des conseillers en séjour ont sillonné la ville à bord de twizy brandées aux couleurs de l'Office pour renseigner « in situ » sur des lieux stratégiques : Notre Dame de la Garde, l'Esplanade du J4, le Mucem, la Gare Saint Charles, le Vieux-Port.

SEASONAL CHANGES IN 2019

Visitors' customs change and the amount of people visiting tourist offices has generally been in decline recent years.

As a result, the MMTOCB (the Marseille tourism office and convention bureau) decided to get one step ahead by putting in place "mobile receptions" in July and August. Travel advisers travelled across the city on Twizys branded with the tourism office colours and logo to give out information 'in situ' in strategic spots: Notre Dame de la Garde basilica, the Esplanade du J4, the Mucem, Saint Charles train station and the Old Port.

Sur cette opération, les conseillers en séjour ont renseigné, en moyenne, 180 personnes par jour durant 35 jours. Cette opération sera reconduite sur l'été 2020.

With this initiative, the travel advisers gave information out to 180 people a day on average for 35 days. This initiative is also planned to be used during summer 2020.



SUCCESS STORY 2019

L'équipe de conseillers présente à chaque escale de navires de croisières (avec des passagers en transit) a accueilli 540 escales pour un total de 270 000 croisiéristes renseignés soit une augmentation de 10.88%.

L'espace boutique affiche une progression des ventes de plus de 12%.

Les visiteurs normands et bretons respectivement en progression de 8% et quasiment 7% sont bien plus nombreux en 2019 en visite sur notre territoire.

Du côté des touristes étrangers, l'augmentation la plus spectaculaire (même si elle ne représente que 1.9% des visiteurs étrangers renseignés) est celles des russes avec 75% de personnes renseignées supplémentaires par rapport à 2018 grâce à l'ouverture de la ligne Marseille/Moscou.

Les allemands sont plus largement représentés eux aussi avec une hausse de plus de 10%.

86.7% c'est le taux de satisfaction des visiteurs sur les renseignements donnés par les conseillers en séjour.

4.6/5 c'est la note globale des avis Facebook

4.2/5 c'est la note globale des avis Google

SUCCESS STORY 2019

The travel adviser team is present when every cruise ship disembarks (including those in transit). This amounted to 540 stop-overs over the course of the year, with a total of 270,000 cruise ship passengers receiving tourist information, up by 10.88% compared with 2018.

The shop also had a 12% increase in sales.

In 2019, there was a considerable increase in the amount of Norman and Breton visitors to our region with a rise of 8% and almost 7% respectively.

As for foreign tourists, the most spectacular increase (even though they only represent 1.9% of the foreign visitors informed by the tourist office) lies with the Russian market which saw a 75% increase in inquiries for extra information, compared with 2018, thanks to the Marseille/Moscow line opening.

The German tourists asked for the most information, with an increase of over 10%.

86.7% of visitors were satisfied with the information they were given by the tourist office travel advisers.

4.6/5 was the overall score based on Facebook ratings

4.2/5 was the overall score based on Google ratings

DIGITAL ET COMMERCIALISATION

Nouvelle organisation

Une équipe de 5 personnes dédiée à la gestion de nos sites web, de nos outils e-commerce et actions de marketing digital (réseaux sociaux, emailings) a pour objectif de promouvoir la destination sur le web, d'informer les visiteurs et de vendre des prestations touristiques qualifiées à une clientèle locale, nationale et internationale.

DIGITAL MARKETING AND COMMERCIALISATION

A new set-up

A team of 5 people dedicated to managing our websites, e-commerce tools and digital marketing campaigns (via social networks, emails) has the objective of promoting the destination on the web, informing visitors and selling professional tourism services to local, national and international clientèle.

LE MARSEILLE PASS THE MARSEILLE PASS

MARSEILLE PASS	PLEIN TARIF FULL ADULT PRICE	TARIF ENFANT FULL CHILD PRICE	TARIF SANS TRANSPORT ADULT PRICE EXCLUDING TRANSPORT	TARIF ENFANT SANS TRANSPORT CHILD PRICE EXCLUDING TRANSPORT
24H	27€	17€	24€	14€
48H	37€	22€	33€	18€
72H	43€	26€	38€	21€

Le Marseille Pass est un Pass touristique et culturel qui permet d'accéder gratuitement aux musées, de visiter Marseille en Petit Train, de faire un circuit en Colorbûs ou d'aller au Château d'If en bateau (transport + entrée), d'utiliser les transports en commun (selon la formule choisie), d'obtenir des réductions dans certaines boutiques partenaires et des tarifs réduits sur des offres culturelles et des activités de loisirs.

The Marseille Pass is a tourism and cultural pass which allows you to access selected museums for free, visit Marseille on the touristic Petit Train, go on a Colorbûs tour or visit the Château d'If by boat (transport + entrance fee included), use public transport (depending on the type of pass chosen), get discounts in certain partner stores and enjoy reduced prices on various cultural and leisure activities.



LE CITY PASS MARSEILLE PROVENCE THE MARSEILLE PROVENCE CITY PASS

Il permet de visiter Marseille et ses communes avoisinantes, Allauch, Aubagne, La Ciotat, Marignane et Saint Victoret en 72h pour seulement 46€.
14 500 Marseille Pass ont été vendus en 2019.

This pass allows you to visit Marseille and its neighbouring communes: Allauch, Aubagne, La Ciotat, Marignane and Saint Victoret over the space of 72h for just 46€.
14,500 Marseille Passes were sold in 2019.

CENTRALE DE RESERVATION RESERVATIONS CENTRE

En 2019 La centrale de Réservations a enregistré 13.386 réservations pour un chiffre d'affaire total de 566 480 € TTC.

Les produits phares sont le City Pass (37,87 % des ventes) et la visite de la Cité radieuse (17,29 % des ventes).

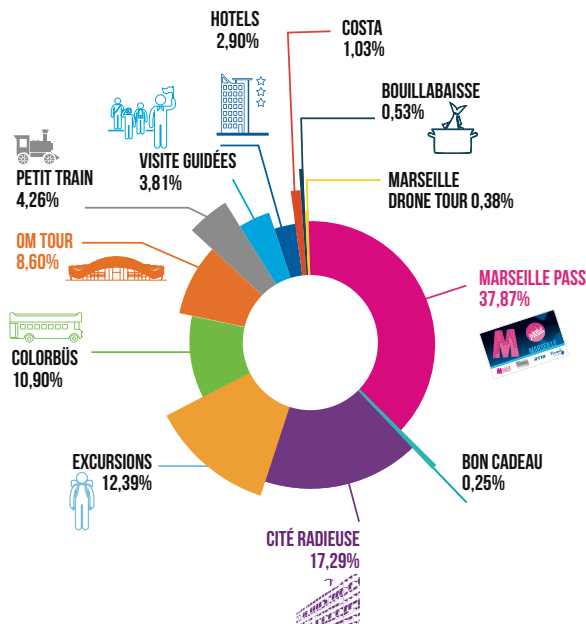
Les excursions au départ de Marseille vers la Provence et les tours de ville avec le Colorbûs ou l'OM Tour font également partie des produits les plus consommés par les touristes.

In 2019, The Reservations Centre recorded 13,386 reservations with an overall business figure amounting to €566,480 (including tax and VAT).

The best-selling products were the City Pass (37.87% of sales) and a tour of the Cité Radieuse (17.29% of sales).

Excursions departing from Marseille to Provence and city tours with Colorbûs or OM Tour were also some of the most popular products consumed by tourists.

RÉPARTITION DES VENTES PAR PRODUIT BREAKDOWN OF SALES FOR EACH PRODUCT



COURS DE CUISINE - COOKING CLASS

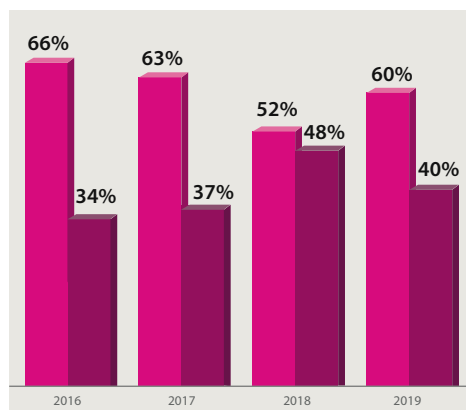


LA CITÉ RADIEUSE LE CORBUSIER



CITY TOUR

RÉPARTITION PAR POINT DE VENTE BREAKDOWN OF SALES AT EACH POINT OF SALE



VENTES ACCUEIL
SALES AT RECEPTION

VENTES WEB
ONLINE SALES



© ELMAY

TOP 10 DES NATIONALITÉS CLIENTS DE LA CENTRALE DE RÉSERVATION TOP 10 NATIONALITIES OF CUSTOMERS AT THE RESERVATIONS CENTRE

1. FRANÇAIS / FRENCH	6. AMÉRICAINS / AMERICAN
2. ALLEMANDS / GERMAN	7. SUISSES / SWISS
3. ANGLAIS / ENGLISH	8. ESPAGNOLES / SPANISH
4. BELGES / BELGIAN	9. CANADIENS / CANADIAN
5. ITALIENS / ITALIAN	10. CORÉENS / KOREAN



ECRAN D'ACCUEIL SITE INTERNET OMTCM

FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET

marseille-tourisme.com

1 141 527 consultations uniques ont été comptabilisées en 2019

En 2019, le trafic global était composé de **69.34 %** d'internautes français et de **30.66 %** d'internautes étrangers.

WEBSITE TRAFFIC

marseille-tourisme.com

1,141,527 separate consultations were accounted for in 2019.

In 2019, the overall traffic was comprised of **69.34 %** French internet users and **30.66 %** foreign internet users.

TOP 5 DES INTERNAUTES ÉTRANGERS

TOP 5 FOREIGN WEB USERS

PAYS COUNTRIES	PART SUR TOTAL VISITEURS ÉTRANGERS PROPORTION OF FOREIGN VISITORS
1 – ALLEMAGNE / GERMANY	4.76 %
2 – ITALIE / ITALY	4.18 %
3 – GRANDE-BRETAGNE / GREAT BRITAIN	3.70 %
4 – ESPAGNE / SPAIN	3.14 %
5 – USA / USA	2.11 %

TOP 3 DES CONSULTATIONS

TOP 3 VISITED PAGES ON THE TOURIST OFFICE WEBSITE

1- Agenda	1- What's on
2- Les balades	2- Excursions
3- Orange Vélodrome	3- Orange Vélodrome

ÉVÉNEMENT MARQUANT 2019

Nouvelle stratégie marketing digital

En 2019, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille a engagé une transformation digitale d'envergure.

Ce projet, toujours en cours, est le fruit d'une collaboration entre le service marketing digital et commercialisation de l'OMTCM, l'ensemble des collaborateurs de l'OMTCM, les professionnels du tourisme, les institutionnels et les touristes eux-mêmes.

Cette démarche est menée en mode projet, dans une approche centrée sur les utilisateurs finaux (UX design).

LES PROJETS RÉALISÉS

> IDENTITE : Réalisation d'un manifeste et d'une plateforme de marque pour synthétiser l'ADN de la destination mais aussi la mission et les valeurs de l'OMTCM

> BENCHMARK : Réalisation d'une étude collaborative interne d'une vingtaine de destinations touristiques françaises et internationales axée sur la communication digitale et les produits vendus

> CIBLES : Réalisation de fiches « personas » sur la base d'interviews et d'études pour orienter la stratégie globale

> MARKETING : Redéfinition de la stratégie de commercialisation et du choix des prestataires à vendre sur notre plateforme

> SEO : Réalisation d'audits pour connaître notre e-reputation et orienter notre stratégie de contenus web et réseaux sociaux

MAJOR EVENT IN 2019

A new digital marketing strategy

In 2019, the Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau (MMTOCB) underwent a major digital transformation.

This project, which is still under way, is the product of a collaboration between MMTOCB's digital marketing and commercialisation service, all of MMTOCB's collaborators and employees, professionals in the tourism field, corporate bodies and tourists themselves.

This initiative is currently in progress and focuses on the end users (UX design).

PROJECTS UNDERTAKEN

> IDENTITY: Creating a slogan and a branded platform to match the destination, but also the objectives and values of MMTOCB

> BENCHMARK: Carrying out an internal collaborative study of around twenty French and international tourist destinations based on digital communication and products sold

> TARGET MARKETS: Creating 'persona' files of visitors based on interviews and studies to direct the global strategy

> MARKETING: Redefining the marketing strategy and the choice of services for sale on our platform

> SEO: Conducting audits to better understand our e-reputation and to direct our strategy regarding web content and social networks

- > RESEAUX SOCIAUX : Mise en place de comités éditoriaux mensuels et définition d'une nouvelle ligne éditoriale
- > OUTILS INTERNES : Mise en place d'outils collaboratifs et formation des équipes
- > COMMUNICATION INTERNE : Formation des équipes aux nouveaux outils et mise en place de commissions transversales.

LES PROJETS EN COURS

- > REFONTE DES SITES WEB : Nouveau site destination et site e-commerce
- > REFONTE DES OUTILS DE COMMERCIALISATION : Nouveaux outils de vente de visites et d'activités en ligne et au guichet : Regiondo/Welogan
- > REFONTE DU SITE : Nouvelle base de données d'information touristique : Apidae
- > EVOLUTION DU DISPOSITIF DIGITAL CONGRES : Evolution du site web, création d'une page LinkedIn
- > NOUVEAU PRODUIT : Lancement du City Pass dématérialisé (QR code envoyé directement au client)
- > CREATION DE CONTENU : Rédaction d'articles, création de photos/vidéos

LES PROJETS À VENIR

- > CRM : Mise en place d'un CRM global pour tout l'OMTCM
- > MESURE : Mise en place d'outils de mesure de performance et e-réputation

Et bien d'autres à venir !

- > SOCIAL NETWORKS: Establishing monthly editorial board meetings and defining a new editorial line
- > INTERNAL TOOLS: Establishing collaborative tools and setting up team training sessions
- > INTERNAL COMMUNICATION: Training teams up on how to use the new tools and setting up interdisciplinary committees.

PROJECTS CURRENTLY UNDER WAY

- > REVISING THE WEBSITES: Creating a new website to advertise the destination along with an e-commerce website
- > REDEVELOPING MARKETING TOOLS: Creating new tools for selling tours and activities both on line and in kiosks: Regiondo/Welogan
- > REWORKING THE WEBSITE : Developing a new tourist information database Apidae
- > DEVELOPMENT OF A DIGITAL CONFERENCE TOOL: Developing the website, creating a LinkedIn page
- > CREATING NEW PRODUCTS: Launching a digital citypass (QR codes sent directly to the customer)
- > CREATING CONTENT: Writing articles, taking photos/videos

FUTURE PROJECTS

- > CRM: Establishing global CRM for the entire Marseille tourist office and convention bureau
- > ASSESSING: Implementing tools to measure performance and e-reputation

Plus many more to come!



PROMOTION INTERNATIONALE

Une année exceptionnelle avec l'accueil du Salon Rendez-vous en France à Marseille « 10 ans de promotion gagnés! »

CHIFFRES-CLÉS 2019

13 SALONS PROFESSIONNELS, DONT L'ACCUEIL À MARSEILLE DU 1^{ER} SALON PROFESSIONNELS DE LA FRANCE « RENDEZ-VOUS EN FRANCE » 900 TOUR OPÉRATEURS ET 100 JOURNALISTES DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE INTERNATIONALE

15 EDUCTOURS, SOIT **667** AGENCES DE VOYAGES ET TOUR-OPÉRATEURS ACCUEILLIS À MARSEILLE +197% PAR RAPPORT À 2018

3 SALONS GRAND PUBLIC DONT LE SALON DE LA PLONGÉE À PARIS AVEC LA VILLE DE MARSEILLE

LANCEMENT DES FILIÈRES BIEN-ÊTRE ET PRESTIGE

6 NEWSLETTERS EN FRANÇAIS/ ANGLAIS ET CHINOIS

CRÉATION DU COMPTE DE RÉSEAU SOCIAUX CHINOIS WEIBO POUR MARSEILLE

PROMOTION INTERNATIONALE

It has been an exceptional year with the Rendez-vous en France trade show being held in Marseille, "the equivalent of 10 years of promotional campaigns! "

2019 KEY FIGURES

13 PROFESSIONAL TRADE SHOWS CAME TO MARSEILLE IN 2019, INCLUDING THE FIRST EVER PROFESSIONAL TRADE SHOW IN FRANCE 'RENDEZ-VOUS EN FRANCE' ATTENDED BY 900 TOUR OPERATORS AND 100 JOURNALISTS FROM THE INTERNATIONAL PRESS

15 EDUCATIONAL TOURS WERE HELD, WHERE 667 TRAVEL AGENCIES AND TOUR-OPERATORS CONVENED IN MARSEILLE, AN INCREASE OF 197% COMPARED WITH 2018

3 EXHIBITIONS OPEN TO THE GENERAL PUBLIC WERE HELD IN THE CITY, INCLUDING THE PARISIAN INTERNATIONAL DIVING EXHIBITION

NEW SECTORS WERE LAUNCHED IN WELLBEING AND VIP SERVICES

6 NEWSLETTERS WERE CREATED IN FRENCH/ENGLISH AND CHINESE

PLUS, THE CHINESE SOCIAL NETWORK WEIBO WAS DEVELOPED TO PROMOTE VISITING MARSEILLE

LE SERVICE PROMOTION INTERNATIONALE

Le service de promotion internationale de l'OMTCM, met en œuvre une stratégie de promotion de toute l'offre de tourisme de loisirs de Marseille à destination des marché français et internationaux.

L'enjeu de promouvoir la nouvelle image touristique de Marseille et asseoir son attractivité comme capitale de la Provence.

L'équipe composée de 3 personnes propose l'intégralité de l'offre locale et l'adapte en fonction des marchés afin d'attirer et d'allonger la durée de séjour des visiteurs à Marseille.

Elle apporte ainsi une aide technique et spécifique pour répondre aux demandes des agences et tour-opérateurs.

Elle participe aussi aux salons, workshops ou démarchages prévus à travers le monde dans le cadre du plan d'actions établi en début d'année.

Enfin elle organise des éductours, crée des programmes de visites techniques et d'agrément adaptés et négocie de nombreux partenariats avec les partenaires locaux.

THE INTERNATIONAL PROMOTION SERVICE

The Marseille tourist office and convention bureau's international promotion service uses a promotion strategy to target French and international leisure tourism markets.

The aim is to promote the new tourism image of Marseille and increase its appeal as the capital of Provence.

The team is made up of 3 people and it promotes all that the local area has to offer whilst adapting it for certain markets to draw in more visitors to Marseille and to extend their stay for as long as possible. The team also provides technical and specialized support to meet the needs of agencies and tour operators. The team also attends trade shows, workshops and uses telesales strategies to call various countries across the world to follow to the action plan established at the start of the year.

Finally, it runs educational tours, creates specialised leisure tour programmes and negotiates several partnerships with local businesses.

En 2019, pour affiner davantage la stratégie de promotion, l'équipe a orienté ses actions autour de 2 filières : **Bien-Être** et **Prestige**. Ces orientations visent à cibler une clientèle avisée en respect des valeurs et du patrimoine naturel de Marseille pour promouvoir l'offre montante de prestations éco-responsables et axer par ailleurs sur une montée en gamme du tourisme sur notre territoire.

L'attractivité touristique de Marseille est liée à l'attractivité de son territoire métropolitain Aix-Marseille Provence. Ainsi le plan d'actions est établi et travaillé en concertation avec l'aéroport Marseille-Provence, les acteurs institutionnels locaux et les professionnels.

- Dans le cadre de la convention de partenariat Flyprovence, l'aéroport de Marseille Provence avec les Offices de Tourisme de Marseille, d'Aix-en-Provence et d'Arles organisent des actions de promotion liées aux lignes aériennes directes.

- Dans le cadre du Contrat de Destination Provence, le service promotion s'implique dans le pilotage du volet marketing et plus spécifiquement sur le marché chinois.

- Implication aussi du service pour participer au plan d'action du Club de la Croisières Marseille Provence.

In 2019, to better hone the promotion strategy, the team focused its efforts in 2 fields: **Wellbeing and VIP services**. These two fields aim to target a clientèle who is aware of the importance of respecting the values and natural heritage of Marseille, to promote eco-responsible services and focus on upgrading tourism in our region.

What attracts tourists to Marseille is directly connected to the appeal of the Aix-Marseille Provence metropolitan region as a whole. An action plan is then established, working in collaboration with the Marseille Provence airport, local institutional stakeholders and professionals.

- As part of the Flyprovence partnership agreement, the Marseille Provence airport works in conjunction with the tourism offices of Marseille, Aix-en-Provence and Arles to put together promotional campaigns in relation to direct flights.

- Regarding the Destination Provence Contract, the promotion service is involved in managing marketing components, more specifically on the Chinese market.

- The service is also involved in creating an action plan for the Marseille Provence Cruise Club.



L'attractivité de Marseille ne cesse d'évoluer depuis 2013, et la programmation des séjours par les tour-opérateurs est en constante progression.

- > Les marchés prioritaires sont : la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Espagne, la Suisse, les Etats-Unis, le Canada, la Chine, le Japon, la Corée et la Russie.
- > Les marchés secondaires sont : l'Inde, le Brésil, Israël et la Scandinavie.
- > Des marchés en approche : Asie du Sud-est, Moyen-orient et Mexique.

The reasons tourists are drawn to Marseille have constantly been changing since 2013, and the planning of trips by tour operators is continually being developed.

- > The main markets are: France, Germany, Great Britain, Italy, Spain, Switzerland, the USA, Canada, China, Japan, Korea and Russia.
- > The secondary markets are: India, Brazil, Israel and Scandinavia.
- > Future target markets include: South-East Asia, the Middle East and Mexico.



2019 : une année exceptionnelle !

L'accueil du salon professionnel **Rendez-vous en France** à Marseille du 18 au 20 mars 2019 a été une occasion unique de montrer le changement de Marseille et de promouvoir son offre hôtelière ainsi que ses infrastructures culturelles et événementielles.

2019: an exceptional year!

The professional trade show '**Rendez-vous en France**' hosted on Marseille from March 18th-20th 2019. It was a unique occasion to show how Marseille has developed and to promote its hotel industry, as well as its cultural and events infrastructures.



[Rendez-vous en France :](#)
[Télécharger le film](#)
[Download the movie](#)

PLAN D' ACTIONS 2019 : 13 WORKSHOPS / SALON PROFESSIONNELS ET 3 SALONS GRAND PUBLIC

THE 2019 PLAN OF ACTION: 13 WORKSHOPS/PROFESSIONAL TRADE SHOWS AND 3 EXHIBITIONS OPEN TO THE GENERAL PUBLIC

- > Salon de la Plongée à Paris (Grand Public) - 11 - 14 / 01 avec la Ville de Marseille
- > Scandinavian Breakfast 28 - 30 / 01 via Flyprovence (Représenté par l'aéroport)
- > China Workshop à Paris (Professionnels) le 16 / 02 Paris - ID Travel Pro (notre agent BtoB en Chine)

> Le salon « Rendez-vous en France » à Marseille du 18 au 20 mars 2019 à Marseille - Atout France

> The 'Rendez-vous en France' exhibition was held in Marseille from March 18th-20th 2019 by Atout France

25 696 rendez-vous pré-programmés sur le salon - N°1 des salons professionnels d'Atout France.
25,696 pre-planned meetings were held at the trade show - the N°1 professional trade show run by Atout France.



34 journalistes internationaux reçus pour 107 articles au total

34 international journalists attended, writing 107 articles in total

Exposants : 636 stands représentatifs de l'offre française

200 exposants de la Région

28 partenaires marseillais

Exhibitors: 636 stands run by French suppliers

200 regional exhibitors

28 partners working in collaboration with the city of Marseille

> Mission Provence en Russie du 8 au 12/05 avec le CRT Provence - from 8th to 12th May with CRT Provence

> Mission Provence Pro et Presse USA Chicago/ Miami du 20 au 24/05 via le CRT Provence - (Professionals and Press) USA Chicago/Miami from 20th to 24th May via CRT Provence

> Séminaire British Airways du 8 au 9/05 à Marseille avec l'aéroport Marseille Provence - from 8th to 9th May Marseille with Marseille Provence Airport

> Mission ville de Marseille au Canada du 7 au 12/07 - from 7th to 12th July

> Bastille Day à New York (Grand Public) du 13 au 15/07 - (General Public) from 13th to 15th July

> World Wellness Weekend, Journées du Bien-être les 21 et 22/09 - 21th-22th September

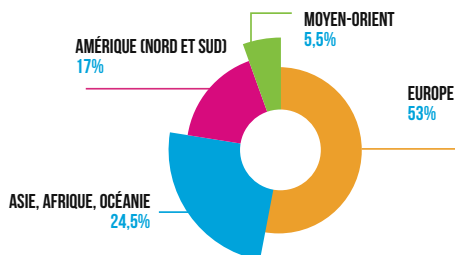
> Workshop France en Inde du 22 au 26/09 - from 22th to 26th September

> Workshop France en Corée du Sud (Professionnels/presse) du 30/10 au 1^{er}/11 Atout France - (Professionals and Press) from 30th October to 1st November with Atout France

VISITEURS / VISITORS :

915 tours opérateurs et agents de voyage venus de 73 pays

915 tours operators and travel agencies came to the event from 73 different countries



> Eductour d'agences Russes Prestige le 19/10 - RM Consultants - 19th October - RM Consultants

> Eductour agences mexicaines les 30 et 31/10 - 30th-31st October

> Workshop France en Israël (Professionnels/ Presse) via Flyprovence les 11 et 12/11 - (Professionals and Press) via Flyprovence 11th-12th November

> Salon Emotion - Professionnels Prestige le 8/11 - (Professionals and Prestige) 8th November

> Tournée France Chine à Shanghai (Professionnels/ Presse) du 25 au 29/11 - (Professionals and Press) from 25th to 29th November

> Séminaire du réseau « TravellerMade » Tourisme haut de gamme & éductour de 170 agences les 29 et 30/11 - (Upmarket Tourism and Eductour) with 170 agency 29th-30th November

> Salon du Luxe ILTM à Cannes du 2 au 4/12 - from 2nd to 4th December

LES RELATIONS PRESSE

Nombre d'accueils de presse : **116**

Nombre de journalistes accueillis : **293**

L'année 2019 a été riche en voyages de presse liés aux nouvelles connexions aériennes. Ces accueils de journalistes se sont fait en partenariat avec l'aéroport dans le cadre de la convention Flyprovence.

PRESS ACTIVITY

Number of press trips: **116**

Number of journalists welcomed: **293**

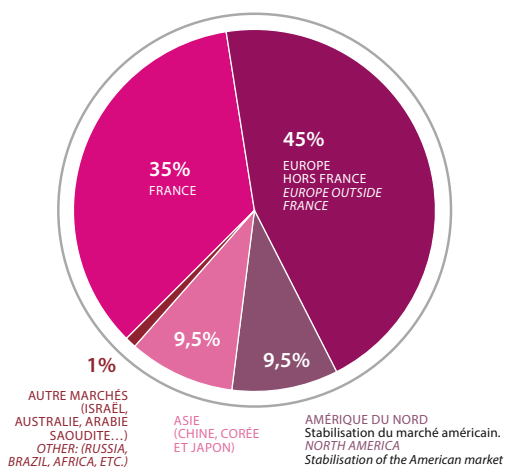
There were many press trips made to the area throughout 2019, due to new flight connections being introduced.

In partnership with the airport, several journalists were welcomed to the city as part of the Flyprovence agreement.



© ELMAY

RÉPARTITION NATIONALITÉS DISTRIBUTION ACROSS NATIONALITIES



Europe hors France

(Dont United Kingdom 30 %, Allemagne 18%, Pays de l'Est tous marchés 13%, Italie 11%, Espagne 9%, Pays-Bas 9%).

Hausse du marché UK et grosse percée de l'Europe de l'Est (Bulgarie, Roumaine, République tchèque, Hongrie, Pologne...) grâce aux nouvelles connexions aériennes. Les autres pays européens de proximité se maintiennent sauf l'Espagne qui chute légèrement en termes de retours presse.

Le travail de collaboration avec l'aéroport Marseille Provence, notamment via l'association Fly Provence a permis ainsi l'accueil de journalistes que nous n'avions pas l'habitude de recevoir : Moscou, Copenhague, Sofia, Bucarest, Budapest, Cracovie, etc... Pour mémoire l'aéroport a atteint la barre symbolique de 10 millions de passagers en 2019, soit +8,1% par rapport à 2018.

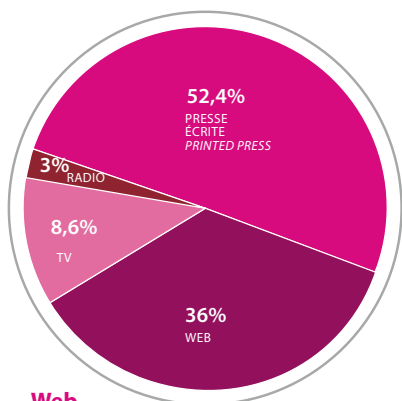
Amériques (Nord et Sud) : 9,5%

Europe outside France

(This includes the United Kingdom 30%, Germany 18%, all of the Eastern European countries 13%, Italy 11%, Spain 9% and the Netherlands 9%).

The UK market has grown and a major breakthrough has been made in Eastern Europe (notably Bulgaria, Romania, the Czech Republic, Hungary and Poland...) thanks to new flight connections. The number of press visits from neighbouring European countries has mainly remained the same, with the exception of Spain which has seen a slight decline in terms of press-related round trips. Working in collaboration with the Marseille Provence airport, in particular via the Fly Provence association, journalists have been able to visit from cities the press cannot normally fly in from: Moscow, Copenhagen, Sofia, Bucharest, Budapest, Krakow etc... For the record, the airport reached the symbolic threshold of 10 million passengers in 2019, up by 8.1% compared with 2018. The Americas (North and South): 9.5%

RÉPARTITION PAR TYPE DE MÉDIAS DISTRIBUTION BY MEDIA TYPE



Web

Le Web (sites de presse traditionnelle + blogs) est maintenant très présent pour tous les marchés : presse locale, nationale, européenne et marchés lointains.

LES DEMANDES D'ACCUEILS DE PRESSE ONT CONCERNÉ : THE PRESS ENQUIRED ABOUT:

- Les nouveautés pour un citybreak type « 48h à Marseille »
- Les nouvelles lignes aériennes
- La gastronomie/MPG2019, art de vivre
- Les Calanques
- Le design et la mode

LES AIDES TECHNIQUES TECHNICAL SUPPORTS

Environ **240** aides techniques comptabilisées en 2019.
60% proviennent de médias français.
30% proviennent de médias européens dont essentiellement : UK, Allemagne, Italie, Espagne, USA.
10% pour les autres marchés.

LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE PRESS COMMUNICATIONS

Une trentaine de communiqués a été envoyée à la presse locale, nationale ou aux correspondants étrangers basés en France et aux services presse des bureaux Atout France du monde entier. La majorité des communiqués de presse de 2019 concernait le service congrès (congrès gagnés, remise de prix, annonce de salons...) mais aussi les activités OMTCM pendant les vacances scolaires.

Presse écrite

La presse écrite est remontée en 2019, notamment grâce à la thématique gastronomie avec l'évènement MPG2019 qui a été propice aux beaux reportages papier. Cela se fait toutefois au détriment de la presse TV qui a été moins représentée cette année sur les accueils de presse.

Written Press

Written press made a comeback in 2019, particularly due to the theme of gastronomy with the MG2019 event, which was the perfect topic for creating wonderful written reports. However, this was to the detriment of TV reports which saw a slight decline in visits from TV reporters.

The Web (traditional news websites + blogs) now has a great presence across all of the markets: local, national, European and foreign press.

- A new '48 hours in Marseille' style city break
- New flight connections
- Gastronomy/the MPG2019 event, lifestyle
- The Calanques
- Design and fashion

There were around **240** technical supports counted up in 2019.
60% came from the French media
30% came from European media, which largely was: the UK, Germany, Italy, Spain and the USA.
10% for other markets.

Around thirty communications were sent to local and national press and foreign correspondents based in France, as well as to the press services of Atout France offices around the world. Most press communications in 2019 were related to the conference service (conferences won, awards ceremony, trade fair announcements, etc.) as well as activities run by the tourism office during the school holidays.

MEDIATOURS 2019

MEDIATOURS IN 2019

Chaque année, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès fait la promotion de la destination Marseille auprès de la presse étrangère lors de tournées médiatiques organisées lors du premier semestre.

> Italie : Milan/Rome du 23 et 24/01 (55 journalistes)

> Scandinavie : Copenhague, Stockholm 27 au 31/01 (20 journalistes)

> Belgique : Bruxelles le 29/01 (25 journalistes et blogueurs)

> Espagne : Barcelone / Madrid 29 et 30/01 (40 journalistes)

> Allemagne : Cologne, Francfort du 4 au 6/02 (30 journalistes)

> Pays de l'Est : Prague, Vienne, Budapest, 25 au 27/02 (40 journalistes)

> Grande-Bretagne : IMM Londres le 25/03 (60 journalistes)

Soirée presse à Edimbourg : 22/05 (20 journalistes)

> France : petit déjeuner presse lancement de saison touristique à Paris le 16 avril (10 journalistes)

Every year, the Metropolitan Tourism Office and Conference Bureau promotes the destination of Marseille to the foreign press on media trips organised during the first half of the year.

> Italy Milan/Rome from 23 to 24/01 (55 journalists)

> Scandinavia: Copenhagen, Stockholm 27 to 31/01 (20 journalists)

> Belgium: Brussels 29/01 (25 journalists and bloggers)

> Spain: Barcelona / Madrid 29 and 30/01 (40 journalists)

> Germany: Cologne, Frankfurt from 4 to 6/02 (30 journalists)

> Eastern European countries: Prague, Vienna, Budapest 25 to 27/02 (40 journalists)

> Great Britain: IMM London 25/03 (60 journalists)

Press event in Edinburgh: 22/05 (20 journalists)

> France: press breakfast to launch the tourist season in Paris on April 16th (10 journalists)

QUELQUES TITRES REÇUS EN 2019

SOME OF THE PUBLICATIONS THAT WERE WELCOMED IN 2019

- El Mundo
- RFI
- Guide MOOK Taiwan
- Suddeutsche Zeitung
- Saveurs
- Corriere della sera
- Daily Mail
- La Maison France 5
- Guide Dumont
- National Geographic traveller
- Guide du routard
- Grazia
- Le Figaro
- The Independent
- Lonely Planet magazine
- Cuisine et vins de France



VISITES GUIDÉES DE L'OMTCM

POUR LES GROUPES

La porte d'entrée incontournable pour toute réservation de circuits !

Une équipe de professionnelles passionnées, dotées d'une solide expérience internationale « terrain » dans les métiers du tourisme, propose une offre sur mesure et de grande qualité alliant tradition, art de vivre, culture et expérience dans une dynamique contemporaine en recherche permanente d'originalité.

Leur ambition se propage au quotidien auprès de l'ensemble des prestataires et des 102 guides-conférenciers (en 9 langues) avec lesquels elle tisse un Marseille incontournable pour une clientèle exigeante.

Plus de 25 tours sont proposés et bien entendu adaptés en fonction des besoins des clientèles. Des résultats 2019 à la hauteur de leur investissement : +3.6% de CA en 2019 malgré un contexte social difficile.

Plus d'informations :
marseille-tourisme.com

POUR LES INDIVIDUELS

D'un site inscrit Patrimoine mondial de l'UNESCO la Cité radieuse le Corbusier, au mythique stade Orange Vélodrome en passant par les merveilles du Street Art local, une offre de visites guidées bigarrée à l'image de la cité phocéenne.

957 visites ont été proposées en 2019 aux individuels regroupés. Le nombre de participants est en hausse avec 12 595 personnes contre 12 191 en 2018 soit 3.3% d'augmentation.

Les 36^{èmes} Journées du Patrimoine n'ont rassemblé, dans un contexte de sécurité renforcée et de fermeture de plusieurs sites majeurs, que près de 70 000 personnes contre près de 100 000 personnes en 2018.

Plus d'informations :
marseille-tourisme.com

VISITES GUIDÉES DE L'MMTOCB

FOR GROUPS

An essential gateway for reserving any kind of tour!

This team of passionate professionals with strong international 'on-site' experience in various fields of tourism, gives visitors personalised quality advice combining tradition, lifestyle, culture and experience. They are constantly looking to update their ways of working in order to come up with increasingly original ideas.



Their day-to-day ambitious spirit spreads to all of the service providers and the 102 tour guides they work with to make Marseille a must-see destination for an increasingly demanding clientèle.

Over 25 tours are offered and are of course adapted to suit

the needs of customers.

The 2019 results which lived up to the expectations of their investments: there was a +3.6% turnover in 2019 despite a difficult social climate.

More information:
marseille-tourisme.com

FOR INDIVIDUALS

From the UNESCO World Heritage Site, la Cité radieuse le Corbusier, to the legendary Orange Vélodrome stadium and the wonders of local Street Art, there is a wide range of guided tours available to experience the true spirit of Marseille.

957 tours were offered in 2019 to groups of individuals. In 2019, the number of tour participants rose to 12,595 compared with 12,191 in 2018, a 3.3% increase.

The 36th European Heritage Day event saw just 70,000 people take part, as opposed to 100,000 in 2018, due to heightened security measures and the closure of several major sites.

More information:
marseille-tourisme.com

MUSÉES, SITES ET EXPOSITIONS

MUSEUMS, SITES AND EXHIBITIONS

LA CULTURE
AU CŒUR
DU TOURISME

CULTURE
IS AT THE HEART
OF TOURISM

MUSÉES / FONDATIONS / SITES MUSEUMS / FOUNDATIONS / SITES	NOMBRE DE VISITEURS EXPOSITIONS PERMANENTES ET TEMPORAIRES NUMBER OF VISITORS PERMANENT AND TEMPORARY EXHIBITIONS		
	2017	2018	2019
MUSÉE DES BEAUX ARTS (PALAIS LONGCHAMP)	46 547	37 804	52 564
MUSÉE CANTINI	38 233	62 398	44 931
VIEILLE CHARITÉ (MUSÉE D'ARCHÉOLOGIE MÉDITERRANÉENNE, MUSÉE DES ARTS AFRICAINS- Océaniens-Amérindiens) / MUSEUM OF MEDITERRANEAN ARCHAEOLOGY, MUSEUM OF AFRICAN-OCEANIA-AMERICAN INDIAN ARTS	93 650	249 447	206 281
MUSÉE D'HISTOIRE DE MARSEILLE / THE MARSEILLE HISTORY MUSEUM (+ MÉMORIAL DE LA MARSEILLAISE)	77 118	78 142	85 300
MUSÉE DES DOCKS ROMAINS / ROMAN DOCKS MUSEUM	13 879	14 504	15 200
MUSÉE DE LA FAÏENCE, DES ARTS DÉCORATIFS, DE LA MODE (+ MUSÉE GROBET) / CERAMICS MUSEUM, DECORATIVE ARTS, FASHION (+ MUSÉE GROBET)	29 474	31 021	36 843
MUSÉUM D'HISTOIRE NATURELLE (PALAIS LONGCHAMP) / MUSEUM OF NATURAL HISTORY PALAIS LONGCHAMP	67 518	74 653	36 739 (FERMETURE 6 MOIS / (CLOSED FOR 6 MONTHS))
MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN / MUSEUM OF CONTEMPORARY ART	51 213	24 348	6 599
LE PRÉAU DES ACCOULES	7 034	12 864	18 247
MUSÉE DE LA MOTO / MOTORCYCLE MUSEUM	3 160	4 565	2 130
MUSÉE GROBET-LABADIÉ / MUSEUM GROBET-LABADIÉ	OUVERTURE JANVIER 2019 OPENED JANUARY 2019	OUVERTURE JANVIER 2019 OPENED JANUARY 2019	25 366
JARDIN BOTANIQUE PARC BORÉLY / BOTANIC GARDENS BORÉLY PARK	16 548	21 284	9 130
FRÉQUENTATION TOTALE DES MUSÉES MUNICIPAUX TOTAL VISITS TO MUNICIPAL MUSEUMS	444 374	606 465	539 330
CHÂTEAU D'IF	101 544	111 733	106 956 EXPOSITION EN PARTENARIAT AVEC LE MUSEUM SUR LA THÉMATIQUE LE TEMPS DE L'ÎLE. CARTE BLANCHE À L'ARTISTE DAVID RENAUD EXHIBITION IN PARTNERSHIP WITH THE MUSEUM BASED ON THE THEME OF ISLAND TIME ARTIST DAVID RENAUD WAS GIVEN CARTE BLANCHE FOR THIS EXHIBITION
MUCEM MUSÉE DES CIVILISATIONS DE L'EUROPE ET DE LA MÉDITERRANÉE MUCEM: MUSEUM OF EUROPEAN AND MEDITERRANEAN CIVILISATIONS	413 747 ESPACES MUSEE MUSEUM SPACES	501 342 ESPACES MUSEE MUSEUM SPACES	430 168 ESPACES MUSEE MUSEUM SPACES
- ÉVÉNEMENTS ASSOCIÉS / ASSOCIATED EVENTS	35 162	48 568	40 272
- TOTALITÉ DU SITE / ENTIRE SITE	1 255 000	1 335 212	1 207 663

SOURCE : DIRECTION DES MUSÉES DE LA VILLE DE MARSEILLE ET PARTENAIRES / DIRECTION DES MUSÉES DE LA VILLE DE MARSEILLE (BOARD OF MARSEILLE CITY MUSEUMS) AND PARTNERS

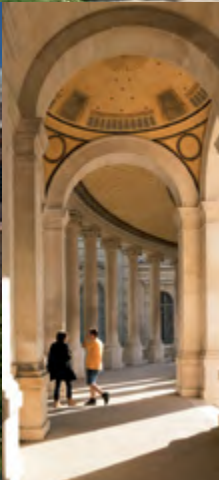
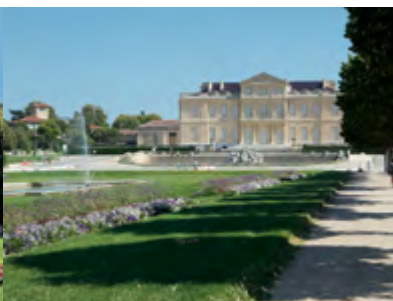
MUSÉES / FONDATIONS / SITES MUSEUMS / FOUNDATIONS / SITES	NOMBRE DE VISITEURS EXPOSITIONS PERMANENTES ET TEMPORAIRES NUMBER OF VISITORS PERMANENT AND TEMPORARY EXHIBITIONS		
	2017	2018	2019
BASILIQUE NOTRE-DAME DE LA GARDE DONT MUSÉE ET ATELIER DES DÉCOUVERTES / INCLUDING THE MUSÉE ET ATELIER DES DÉCOUVERTES	2 075 452 TOTALITÉ DU SITE ENTIRE SITE 9 617	2 197 349 TOTALITÉ DU SITE ENTIRE SITE	2 252 128 TOTALITÉ DU SITE / ENTIRE SITE FERMETURE DU MUSÉE DEPUIS MARS 2018 THE MUSEUM HAS BEEN CLOSED SINCE MARCH 2018
THE REGARDS DE PROVENCE MUSEUM	42 900	39 300	NC
CHÂTEAU DE LA BUZINE	75 086	83 743	86 100 VISITES CHÂTEAU CASTLE VISITS: 26 237 ENTRÉES CINÉMA CINEMA TICKETS PURCHASED 23 656 ENTRÉES SPECTACLES THEATRE TICKETS PURCHASED : 24 480 ATELIERS ARTISTIQUES ART STUDIOS : 4205 PRIVATISATIONS PRIVATE BOOKINGS MADE: 7522
MUSAMA, L'ATELIER - MUSÉE DU SAVON DE MARSEILLE THE MARSEILLE SOAP MUSEUM AND WORKSHOP		30 000	32 000

GESTION MAIRIE DE MARSEILLE
MARSEILLE MUNICIPALITY MANAGEMENT

GESTION ETAT
STATE MANAGEMENT

PRIVÉS ET GESTION EXTERNALISÉE
PRIVATE AND OUTSOURCED MANAGEMENT





Focus MuSaMa, l'atelier - musée du Savon de Marseille

Le Musée a vu le jour en 2018 et propose à ses visiteurs un parcours ludique et interactif, sur les traces des savonniers marseillais.

3 activités sont comprises dans la visite :

L'Atelier Savon de Marseille du MuSaMa, au cours duquel chaque visiteur fabrique son savon de Marseille, le personnalise et repart avec !

L'exposition permanente, parcours ludique et interactif à la découverte du savon de Marseille.

Des expositions temporaires consacrées à l'Art et la culture en Provence.

La boutique, Les Ateliers de Provence au MuSaMa, consacrée à l'émblématique cosmétique marseillais, le Savon de Marseille et à son univers (huile d'olive, lavande, senteurs...).

Le MuSaMa est idéalement situé au cœur du centre historique, à deux pas du Vieux-Port.

Plus d'informations :
ateliersdeprovence.com



A closer look at MuSaMa: The Marseille Soap Museum and Workshop

The Museum was opened in 2018 and it takes visitors on a fun, interactive journey following in the footsteps of Marseille's soap makers.

3 activities are included in the visit:

In the MuSaMa's soap-making workshop, each visitor can make their own Marseille bar of soap, personalise it and even take it home with them!

Visitors can enjoy the fun, interactive permanent exhibition where they can find out all about Marseille's soap.

There are also temporary exhibitions held at the museum dedicated to art and culture in Provence.

The Ateliers de Provence shop at the MuSaMa is dedicated to selling this emblematic cosmetic product from Marseille: Marseille's soap made from a variety of different ingredients (olive oil, lavender and fragrances...).

The MuSaMa is ideally located in the heart of the city's historic centre, a stone's throw from the old port.

Find out more information on:
ateliersdeprovence.com



GRANDS ÉVÉNEMENTS

MAJOR EVENTS

UNE ANNÉE
RICHE

A BUSY
YEAR

GRANDS ÉVÈNEMENTS / MAJOR EVENTS	DATE DATE	FRÉQUENTATION NUMBER OF VISITORS
3 ^E BIENNALE INTERNATIONALE DES ARTS DU CIRQUE	11 janvier-10 février	114 400 (DONT 77 500 SPECTATEURS À MARSEILLE)
SOPHIE CALLE ERWIN WURM PAR HASARD 19 MAN RAY ET LA MODE	26 janvier-22 avril 17 mai-15 septembre 14 septembre-23 février 2020 8 novembre-8 mars 2020	200 900
OPEN 13 DE TENNIS	18-24 février	32 000
21 ^E ÉDITION FESTIVAL AVEC LE TEMPS MUSIQUES FRANCOPHONES ET ACTUELLES	12-17 mars	10 000
OH LES BEAUX JOURS 3 ^E ÉDITION	28 mai-2 juin	16 000
24 ^E FESTIVAL DE MARSEILLE	14 juin-6 juillet	21 400
MARSATAC 21 ^E ÉDITION	14-16 juin	30 000
MONDIAL LA MARSEILLAISE À PÉTANQUE	7-11 juillet	13 000
DELTA FESTIVAL	7-8 juillet	40 000
30 ^E FESTIVAL FIDMARSEILLE	9-15 juillet	23 000
20 ^E FESTIVAL JAZZ DES CINQ CONTINENTS	17-27 juillet	24 700
FOIRE INTERNATIONALE DE MARSEILLE	20-30 septembre	350 000
1 ^{ER} FESTIVAL SCIENCES SOCIALES ALLEZ SAVOIR	25-29 septembre	5 500
28 ^E FIESTA DES SUDS	10-12 octobre	37 600
2 ^E FESTIVAL INTERNATIONAL DU LIVRE (PHARO)	7-8 décembre	9 000

SOURCE : VILLE DE MARSEILLE / CITY OF MARSEILLE



© DELTA FESTIVAL

FOCUS MPG 2019 ANNÉE DE LA GASTRONOMIE EN PROVENCE

À l'initiative du Département des Bouches-du-Rhône et porté par Provence Tourisme, Marseille Provence Gastronomie 2019 a célébré l'art populaire de la gastronomie en Provence.

De mars à décembre, à travers des manifestations prestigieuses ou des rendez-vous de proximité, toutes les communes du territoire ont mis à l'honneur, tour à tour, les saveurs, recettes et produits traditionnels d'un terroir issu des filières agricoles et viticoles locales.

Cette aventure collective d'un nouveau genre, associant talent, passion et créativité, a souhaité dynamiser le "made in Provence", revaloriser leur patrimoine aux yeux des Provençaux et valoriser la destination auprès des visiteurs en quête de qualité et d'authenticité.

MPG2019 a célébré les savoir-faire et les savoir-être du territoire afin de révéler et de magnifier l'ensemble des acteurs de la filière de la gastronomie, de la production à la transformation, de la réalisation au service. MPG2019 s'est voulu être une année de fête, de rencontres de chefs, de marchés gourmands, de pique-niques avec vue, de potagers urbains... Une invitation à un voyage gastronomique.

Marseille a accueilli de nombreux événements dont :

Le plus grand cours de cuisine étoilé

1000 personnes se sont retrouvées place Bargemon à Marseille pour le plus grand cours de cuisine jamais réalisé sous la houlette de Lionel Lévy et orchestré par 30 chefs du territoire et une soixantaine d'élèves des lycées hôteliers du département. C'est toute la Provence qui s'est invitée dans l'assiette avec la préparation d'une focaccia à la tapenade et sa sardine grillée.

A CLOSER LOOK AT MPG 2019: A GASTRONOMIC EVENT IN PROVENCE

A Bouches-du-Rhône Department initiative brought to fruition by Provence Tourism, Marseille Provence Gastronomy 2019 celebrated the popular art of gastronomy in Provence.

From March to December 2019, through a series of prestigious events and local gatherings, all of the region's communes individually showcased their local flavours, recipes and traditional produce, produced by the agricultural sector or local wine estates.

This collaborative new-style event combining talent, passion and creativity, hoping to revolutionise the range of "made in Provence" products, bring a new-found appreciation for the regional heritage in the eyes of the locals, and make the area a more appealing destination for visitors in search of quality and authenticity.

MPG2019 celebrated the regional expertise and way of life by showcasing and praising the main players in the field of gastronomy, from production, transformation to the plate. The 2019 edition of the MPG event was an occasion full of celebration. With networking events for chefs, gourmet markets, picnics with a view and urban veg patches, it was a real invitation to go on a gastronomic journey.

For this occasion, there were several events held in Marseille including:

The largest Michelin star cooking class

1000 people gathered on Bargemon square in Marseille for the largest ever cooking class which was led by Lionel Lévy and organised by 30 chefs from the region and around sixty students from catering colleges in the department. All of Provence was invited to make a dish which featured focaccia with a tapenade and grilled sardines.

Le grand Blind test

Après le cours de cuisine de Lionel Levy, place à la musique avec le grand blind test qui a réuni de nombreux jeunes venus se défier au son du DJ Philippe Corti.

La Grande Halle

130 000 personnes le soir du 28 juin se sont pressées sur la Grande Halle dont les stands ont mis à l'honneur 130 producteurs et artisans d'excellence du territoire. Elles ont assisté à des déambulations artistiques.

Les cooking shows

En miroir de la Halle, il y a eu de la technique et du spectacle. La place Bargemon s'est animée tout le weekend avec des cooking shows d'une heure, exécutés par les chefs de la brigade MPG2019. Sur l'estrade, les chefs déroulaient leurs recettes en live et préparaient 200 bouchées pour les participants. Un oenologue accompagnait la manifestation et proposait son accord met /vin.

CÉRÉMONIE DE CLÔTURE – 85 000 PARTICIPANTS

MPG2019 a tiré sa révérence en même temps qu'un feu d'artifice, au cours d'une soirée exceptionnelle le 13 décembre sur le Vieux-Port de Marseille. Un moment de fête et de communion pour les milliers de spectateurs. De mémoire de Marseillais, on avait rarement vu un tel feu d'artifice embraser les quais du Vieux-Port. En quarante minutes, Marseille a dit au revoir à l'Année de la gastronomie dont la richesse et la diversité des rendez-vous sont allés bien au-delà des espérances. Le programme promettait "une fastueuse palette chromatique représentant la gastronomie provençale". Et le public ne fut pas déçu. Tiré de quatre sites différents – Notre-Dame-de-la-Garde, Vieux-Port, Fort Saint-Nicolas (Fort d'Entrecasteaux) et Digue du Large – le spectacle pyrotechnique alternait le rouge des tomates et le vert des olives, le bleu de la mer, les jaunes et les orangés des fruits, le pourpre et le rose du vin...

The Big Blind Test

After Lionel Levy's cooking class, music filled the streets for the big blind test which brought together several youngsters who rose to the challenge, to the beat of DJ Philippe Corti, of course.

La Grande Halle food hall

On the evening of June 28th, 130,000 people rushed to the Grande Halle food hall where the booths showcased products from 130 exceptional producers and artisans from around the region. The crowds could wander around freely as they pleased.

The cooking shows

Mirroring the Grande Halle event, there were cooking shows held which focused more on technique. Bargemon square was bustling all weekend with cooking shows lasting an hour, led by the chefs from the MPG2019 team. On the stage, the chefs cooked their recipes live and prepared 200 tasters for those attending to try. A wine specialist also attended the event and suggested various wine/food pairings.

CLOSING CEREMONY – 85,000 PARTICIPANTS

MPG2019 drew to a close with a firework display and an incredible evening of festivities on December 13th at Marseille Old Port. A moment of celebration bringing together thousands of spectators. Marseille has rarely seen such a spectacular firework show on the quays of its old port. In the space of forty minutes, Marseille said goodbye to this gastronomic yearly event, which went well beyond expectations with its rich range of products and diverse events. The programme promised "an extravagant and colourful range of products, representing Provençal gastronomy". The public was not disappointed. Set off from four different sites – the Notre-Dame-de-la-Garde basilica, the Old Port, Fort Saint-Nicolas (Fort d'Entrecasteaux) and Digue du Large – the pyrotechnics show reflected the vibrant colours of the local produce and region; the red of the tomatoes, the green of olives, the blue of the sea, the yellow and orange of fruit and the purple and pink of wine...



ACTIVITÉS TOURISTIQUES

TOURIST ACTIVITIES

UNE OFFRE
VARIÉE
ET ORIGINALE

A DIVERSE
AND ORIGINAL
OFFER

LES CLASSIQUES

THE HIGHLIGHTS

	ACTIVITÉS ACTIVITIES	NOMBRE DE PASSAGERS NUMBER OF PASSENGERS		
		2017	2018	2019
 (1)	COLORBÛS TOUR MARSEILLE	96 083 EVOLUTION 16-17 +28%	120 000 EVOLUTION 17-18 +24.9%	142 000 EVOLUTION 18-19 +18,3%
 (2)	PETIT TRAIN TOURISTIQUE TOURIST SMALL TRAIN	298 320 EVOLUTION 16-17 +9,1%	240 000 EVOLUTION 17-18 -19,5%	290 000 EVOLUTION 18-19 +20.8%
 (3)	GRANDE ROUE DE MARSEILLE MARSEILLE BIG WHEEL	75 000 FONCTIONNEMENT 01/01 AU 31/08/17 REMISE EN SERVICE LE 01/01/18 AU J4 OPERATIONS FROM 01/01 UNTIL 08/31/17 REOPENING ON 01/01/18 ON D4	80 000 EVOLUTION 17-18 +6,7%	110 000 EVOLUTION 18-19 +37.5%
 (4)	VISITES DES CALANQUES EN BATEAU BOAT TRIPS TO THE CALANQUES NATIONAL PARK (INCLUDES CHÂTEAU D'IF) ► ICARD MARITIME ► CROISIÈRE MARSEILLE CALANQUE	145 237 EVOLUTION 16-17 +15%	149 000 EVOLUTION 17-18 +2.6%	176 197 EVOLUTION 18-19 +18.2%
 (5)	NAVETTES FRIOUL-IF EXPRESS SHUTTLES FRIOUL-IF EXPRESS TRANSEDEV	482 387 EVOLUTION 16-17 +5.3%	498 677 EVOLUTION 17-18 +3.3%	508 680 EVOLUTION 18-19 +2%

SOURCE : VILLE DE MARSEILLE / CITY OF MARSEILLE

(1) COLORBÛS © SOCIÉTÉ MARSEILLE DE TOURISME - (2) LE PETIT TRAIN © TTM - (3) LA GRANDE ROUE © VILLE DE MARSEILLE - (4) BALADE DANS LES CALANQUES © GIP COMPAGNIE MARITIME DES CALANQUES - (5) NAVETTES FRIOUL-IF-EXPRESS ©
(1) COLORBÛS © SOCIÉTÉ MARSEILLE DE TOURISME - (2) THE SMALL TRAIN © TTM - (3) THE BIG WHEEL © CITY OF MARSEILLE - (4) WALK IN THE CALANQUES © GIP COMPAGNIE MARITIME DES CALANQUES - (5) FRIOUL-IF-EXPRESS SHUTTLES ©



© COLORBÜS

COLORBÜS

COLORBÜS

Colorbûs Marseille permet de découvrir à plus de 4m de hauteur la ville la plus ensoleillée de France à 360°. Avec deux itinéraires couvrant les principaux sites de la ville (Le Vieux-Port, Notre- Dame de La Garde, L'Orange Vélodrome, La Cité Radieuse, La Corniche, la Vallon des Auffes, etc.), possibilité de monter et descendre à tout moment.

Un audio-guide de qualité disponible en 8 langues pour découvrir les trésors de la ville.

Plus d'informations : colorbus.fr

COLORBÜS

Colorbûs Marseille allows you to discover the sunniest city in France from 4m high with a 360° view With two routes covering the city's main sites (the Old Port, the Notre-Dame de La Garde basilica, the Orange Vélodrome, La Cité Radieuse, La Corniche and the Vallon des Auffes, etc.), you have the option of hopping on and off at any moment.

You can also rent out an audio-guide which is available in 8 languages, so you can discover all of the treasures the city has to offer.

More information: colorbus.fr



© COLORGROUP

MOBILBOARD

MOBILBOARD BY COLORGROÛP EXPERIENCE

Gyropode Segway® en famille ou entre amis, initiation et balades inoubliables. plusieurs circuits sont proposés sur Marseille : le Quartier du Panier, le Palais Longchamps, le Vieux-Port depuis le Palais du Pharo, le Vallon des Auffes, Notre Dame de la Garde, enfin le côté sud de la ville à la rencontre du Stade Orange Vélodrome. En 2019, Mobilboard by Colorgroup a permis à près de 2 200 personnes de découvrir Marseille en gyropode Segway®

Plus d'informations : mobilboard.com

MOBILBOARD BY COLORGROÛP EXPERIENCE

Gyropode Segway® with family or friends, initiation to basic rules and unforgettable rides. Several circuits are offered in Marseille: the Panier district, the Palais Longchamps, the Vieux-Port from the Palais du Pharo, the Vallon des Auffes, Notre Dame de la Garde, finally the south side of the city to see the Orange Velodrome Stadium. In 2019, Mobilboard by Colorgroup allowed nearly 2,200 people to discover Marseille by Segway®.

More information: mobilboard.com



© COLORGROUP

COLOREVENT

COLOREVENT

A destination des entreprises ou particuliers, location de minibus, de minibus décapotables, de cars, de bus à impériale à double étage, avec chauffeur, pour toutes les prestations souhaitées : visite classique privée, circuit personnalisé, événements privés, animations... une ambiance unique pour voyager, tout en permettant de concilier, en un seul et même lieu, la notion de transport et d'événement. En 2019, ColorGroüP Experience a permis à près de 35 757 personnes de découvrir Marseille d'une manière unique en son genre.

Plus d'informations : colorgroup.fr

COLOREVENT

A destination ideal for both businesses and individuals, in Marseille you can hire out a minibus, open-top minibus, a coach or double-decker bus with driver for all kinds of services: a classic private tour, a personalised tour, private events, fun activities etc... With this service you can create a unique ambiance for your trip, perfectly balancing the themes of transport and events. In 2019, ColorGroüP Experience allowed over 35,757 people to discover the city of Marseille in a unique one-of-a-kind way.

More information: colorgroup.fr

LES INSOLITES EN MER ET À TERRE



© SARL LEVANTIN

CATAMARAN

LE LEVANTIN : BALADES EN CATAMARAN

La compagnie Le Levantin propose des croisières en catamaran de jour ou en soirée pour découvrir les calanques et les archipels phocéens.

Avec ses 300 m² de confort optimal, le navire amiral « Ecolorato » est le plus grand catamaran de day charter d'Europe.

En 2019, **14 000** personnes ont navigué en catamaran.

Plus d'informations : levantin.fr

LE LEVANTIN: CATAMARAN TRIPS

The company Le Levantin provides catamaran cruises to discover the Calanques coves and the Phocian Archipelago during the day or at night.

With its 300 m² of optimum comfort, the flagship 'Ecolorato' is Europe's largest charter daytime catamaran.

In 2019, **19 000** people sailed on catamarans.

More information: levantin.fr

SURPRISING ACTIVITIES AT SEA AND ON GROUND



© RAPHAËL DEMARET

PLONGEURS - DIVERS

DUNE : GUIDE VOS PLUS BELLES AVENTURES SOUS-MARINES

Située à la Pointe Rouge, DUNE est une base de loisirs subaquatiques labellisée Qualité Tourisme et Famille Plus. Elle propose à l'année de découvrir le Parc national des Calanques en plongée sous-marine avec un guide : baptême, initiation, formation, exploration, sorties sunset et afterwork, apnée ou snorkeling. En 2019, DUNE a guidé **3 700** participants en snorkeling, **5 800** participants en découverte plongée, **500** participants sur des stages découverte apnée, **250** formations débutants.

Plus d'informations : dune-world.com

DUNE: GUIDES YOU ON YOUR BEAUTIFUL UNDERSEA ADVENTURES

Situated at Pointe Rouge beach, DUNE is an underwater activity centre, classified as a Qualité Tourisme and Famille Plus facility. Throughout the year, this centre allows you to discover Calanques national park by diving with a guide: taking introductory classes, training or exploring the underwater world on a sunset snorkelling or freediving excursion after work. In 2019, DUNE guided 3,700 participants on how to snorkel and 5 800 participants on how to dive, it ran introductory freediving courses for 500 participants and led 250 beginner training sessions.

More information: dune-world.com



©CYCLOPUB

CYCLOPUB

CYCLOPUB

CycloPub propose en famille ou en groupes, des circuits en gyropode de 1h à 2h, ludiques, culturels et écologiques.

Chaque circuit est préparé avec soin et en toute sécurité avec une assistance permanente. Des prestations d'animation et des séminaires touristiques sont également proposés à la carte.

En 2019, CycloPub a permis à près de **3 000 personnes** de découvrir Marseille en gyropode.

Plus d'informations :
cyclopub.com

CYCLOPUB

CycloPub provides -2 hour playful, cultural and environmentally-friendly segway tours for families or groups.

Each tour has been carefully prepared and is completely safe with constant assistance. Tourist entertainment and seminars are also on offer.

In 2019, CycloPub allowed around **3,000 people** to discover Marseille by segway.

More information:
cyclopub.com



©TUK-TUK MARSEILLE

TUK-TUK

VISITES EN TUK-TUK

Mode de transport venu d'Asie, le Tuk-Tuk permet de découvrir de façon originale les endroits emblématiques de Marseille : le Panier, la Major, le Mucem, la Vieille Charité, la Corniche Kennedy, l'incontournable montée de Notre-Dame de La Garde, etc. En 2019, les Tuk-Tuk ont transporté **960** passagers.

Plus d'informations :
tuktukmarseille.com

TUK-TUK RIDES

A mode of transport hailing from Asia, the Tuk-Tuk allows people to discover Marseille's most iconic places in an original way: the Panier, the Major, the Mucem, Vieille Charité, the Corniche Kennedy, the unmissable climb up to Notre-Dame de La Garde, etc.

In 2019, Tuk-Tuks transported **960** passengers.

More information:
tuktukmarseille.com



©STE E-BIKETOURS MARSEILLE

E-BIKE

FADA BIKE, MARSEILLE EN VÉLO ÉLECTRIQUE

Fada Bike propose aux visiteurs des circuits à vélo à assistance électrique accompagnés pour découvrir les monuments et sites marseillais. L'offre de ce prestataire labellisé Famille Plus se compose de tours réguliers partagés ou privés tout comme des tours à la carte et tour pour les groupes.

En 2019, Fada Bike a permis à **7 500** personnes de découvrir la ville au cours de 885 balades.

Plus d'informations : fada.bike

FADA BIKE, MARSEILLE BY ELECTRIC BIKE

Fada Bike offers visitors the chance to go on a guided electric bike tour to discover Marseille's major landmarks and sites. This provider, tagged as a Famille Plus provider, offers regular shared or private tours just like à la carte tours et tour pour les groupes. In 2019, Fada Bike permitted **7,500** people to discover the city on 885 excursions.

More information: fada.bike



©STE TROLIB

TROTINETTES ÉLECTRIQUES - ELECTRIC SCOOTERS

LES TROLIB, BALADES EN TROTINETTE ET VÉLOS ÉLECTRIQUES

Activité unique en son genre, les Trolib tours sont des visites accompagnées en trottinette et vélos électriques pour découvrir les plus beaux sites de Marseille. Les trottinettes et vélos sont accessibles à tous et sans aucun effort, jusqu'à 25 Km/h le long de parcours sécurisés (pistes cyclables, trottoirs, esplanades).

En 2019, **3 600** visiteurs ont découvert Marseille en Trolib.

Plus d'informations : trolib.com

TROLIBS, ELECTRIC SCOOTER TRIP AND BIKE TOURS.

A truly unique activity, Trolib tours are accompanied tours on scooters and electric bikes to discover Marseille's most beautiful sites. The scooters and bikes are accessible to everyone and require no effort, going up to 15 Km/h along secure pathways (cyclable paths, footpaths, promenades).

In 2019, **3,600** visitors discovered Marseille by Trolib.

More information: trolib.com

GRANDS ÉQUIPEMENTS

LARGE FACILITIES

**DES SPECTATEURS
AU RENDEZ-VOUS**

VISITORS
IN THE MEETING
PLACE

FRÉQUENTATION PAR ÉQUIPEMENT DE 2017 À 2019

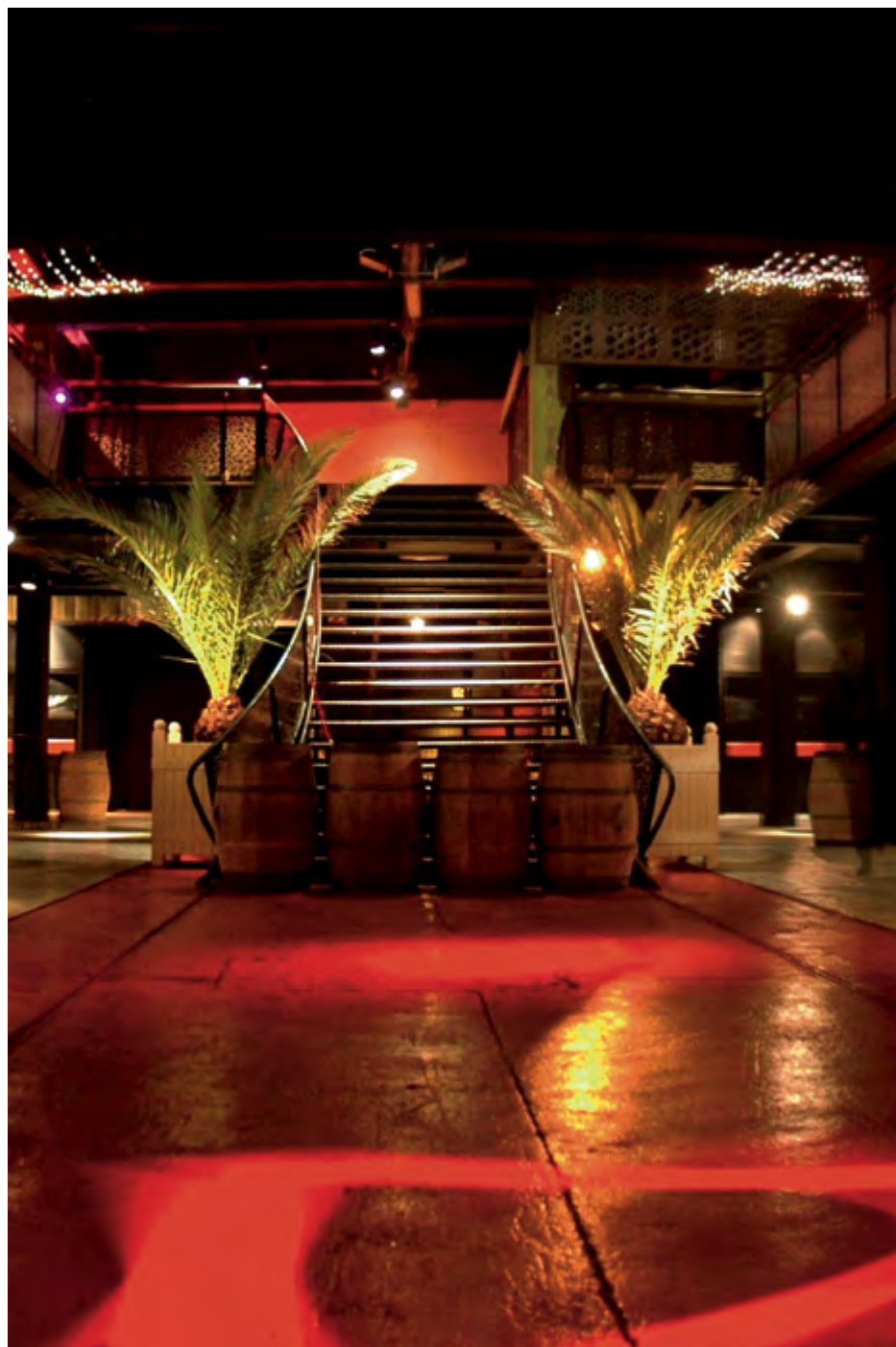
VISITOR NUMBERS BY TUPE OF FACILITY, 2017-2019

EQUIPEMENTS FACILITIES	NOMBRE DE SPECTATEURS NUMBER OF SPECTATORS		
	2017	2018	2019
LE SILO	114 426 104 ÉVÉNEMENTS / EVENTS EVOLUTION 16-17 +12,6%	124 845 103 ÉVÉNEMENTS / EVENTS EVOLUTION 17-18 +9,1%	131 487 EVOLUTION 18-19 +5,3%
PALAIS OMNISPORTS MARSEILLE GRAND EST	260 029 EVOLUTION 16-17 +0,01%	266 600 EVOLUTION 17-18 +2,5%	289 706 EVOLUTION 18-19 +8,7%
PALAIS DES SPORTS	163 325 EVOLUTION 16-17 -3,4%	159 878 EVOLUTION 17-18 -2,1%	240 000 EVOLUTION 18-19 +50%
LE DÔME	220 500 EVOLUTION 16-17 -3,3%	221 035 EVOLUTION 17-18 +0,24%	178 490 EVOLUTION 18-19 -19,2%
LE STADE ORANGE VÉLODROME	1 360 948 EVOLUTION 16-17 +13%	1 443 096 EVOLUTION 17-18 +6%	1 125 784 EVOLUTION 18-19 -22%
LE DOCK DES SUDS	163 255 EVOLUTION 16-17 -7,5%	57 770 EVOLUTION 17-18 -64,6%	73 490 EVOLUTION 18-19 +27,2%

SOURCE : VILLE DE MARSEILLE – SERVICE TOURISMEET CONGRÈS / CITY OF MARSEILLE – TOURISM DEPARTMENT



* 510



ESPACES NATURELS

NATURAL AREAS

UNIQUE PARC
PÉRIURBAIN
EN EUROPE

UNIQUE
SUBURBAN PARK
IN EUROPE

LE PARC NATIONAL DES CALANQUES

A la fois continental, marin et périurbain, le Parc national des Calanques, créé en avril 2012, accueille chaque année plus de **2 millions** de visiteurs en mer et à terre, de Marseille à La Ciotat en passant par Cassis et les îles du Frioul.

Durant l'été 2019, **106 340** personnes ont été sensibilisées à l'environnement terrestre et maritime (faune, flore) par les éco-gardes (agents d'information du parc national et des volontaires du service civique national).

Depuis le lancement du dispositif éco-gardes en 2004, **791 650** visiteurs ont été informés.

THE CALANQUES NATIONAL PARK

Created in 2012, covering, land, marine and peri-urban areas, and welcoming more than **2 million** visitors by land and by sea annually, stretching from Marseille to La Ciotat, and passing between Cassis and Frioul Islands.

During summer 2019, **106,340** people were taught about the terrestrial and maritime environment (fauna, flora) by the eco-guards (national park information agents and national civil service volunteers).

Since the launch of the eco-guard service in 2004, **791,650** visitors have been informed by them.



PARC NATIONAL DES CALANQUES - CALANQUES NATIONAL PARK

© ELAMY



PARC NATIONAL DES CALANQUES - CALANQUES NATIONAL PARK

PORTS DE PLAISANCE

YACHT HARBOURS

**PLAN D'EAU
EXCEPTIONNEL**

AN EXCEPTIONAL
WATERFRONT

DONNÉES 2019 DES PORTS DE PLAISANCE (*) 2019 YACHT HARBOURS DATA (*)

PORTS HARBORS	NOMBRE D'ANNEAUX NUMBER OF RINGS	NOMBRE DE NUITÉES DE PASSAGES BATEAUX/AN NUMBER OF OVERNIGHT BOAT TRIPS / YEAR	DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR AVERAGE TRIP DURATION	NOMBRE DE NAVIRES NUMBER OF SHIPS
VIEUX-PORT (*) OLD PORT (*)	3 200	13 152	21 JOURS DAYS	629
FRIOUL	725	17 493	8 JOURS DAYS	2 098
POINTE ROUGE	1 200	8 576	46 JOURS DAYS	188
AUTRES PORTS MARSEILLE OTHER MARSEILLE HARBORS	750			
TOTAL MARSEILLE SUBTOTAL MARSEILLE	5 875	39221	15 JOURS DAYS	2 915

SOURCE : AIX-MARSEILLE-PROVENCE MÉTROPOLE – DIRECTION DES PORTS / AIX-MARSEILLE-PROVENCE METROPOLE HARBOUR MANAGEMENT

(*) NE SONT COMPTABILISÉS QUE LES POSTES À FLOT GÉRÉS EN RÉGIE PAR MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

(*) ONLY THE FLOATING POSTS GOVERNED BY MARSEILLE PROVENCE MÉTROPOLE ARE ACCOUNTED FOR



VIEUX-PORT



VALLON DES AUFFES



FOLLOW US!



#ChooseMarseille

Marseille
OFFICE DE TOURISME
ET DES CONGRÈS

M CHOISISSEZ
MARSEILLE
THE ATTRACTIVE CITY
IN PROVENCE

11 la Canebière - CS 60340
13211 Marseille Cedex 01
Tel. : 0826 500 500 (0,15€ la minute)
information@marseille-tourisme.com

www.marseille-tourisme.com

Dans le cadre de nos actions en faveur de l'environnement, nous proposons pour cette édition une consultation principalement en ligne afin de limiter l'empreinte carbone que représente l'impression en nombre de ce livret. - To do our bit for the environment, we are mainly publishing this edition online to limit our carbon footprint, which printing this booklet would increase.
Crédit photo Copyright : Fotolia, Vdm, OMT CMw. Tous droits réservés. All rights reserved.

