



# Workshops relance touristique Marseille Provence

4 ateliers dédiés aux professionnels du tourisme



BIENVENUE !

# ORDRE DU JOUR

Bilan estival : chiffres clés et perspectives

10 minutes

Les actions de l'office

10 minutes

Tour de table : votre actualité et vos idées

60 minutes



# Bilan estival : chiffres clés et perspectives



# Bilan saison 2020 - France



Fréquentation  
essentiellement  
régionale et nationale

Bonne tenue de  
certains marchés  
européens : Suisse,  
Belgique, Pays-Bas. Abs  
des clientèles lointaines

Un bilan meilleur en  
France qu'en Espagne  
ou en Italie

Réservations en last  
minute et explosion du  
E-commerce

# Bilan saison 2020 - Marseille



Un mois de juin timide  
mais hausse de  
fréquentation à partir  
du 15/07

Profil de clientèle  
80% nationale et  
20% internationale

Top 5 FR : Ile de France,  
Auvergne Rhône Alpes,  
Région Sud, Occitanie  
et Nouvelle Aquitaine

Top 5 Europe :  
Allemands, Belges,  
Espagnols, Italiens,  
Suisses

-40% de touristes reçus  
à l'Office de Tourisme

+ 18% fréquentation  
site web

# Bilan saison 2020 - Hôtellerie



Durée moyenne du  
séjour 4 nuits  
vs. 3 nuits en 2019

Taux d'occupation :  
78,64%

Pic 1<sup>er</sup>-15 août : 91%  
du TO  
(+ 4,3 pts vs. 2019)

Prix moyen : 112€  
(+ 4,8% vs. 2019)

Tendance last minute  
confirmée : 0 - 13  
jours avant départ  
vs. 45 jours en 2019

# Bilan saison 2020 Aérien



---

Trafic  
aéroport  
Marseille-  
Provence :

-77,2% en début d'été

---

- 63,4% en fin d'été

---



# Bilan saison 2020

## Tourisme d'Affaires - Croisières

### Tourisme d'affaires 1<sup>er</sup> semestre 2020

45 manifestations annulées

53 manifestations reportées

Sans la Covid, les retombées économiques directes et indirectes pour Marseille s'élevaient à 240 million d'€ soit + **38% par rapport à 2019**

### Croisières

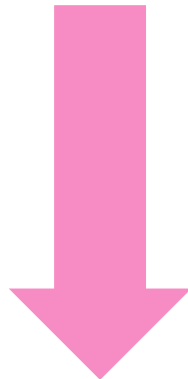
**L'activité quasiment totalement à l'arrêt**

Le manque à gagner résultant de l'annulation des escales initialement programmées du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août 2020 est estimé à environ 80 millions d'€ sur l'ensemble du territoire Marseille Provence.

# Bilan saison 2020 – Activités



Musées de Marseille +15% en juillet et +5% en août



- Baisse de 75% des visites guidées groupe et 85% en individuels

- Baisse d'activité de 10% à plus de 50% pour l'ensemble des prestataires

(Absence des croisiéristes et tourisme d'affaires quasiment à l'arrêt)

# Bilan saison 2020 – Opé BHV 3/06 au 16/08



1 461 026 entrées

38 marques marseillaises

76 retombées presse  
(10x retombées Portugal  
en 2019)  
soit 38,4 millions de  
lecteurs

839 000 personnes  
touchées sur les RS

1 déjeuner de presse :  
20 media lifestyle

1 soirée B2B :  
150 personnes du monde  
économique

# Bilan saison 2020 – Communication



Partenariat OMTCM Ville de  
Marseille et Métropole :  
550 000 € d'achats média

Cible : Ile de France, Auvergne  
Rhône Alpes, Hauts de France,  
Sud

3 périodes de prise de parole :

Mai-juin : regagner la confiance des français

15 juin - 30 août : campagne de conversion et d'image pour penser « Marseille »

Phase 3 cible MICE différée



# Perspectives arrière-saison 2020



## Trafic aérien AMP

sept - 68%  
oct - 75%  
nov - 78%  
dec - 65%

## TO des hôtels prévisionnels

20% à 10%  
pour les semaines à venir

## Depuis le passage en zone rouge puis « écarlate »

Annulations en série dans le secteur du tourisme d'affaires

Interdépendance très forte entre niveau de restriction sanitaire et comportement MICE (moins vrai sur le loisir)

Réservations en hyper last minute plus que jamais observée

# POINTS SAILLANTS POUR LES CLIENTELES



## Grand public

- Le climat
- Le bord de mer et la nature
- L'accessibilité
- La sécurité sanitaire
- L'offre culturelle

## Tourisme d'Affaires

- La proximité
- L'image
- La sécurité sanitaire
- L'engagement de la destination en faveur d'un tourisme responsable

## Croisière

Sécurité sanitaire lors des escales :

- transport
- activités
- visites



# Les actions de l'office



# PROMOTION DE LA DESTINATION

## Promotion

- Maintien des salons au format virtuel (Allemagne, UK WTM), Suisse, Japon, Russie, Corée, Chine, ILTM)
- Eductour avec les têtes de réseaux français du DITEX fin octobre
- Réalisation de webinaires live ou Facebook live USA
- Films promotionnels dont capsule prestige

## Presse

- Webinaires presse Europe et USA
- Maintien d'accueils presse personnalisés
- Newsletter mensuelle FR et EN

## Digital

- Création d'une série de vidéos B2B mettant en avant les prestataires touristiques locaux
- Ouverture prochaine d'un compte LinkedIn





# COMMUNICATION GRAND PUBLIC

## Campagnes de com

- Campagne « automne » en région, Ile-de-France et Rhône-Alpes
- Préparation des campagnes 2021

## Vidéos

- Création et diffusion d'une série de vidéos sur les réseaux sociaux « Le Marseille de \_\_\_\_\_ » mettant à l'honneur des personnalités locales

## Webmarketing

- Stratégie de contenus éditoriaux riches grand public et création d'un espace pros dédiés
- Maintien de la communication sur les réseaux sociaux : FB, Instagram, Twitter, Pinterest, Mapstr, YT



# PRODUITS



## Commercialisation

- Développement de la place de marché  
Marseilleexperience.com  
dédiée à la revente  
d'activités marseillaises et  
métropolitaines
- Formation des prestataires  
à la mise en avant de leur  
offre

## Visites guidées

- Maintien des visites  
« classiques »  
hebdomadaires en groupes  
restreints
- Création d'une nouvelle  
programmation en accord  
avec les saisons

## Offres du moment

- Citypass toujours en  
réduction 10%
- Citypass offert pour 2 nuits  
pendant les vacances de la  
Toussaint
- Pass Provence poursuivi  
100€ pour 1 nuit





# BUREAU DES CONGRES

## Promotion

- Webinaires et salons virtuels France, Europe et USA
- Accueils personnalisés des agences et clients à Marseille
- Salon, workshops

## Communication

- Création d'un film promotionnel dédié au MICE
- Nouvel outil de présentation Wacan
- Article Boardroom spécial Marseille

## Et toujours...

- Refonte du dossier de candidature
- Optimisation du site Internet création d'une page LinkedIn
- Convention avec le Parc National des calanques pour compenser l'empreinte carbone des congressistes



## ACCUEIL

### Ouverture continue

- Ouverture tous les jours de 10h à 17h
- Mesures sanitaires : masques, plexiglas et sens de circulation
- Conseils personnalisés auprès des visiteurs

### Réassurance des visiteurs

- Qualité de l'information donnée face aux réticences des visiteurs : règles sanitaires mises en place, discours rassurant...
- Valorisation des prestataires en activité

### Communication

- Mise en avant du Citypass offert
- Promotion du pass séjour My Provence
- Valorisation des prestataires via nos écrans





## DIGITALISATION RENFORCEE

### Base de données

Déploiement de l'outil Apidae qui recense l'offre touristique du territoire : hébergements, restauration, activités, prestataires, événements et manifestations

### CRM

Déploiement de l'outil Avizi permettant la gestion des contacts pros et grand public et l'envoi de campagnes personnalisées

### Télétravail

Equipped technique pour le travail à distance des équipes en vue d'assurer la continuité de l'activité et l'accueil téléphonique du public

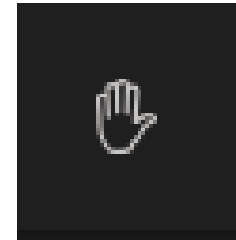


Tour de table : votre actualité et vos idées

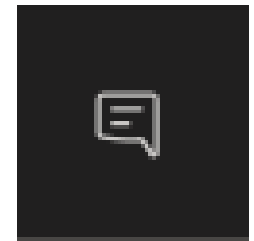
# Tour de table (60 minutes)

- Partagez votre actualité et vos idées pour la relance de l'activité

- Pour intervenir : signalez-vous



- Une question/réaction : le chat est ouvert







Merci de votre attention

RDV le 12 octobre à 14h au WTCMP