



# 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
- 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 a 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 - Restauration



- Juillet : -30% vs. 2019
- Août : +10% vs. 2019

# Bilan saison 2020 – Activités



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

# 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



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

# Bilan 1<sup>er</sup> semestre Tourisme d’Affaires



	2019 1er janvier au 31 juillet	2020 1er janvier au 31 juillet
Nombre de manifestations	585	147
Nombre de congressistes	140 040	23 280
Journées congressistes	269 434	65 496
Retombées économiques directes	43 511 300€	10 361 200 €

## **Manifestations annulées pour raison de COVID :**

45 manifestations pour un total de 6 328 000€ de retombées économiques directes

## **Manifestations reportées en 2021 pour raison de COVID :**

53 manifestations reportées pour un total de 43 485 000€ de retombées économiques directes

Si on cumule les confirmés, les annulés et les reportés, sans le COVID nous serions à : 60 174 200€ de retombées économiques directes soit + **38% par rapport à 2019**

# Les tendances MICE



- Les gros congrès polluent beaucoup donc les organisateurs préfèrent proposer plusieurs événements régionaux plus petits => réduction des jauge.
- Les grands congrès internationaux reviendront quand il y aura un vaccin
- Le 100% digital n'est pas souhaité mais les solutions hybrides sont privilégiées
- Le digital est au service du business et permet de communiquer en amont, pendant et après le congrès
- Privatisation des lieux pour se sentir comme dans une bulle
- Asie et Australie sont repartis; les US aussi en format hybride mais l'Europe reste à l'arrêt comme le lapin dans les phares d'une voiture
- Développement durable très en demande (normes, actions diverses...)
- volonté d'organiser des évènements mais les clients ont peur. Donc le mot clé : donner **confiance**

# Les attentes des clients MICE



- Scénarisation des lieux d'accueil (hôtels, palais des congrès...) pour la partie virtuelle de l'événement
- Montrer un parcours client sécurisé – besoin d'être rassuré et mis en confiance
- Souplesse des conditions de vente des lieux d'accueil pour faciliter l'acte d'achat

Les critères pour choisir une destination évoluent :

- Logistique (accessibilité, lieux d'accueil de l'événement, hôtels...)
- Réputation et image (écoresponsabilité...)
- La sécurité sanitaire et autre (rassurer l'organisateur)



# 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

- Crédit 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](http://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: « my guest »
- 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



## 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

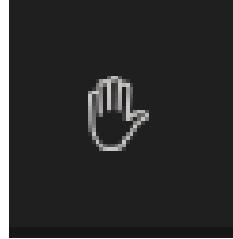
Equipement technique pour le travail à distance des équipes en vue d'assurer la continuité de l'activité et l'accueil téléphonique du public



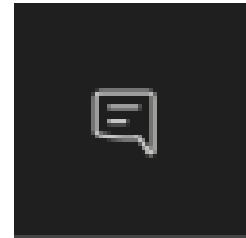
Tour de table : votre actualité et vos idées

# 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