

Le 27 avril 2021
COMMUNIQUE DE PRESSE

Stratégie touristique de Marseille



A la veille de la reprise de la saison touristique et, on l'espère, du déconfinement qui permettra aux français de profiter des atouts de Marseille, le Comité Directeur de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès, s'est réuni jeudi 22 avril.

A l'ordre du jour, la validation du plan d'actions présenté aux membres présents au Comité directeur le 13 avril dernier ainsi que l'approbation du budget afin de pouvoir mener à bien les nombreuses actions de promotion de la destination et d'accueil des touristes tout au long de l'année.

Plan d'actions et budget ont été approuvés à une large majorité et s'articulent autour de trois grands axes :

- **La promotion de Marseille** auprès de nos marchés cibles français et européens, les marchés lointains étant en veille pour le moment aussi bien BtoB que BtoC. La communication digitale, en majeure partie, est facile à activer en fonction de l'actualité et se concentrent avant l'été et après l'été afin d'étaler la saison touristique et les retombées économiques générées par les séjours sur les ailes de saison. La taxe de séjour reversée à l'OMTCM a pour vocation de financer ces opérations de promotion et de parler d'une seule voix au nom des professionnels du tourisme.
- **L'augmentation du chiffre d'affaires de ces professionnels** en boostant Marseille Experience, une plate-forme de marchés permettant aux prestataires touristiques de bénéficier d'une vitrine auprès des clients BtoC et de la communication qui l'accompagne.



Le 27 avril 2021
COMMUNIQUE DE PRESSE

- **Axe fort aussi, orienter les actions vers un tourisme durable.** L'OMTCM s'est lancée dans une démarche RSE et s'est engagé à fédérer les partenaires touristiques autour d'une bannière commune **#Marseilleinnovanteetdurable**. 3 chantiers en cours, la certification ISO 20 121, figurer au classement du GDS Index et continuer d'accompagner la labellisation Clef verte des hôtels marseillais. L'OMTCM propose des parcours et des visites hors des quartiers déjà très fréquentés comme « la balade buissonnière, la biodiversité en ville » ou « Mazargues dans tous les sens », met en avant sur Marseille Expérience les prestataires ayant une démarche RSE et va au devant des touristes afin d'informer et de gérer les flux en haute saison.

Marc Thépot, le président de l'OMTCM souhaite que la stratégie touristique de Marseille soit co-construite avec la ville et l'ensemble des professionnels. Il réaffirme sa volonté de coopérer avec les représentants de la ville de Marseille et de la Métropole pour établir une convention d'objectifs et de moyens qui soit portée et défendue par l'ensemble des acteurs locaux sans exception.

Toutes ces actions de promotion et d'accueil, qui sont les missions premières de l'OMTCM, seront très prochainement partagées avec la Ville et détaillées, voire étoffées en fonction des propositions de la municipalité notamment en vue de la présentation de *l'Eté marseillais* annoncé mercredi dernier par Laurent Lhardit, Adjoint au Maire de Marseille, délégué à l'économie, à l'emploi, à l'économie sociale et au tourisme durable, lors de sa prise de parole devant la presse.

Marc Thépot réaffirme la nécessité, dans la situation actuelle du secteur, de parler d'une seule et même voix et de défendre une stratégie touristique partagée par toutes les parties prenantes .

Contact presse :

Silvie Allemand
06 73 86 09 80
sallemand@marseille-tourisme.com