

Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

A l'heure des bilans, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille dresse celui d'une année compliquée mais plutôt positive



Pour Marseille, le bilan de l'activité touristique à fin 2021 doit renforcer la confiance des professionnels dans l'année 2022 qui s'annonce.

Cette année - qui vient de s'achever dans un paysage national contrasté – a clairement mis en évidence les atouts et l'attractivité de Marseille et sa région comme destination touristique de premier plan.

Grâce au travail collectif et concerté de tous les intervenants du secteur – qu'ils soient publics ou privés – 2021 a été une année encourageante pour les professionnels. Malgré 3 mois de fermeture en début d'année, les performances ont été remarquables (voir chiffres page 3) et confirment la validité des axes forts de la stratégie de l'Office menée depuis un an.

Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

A savoir :

- Consolider le positionnement de cette destination pour un Tourisme Durable et Responsable
- Concevoir un Tourisme qui valorise la diversité des expériences possibles dans cette ville
- Se poser comme une destination attractive, plurielle, facile d'accès, proche des habitants et diversifiée dans une métropole en pleine rénovation urbaine.
- Être une destination à part entière qui a su drainer avec succès- par une communication active et moderne - une clientèle locale, régionale et nationale alors que la clientèle internationale peinait à revenir du fait du contexte sanitaire mondial
- Être une destination « SAFE » avec des dispositifs sanitaires et des protocoles désormais maitrisés et rassurants pour nos visiteurs

2021 nous a montré les vertus du « Travailler Ensemble » et a su créer des liens forts et coordonnés entre les différents acteurs : ce qui nous arme désormais pour les Grands Evènements qui nous attendent en 2023 et 2024.

Bien sûr, il reste beaucoup à faire et des améliorations sont attendues ! Et même si 2022 s'ouvre sous un climat compliqué, les chiffres de 2021 sont là pour nous rappeler la chance que nous avons d'être des acteurs qui « jouent collectif » et qui sont engagés et responsables au service du Tourisme dans ce territoire.

L'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille sera toujours là pour le permettre et pour progresser !

Marc THEPOT

Président de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille

Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Chiffres de fréquentation hôtelière en 2021

AU GLOBAL

- En 2021, les hôtels et résidences de Marseille enregistrent un taux d'occupation de 54,7%, soit une hausse de près de 15 points par rapport à la même période en 2020, mais toujours en deçà des performances d'occupation de 2019 (-16,5 pts). Les bons résultats du 2ème semestre, portés par une bonne saison estivale, ainsi que le retour progressif de la clientèle d'affaires depuis la rentrée de septembre, participent à la réduction de l'écart des performances entre les années 2019 et 2021.

PERFORMANCES PAR SECTEUR

- En 2021, l'occupation moyenne du secteur Vieux-Port-Centre Ville égale la moyenne globale, et progresse de 14,9 pts, par rapport à 2020. Le secteur affiche le plus haut niveau de prix moyen (103,0€), du fait d'une forte concentration de l'offre hôtelière appartenant aux créneaux supérieurs
- Les hôtels et résidences du secteur Marseille Nord (Euroméditerranée-aéroport) enregistrent en 2021, le taux d'occupation le plus élevé de la destination et approche les 66%, au profit d'un forte hausse du niveau de remplissage par rapport à 2020 (+17,1 pts). Ce secteur, affiche toutefois le prix moyen le plus faible du Grand Marseille de 53,5€.



Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Chiffres de fréquentation hôtelière en 2021

PERFORMANCES PAR CATÉGORIE

- En 2021, l'activité hôtelière de l'ensemble des catégories hôtelières progressent de plus de 10 points en termes de taux d'occupation, mais restent en deçà des performances de fréquentation de 2019. Les résidences et la catégorie super-économique affichent un taux d'occupation qui excède les 60% en 2021, avec un delta de seulement 10 points par rapport à 2019.
- La catégorie économique parvient à passer la barre des 50% de taux d'occupation en 2021.
- Les catégories milieu de gamme et haut de gamme ont profité d'un très bel été et d'une activité économique plus importante depuis septembre 2021, pour rattraper les retards de performance du début d'année et approchent en fin d'année 2021, les 50% de taux d'occupation, contre moins de 30% à la mi-année.
- Le prix moyen croît entre +1,7% (résidences) et +6,2% (moyen de gamme) par rapport à 2019, exception faite du marché du haut de gamme dont le prix moyen progresse de plus de 15%.
- Le retard du taux d'occupation entre les années 2021 et 2019 continue d'impacter le RevPAR qui affiche un recul oscillant entre -10,3% (super-économique) à -25,1% (économique).

Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Chiffres de fréquentation hôtelière en 2021

COMPARATIF SEMAINE / WEEKEND

- En 2021, les hôtels et résidences de Marseille affichent une occupation moyenne en semaine de 5 points supérieures à celle enregistrée en weekend.
- Le retard par rapport aux performances de 2019 est plus élevé en semaine (17,6 points) qu'en weekend (12,1%). La destination marseillaise a profité d'une popularité auprès de la clientèle domestique durant les weekends limitant les baisses de performances.
- Le retard en semaine s'explique par des conditions sanitaires ne permettant pas un retour à la normale pour les déplacements d'affaires liés aux activités économiques et à l'évènementiel professionnel, 2 secteurs générateurs de nuitées pour l'hôtellerie marseillaise.
- En comparaison aux performances de la même période en 2019, les établissements de Marseille demeurent en semaine sur un niveau inférieur (-21,8% de RevPAR). Les effets du retour de la clientèle d'affaires sur les indicateurs hôteliers se faisant ressentir seulement depuis le deuxième semestre.

Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Chiffres de fréquentation hôtelière 2021

COMPARAISON AVEC LES AGGLOMERATIONS FRANCAISES

- En 2021, les hôtels du Grand Marseille arrivent en 2ème position en termes de taux d'occupation, après Montpellier (56,5%). Les hôtels de Marseille enregistrent le 2ème prix moyen le plus élevé (87,7€), derrière Nice (151,7€).
- En 2021, les destinations balnéaires et urbaines telles que Montpellier, Marseille ou Bordeaux sont celles qui affichent les reprises les plus rapides. Ces destinations cumulent les atouts économiques et d'agrément propices à la venue de la clientèle domestique. En revanche les destinations fortement dépendantes de la clientèle étrangère telle que Paris affichent encore des niveaux de remplissage relativement bas en 2021 (35,10% de taux d'occupation et 142,8 € de prix moyen).



Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Retour sur les actions de l'Office Métropolitain de Tourisme et de Congrès en 2021

Certification ISO 20121 obtenue en novembre 2021 !

Accueil

109 122 personnes reçues dans les bureaux (Canebière et gare) + dispositif été hors les murs.

80,70% français (IDF, région sud, AURA)

19,3% étrangers (Allemagne, Belgique, Espagne)

Presse

180 journalistes étrangers touchés lors de 7 webinaires

109 journalistes accueillis à Marseille

Promotion

1 500 Tours-opérateurs et agences formés lors de 7 webinaires live

Et 23 workshops

185 agences accueillies à Marseille





Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Pôle réceptif

441 dossiers groupes

3 000 visiteurs en visites publiques

(le Panier, Cité radieuse,
Malmousque ...)



Bureau Métropolitain des Congrès

215 organisateurs d'événements accueillis lors de 9 accueils « be my guest » et 6 visites de repérage

64 RDV commerciaux

3 salons

3 webinaires



Le 17 janvier 2022
COMMUNIQUE DE PRESSE

Campagne hiver sur Voyage privé et Expedia

Afin de booster les réservations hôtelières sur l'hiver, l'Office de Tourisme accompagne les professionnels grâce à une campagne de communication en partenariat avec les sites Voyage privé et Expedia qui se déroule depuis mi-novembre et ce jusqu'à mi-mars.

Le premier bilan au bout de 2 mois de campagne est extrêmement positif avec un chiffre d'affaires de 180 000€ et plus de 1500 nuitées générées par la campagne.

Le pic de réservations a été atteint sur la dernière semaine de décembre, pic que l'on ressent aussi dans le taux d'occupation des hôtels et dans la fréquentation à l'office de tourisme.

La majorité des réservations se fait sans surprise dans les hôtels situés autour du Vieux-Port, mais également près du Cours Julien, dans le quartier d'Euroméditerranée et sur les plages du Prado.

Contact presse
Anne Dallaporta
adallaporta@marseille-tourisme.com
06 73 86 09 78