



# CHIFFRES CLÉS / KEY FIGURES 2021

*Observatoire local du tourisme  
Tourism observatory*



[marseille-tourisme.com](http://marseille-tourisme.com)

# CHIFFRES CLÉS À RETENIR



**57 KM DE FAÇADE MARITIME**  
dont 20 km de calanques



**2<sup>È</sup> VILLE DE TOURNAGE DE FRANCE**  
385 tournages/1 059 journées



**300 JOURS DE SOLEIL PAR AN**



**2<sup>È</sup> ET PLUS ANCIENNE VILLE  
DE FRANCE**

870 000 habitants  
(estimation source INSEE 2019)

Fondée il y a 2 600 ans



**1<sup>ER</sup> PORT DE FRANCE**  
4<sup>È</sup> de Méditerranée  
7<sup>È</sup> mondial de transit  
14<sup>È</sup> mondial pour la croisière



**4 MILLIONS DE TOURISTES**  
+14% par rapport à 2020  
-20% par rapport à 2019



**350 000 CROISIÉRISTES**  
+169% par rapport à 2020  
-80% par rapport à 2019



**21 443 EMPLOIS DIRECTS**  
(données 2020)



**DANS LE TOP 100 MONDIAL**  
des destinations de congrès  
internationaux sur 1 794 villes  
classées  
(données classement ICCA 2019)



**8% DE L'ÉCONOMIE LOCALE**



**503 MANIFESTATIONS  
EN TOURISME D'AFFAIRES**

+129% par rapport à 2020  
-49% par rapport à 2019  
347 975 journées congressistes  
+261% par rapport à 2020  
-28% par rapport à 2019



**9 500 CHAMBRES**  
(hôtels et résidences hôtelières)

# KEY FIGURES TO REMEMBER



**57KM OF COASTLINE**  
Including 20km of creeks



**2<sup>ND</sup> MOST POPULAR CITY  
AS A FILMING LOCATION IN FRANCE**  
385 film shootings/1,059 days



**300 DAYS OF ANNUAL SUNSHINE**



**2<sup>ND</sup> BIGGEST AND THE OLDEST CITY  
IN FRANCE**  
with an estimated population  
of 870,000 inhabitants  
(source: INSEE 2019)  
Founded 2,600 years ago



**THE N°1 LEADING PORT IN FRANCE**  
4<sup>th</sup> in the Mediterranean  
7<sup>th</sup> among the world's transit ports  
14<sup>th</sup> among the world's cruise ports



**4 MILLION TOURISTS**  
+ 14% compared to 2020  
- 20% compared to 2019



**8% OF THE LOCAL ECONOMY**



**350,000 CRUISE PASSENGERS**  
+ 169% compared to 2020  
- 80% compared to 2019



**503 MICE EVENTS**  
+129% compared to 2020  
-49% compared to 2019  
347,975 conference days  
+261% compared to 2020  
-28% compared to 2019



**21,443 DIRECT JOBS GENERATED**  
(2020 figures)



**9,500 ROOMS TO STAY IN**  
(In hotels and apartment hotels)



**RANKED AMONG  
THE WORD'S TOP100**  
of the best global conference  
destinations  
(as ranked ICCA 2019)



## UNE ANNÉE 2021 COMPLIQUÉE MAIS POSITIVE

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 et confirment la validité des axes forts de la stratégie de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille menée depuis un an.

- Consolider le positionnement de Marseille 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 maîtrisés et rassurants pour nos visiteurs.

2021 nous a montrés 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 Evénements qui nous attendent en 2023 avec la Coupe du Monde de Rugby et 2024 avec Les jeux Olympiques.

Et même si 2022 s'ouvre sous un climat géo-politique compliqué et une crise sanitaire plus discrète mais toujours présente, 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 sur ce territoire.

**Marc THEPOT**

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

# EDITORIAL



## 2021 WAS A CHALLENGING BUT POSITIVE YEAR

The year ended with a contrasted situation across the whole of France, but 2021 clearly brought to light the advantages and attractiveness of Marseille and its surrounding region as a major tourist destination in France. Everyone involved in the area, whether private or public organisations, worked together in a collective and concerted manner, making 2021 a promising year for professionals. Despite 3 months of closure at the beginning of the year, performance was outstanding and confirms that the major objectives of the strategy led by Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau over the past year, have been met.

- Consolidate Marseille's role in Sustainable and Responsible Tourism.
- Structure a tourism offer that showcases the range of experiences on offer in this city.
- Position the city as an attractive, multifaceted destination that is easy to access, close to its inhabitants and a diversified metropolis that is undergoing urban regeneration.
- Become a destination in its own right, which has managed to become a destination of choice for local, regional and national visitors, through active, modern communication strategies, while international visitors struggled to come back due to the global pandemic.
- Become a safe destination with adapted health & safety measures that are now firmly in place and reassure visitors.

2021 showed us the merits of « Working Together » and this approach created strong, coordinated links between the various players, putting us in a strong position for the Major Events of 2023, including the Rugby World Cup, and then the Olympic Games in 2024.

Even if 2022 began with a complicated geopolitical climate, and a health crisis that was more discreet but still present nonetheless, the 2021 figures remind us of how lucky we are to be able to operate collectively, with committed and responsible players working in the local tourism industry.

Marc Thepot

President of the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau



MONUMENT AUX MORTS DE L'ARMEE D'ORIENT ET DES TERRES LOINTAINES

# SOMMAIRE CONTENT

- 9** Place du tourisme dans l'activité marseillaise  
*Role of tourism in Marseille's economic activity*
- 12** Hébergement touristique  
*Tourist accommodation*
- 32** Transports  
*Transport*
- 50** Croisière et grande plaisance  
*Cruise ship and large yachts*
- 56** Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille  
*Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau*
- 100** Industrie des Rencontres Professionnelles  
*Professional conferences and meetings*
- 118** Musées, sites et expositions  
*Museums, sites and exhibitions*
- 124** Activités touristiques  
*Tourist activities*
- 134** Grands équipements  
*Large facilities*
- 136** Espaces naturels  
*Natural areas*
- 138** Ports de plaisance  
*Yacht harbours*



Film / Movie  
MICE



Film / Movie  
Marseille



NOTRE-DAME DE LA GARDE VUE DEPUIS L'INTERCONTINENTAL MARSEILLE - HOTEL DIEU

# 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 2021 Marseille a accueilli :

4 millions de touristes ayant séjourné en hébergement marchand et non marchand.  
+14 % par rapport à 2020 et -20% par rapport à 2019.

350 000 croisiéristes.  
+169% par rapport à 2020  
-80% par rapport à 2019

L'impact économique du tourisme est estimé à **8% de l'économie locale** et à générée 21 443 emplois directs (données 2020).

### TAXE DE SÉJOUR EN 2021

En 2021, le produit de la taxe de séjour collectée s'élève à **6 802 689 €** (\*) dont 616 681 € de taxe départementale additionnelle collectés entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 2021.

Cela représente une hausse de **1 092 323 € (+19.1%)** par rapport à 2020 et une hausse de **126 701 € (+1.9%)** par rapport à 2019.

### In 2021 Marseille welcomed:

4 million tourists who stayed in commercial and non-commercial accommodation.  
+ 14% compared with 2020 and - 20% compared to 2019.

350,000 visitors arriving on cruise ships.  
+ 169% compared with 2020  
- 80% compared to 2019

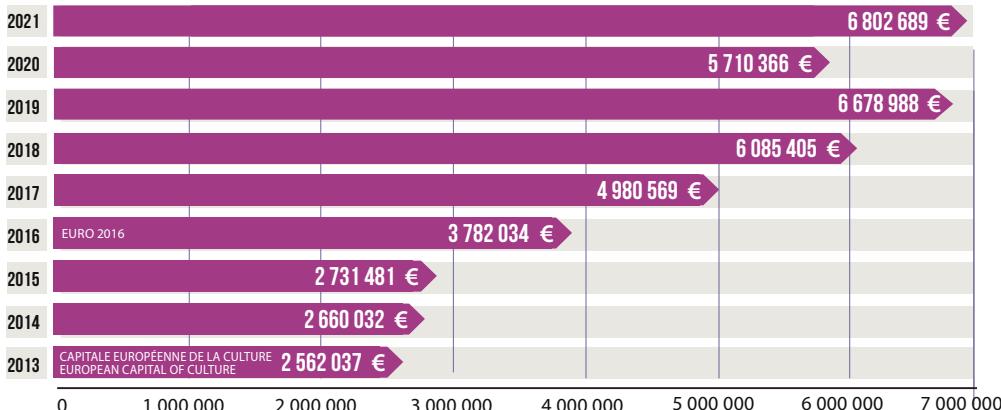
The economic impact of tourism in Marseille is estimated at **8% of the local economy** and it has generated 21,443 direct jobs (key figures 2020).

### TOURIST TAX IN 2021

In 2021, the total of amount of tourist tax collected rose to **€6,802,689** (\*), including €616,681 of additional departmental tax on the tourist tax, collected between January 1<sup>st</sup> and December 31<sup>st</sup> 2021.

This represents an increase of **€1 092 323 (+19.1%)** compared with 2020 and an increase of **126 701 € (+1.9%)** compared with 2019.

### EVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE DE 2013 À 2021 DEVELOPMENT OF TOURIST TAX IN MARSEILLE FROM 2013 TO 2021



(\*) Données comptables dernier trimestre n-1 jusqu'au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'année n / (\*) Accounting Data for last quarter n-1 to 3<sup>rd</sup> quarter of year n  
SOURCE VILLE DE MARSEILLE – REGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE – CITY TAX AUTHORITY

Informations : [www.taxedesejour.ofeaweb.fr](http://www.taxedesejour.ofeaweb.fr)

**RÉPARTITION PAR TYPE D'HÉBERGEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE EN 2019, 2020, 2021**  
**DISTRIBUTION OF TOURIST TAX BY ACCOMMODATION TYPE IN MARSEILLE IN 2019, 2020, 2021**

TYPE ET CLASSEMENT PAR HÉBERGEMENT TYPE AND CLASSIFICATION BY ACCOMMODATION	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2019 2019 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2020 2020 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2021 2021 TOURIST TAX AMOUNT
HÔTEL 1*	€ 104,945	€ 43,874	€ 46 910,77
HÔTEL 2*	€ 541,260	€ 268,587	€ 354 877,23
HÔTEL 3*	€ 1,487,870	€ 630,227	€ 1 122 319,39
HÔTEL 4*	€ 1,734,241	€ 1,144,242	€ 1 704 573,50
HÔTEL 5*	€ 461,699	€ 218,446	€ 330 752,40
HÔTEL NON CLASSE UNCLASSIFIED HOTEL	€ 128,510	€ 90,458	€ 94 196,29
MEUBLÉ DE TOURISME 1* VACATION RENTAL 1*	€ 5,681	€ 5,272	€ 7 727,30
MEUBLÉ DE TOURISME 2* VACATION RENTAL 2*	€ 27,022	€ 17,754	€ 9 568,35
MEUBLÉ DE TOURISME 3* VACATION RENTAL 3*	€ 12,694	€ 11,693	€ 8 271,45
MEUBLÉ DE TOURISME 4* VACATION RENTAL 4*	€ 3,003	€ 585	€ 523,28
MEUBLÉ DE TOURISME NON CLASSE <sup>(**)</sup> UNCLASSIFIED VACATION RENTAL	€ 1,147,351	€ 2,654,254	€ 2 324 914,76
AIRBNB	-	€ 2,527,350	€ 1 491 829,20
AUTRES OTHERS	-	€ 243,786	€ 294,386
MEUBLÉ PRÉFECTURE PREFECTURE RENTAL	€ 94,991	€ 53,303	€ 53 310,24
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 2* HOTEL RESIDENCE 2*	€ 2,151	€ 1,467	€ 1 424,61
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 3* HOTEL RESIDENCE 3*	€ 656,463	€ 420,240	€ 490 925,74
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 4* HOTEL RESIDENCE 4*	€ 75,548	€ 54,884	€ 109 067,92
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE NON CLASSE UNCLASSIFIED HOTEL RÉSIDENCE	€ 155,493	€ 46745	€ 57 088,42
AUBERGE COLLECTIVE GROUP LODGE	-	€ 236	€ 17,106,3
CHAMBRE D'HÔTES 1* BED AND BREAKFAST 1*	€ 3,380	€ 809	€ 48,14
CHAMBRE D'HÔTES 2* BED AND BREAKFAST 2*	€ 2,451	€ 643	€ 499,66
CHAMBRE D'HÔTES 3* BED AND BREAKFAST 3*	€ 790	€ 194	€ 288,01
CHAMBRE D'HÔTES 4* BED AND BREAKFAST 4*	€ 267	-	-
CHAMBRE D'HÔTES NON CLASSE UNCLASSIFIED BED AND BREAKFAST	€ 16,614	€ 6,244	€ 7269,14
PORT DE PLAISANCE YACHT HARBOR	€ 13,564	€ 40,200	€ 60 828,29
CAMPING CAMP SITE	-	-	€ 147,84
<b>TOTAL</b>	<b>€ 6,675,988</b>	<b>€ 5,710,366</b>	<b>€ 6 802 689,63</b>

SUR L'EXERCICE 2021, AIR BNB A COLLECTÉ ET REVERSÉ 1 491 829,20 €. BOOKING A COLLECTÉ ET REVERSÉ 133 351,18 €.  
 FOR THE YEAR 2021, AIRBNB COLLECTED AND CONTRIBUTED €1,491,829.20 BOOKING COLLECTED AND CONTRIBUTED €133,351.18

(\*\*) Données comparables dernier trimestre n-1 jusqu'au 3<sup>ème</sup> trimestre de l'année n  
 (\*\*) Accounting comparable data for last quarter n-1 to 3<sup>rd</sup> quarter of year n  
 (\*\*) This category includes revenue from online booking platforms.

## EMPLOI ET ÉTABLISSEMENTS DE TOURISME À MARSEILLE EN 2021<sup>(\*)</sup>

\*Données URSSAF-ACOSS communiquées arrêtées au 31 décembre pour l'année n-1.

En 2020 (\*), Marseille compte :

**21 443** emplois dans le tourisme contre 23 041 en 2019 soit une baisse de **7%**.

**65%** des emplois salariés touristiques se concentrent dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration.

La part de l'emploi touristique dans l'emploi salarié privé total de la ville en 2020 (250 830 emplois) est de **8,5%** contre 9,2% en 2019.

**3 429** établissements de tourisme, contre 3 450 en 2019 (**-0,6%**).



VIEUX-PORT

© JOURNAL MÉTRO

## RÉPARTITION DE LA FILIÈRE TOURISME-ART DE VIVRE EN 2019 ET 2020 BREAKDOWN OF THE ART-OF-LIVING TOURISM SECTOR IN 2019 & 2020

MARSEILLE	2019	2020	RÉPARTITION
CULTURE CULTURE	1543	1316	6%
HÉBERGEMENT ACCOMMODATION	2643	2317	11%
LOISIRS LEISURE ACTIVITIES	1294	1101	5%
PATRIMOINE-SPÉCIALITÉS HERITAGE & SPECIALTIES	1451	1607	7%
RESTAURATION RESTAURANTS	12675	11696	55%
TOURISME D'AFFAIRES BUSINESS TOURISM	274	267	1%
TRANSPORTS TRANSPORTS	3161	3139	15%
TOURISME & ART DE VIVRE ART OF LIVING TOURISM	23041	21443	100%

## TOURISM EMPLOYMENT AND ESTABLISHMENTS IN MARSEILLE IN 2021<sup>(\*)</sup>

\*URSSAF-ACOSS data sent are as of December 31 for the year n-1.

In 2020 (\*), Marseille there were:

**21,443** jobs in tourism, compared to 23,041 in 2019, a decrease of **7%**.

**65%** of employment in tourism was concentrated in the hospitality and restaurant sectors.

The share of total employees in the private sector who worked in tourism in 2020 (250,830 jobs) was **8,5%** compared to 9,2% in 2019.

**3,429** tourist establishments, compared to 3,450 in 2019 (**-0,6%**).

# HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

## Tourist accommodation

UNE OFFRE  
ÉQUILIBRÉE  
A BALANCED  
OFFER



© MAISONS DU MONDE

### NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

#### MAISONS DU MONDE HÔTEL & SUITES MARSEILLE VIEUX-PORT \*\*\*\*

Au cœur de Marseille, sur le Vieux-Port, le Maisons du Monde Hôtel propose de vous accueillir dans un cadre contemporain : 62 chambres dont une dizaine avec vue sur le Vieux-Port, et un lobby lumineux idéal pour le coworking.

Cette 3<sup>ème</sup> adresse, de la marque Maisons du Monde Hôtel & Suites s'ancre pleinement sur le Vieux-Port. De Nantes à Marseille, en passant par la Rochelle, une atmosphère commune se dégage, dans une ambiance propre à chaque hôtel.

Pensés comme des lieux de vie, implantés en cœur de ville, ces établissements accueillent les amoureux du style et du bien-être, pour un voyage, un déplacement professionnel, du coworking ou un afterwork. Une ambiance conviviale, des services attentionnés et de l'élégance à tous les étages et à tout instant de la journée.

**Plus d'informations :**  
[marseille.maisondumondehotel.com](http://marseille.maisondumondehotel.com)

### NEW HOTELS

#### MAISONS DU MONDE HOTEL & SUITES MARSEILLE VIEUX-PORT \*\*\*\*

In the centre of Marseille, on the Vieux-Port, the Maisons du Monde Hotel welcomes guests in a contemporary-style establishment: 62 rooms, a dozen of which are overlooking the Vieux-Port, and a bright lobby which is a perfect coworking space. This third establishment from the Maisons du Monde Hotels & Suites brand has become a key feature of the Vieux-Port. From Nantes to Marseille, via La Rochelle, these hotels share the same atmosphere, with unique touches added to each one.

These establishments were designed to be pleasant, welcoming places in the city centre, appealing to guests looking for great style and wellness, for a holiday, business trip, coworking space or for a drink after work. There is a warm and inviting atmosphere, great service and elegance all around, at any time of day.

**More information:**  
[marseille.maisondumondehotel.com](http://marseille.maisondumondehotel.com)



© CHÂTEAUFORM MARSEILLE-LONGCHAMP

## CHÂTEAUFORM' MARSEILLE- LONGCHAMP\*\*\*\*

Les maisons Châteauform sont de belles demeures historiques, exclusivement dédiées aux séminaires d'entreprises et faciles d'accès depuis les métropoles européennes.

Situé en plein cœur de Marseille à 10 minutes à pied de la gare Saint-Charles et à 15 minutes du Vieux Port, cet hôtel particulier, fut longtemps la propriété de riches industriels.

Ce havre de paix, à l'atmosphère mêlant 'Art Déco' et orientalisme du Second Empire, cache en son cœur un beau jardin secret, des salons feutrés aux plafonds ouvragés, et des verrières d'époque.

Les participants sont accueillis par un couple d'hôtes dans un esprit comme à la maison, facilitant la cohésion d'équipe. A Marseille, 51 chambres élégantes et 11 salles de réunion ont été pensées comme des lieux de vie, entièrement équipées, favorisant les échanges et la réflexion dans une tranquillité absolue pour l'organisateur et les participants.

Petit plus : la visite du Musée des Beaux-Arts est incluse dans le forfait pour faire écho au thème de la maison et au dynamisme culturel de la ville de Marseille.

**Plus d'informations :**  
[www.chateauform.com](http://www.chateauform.com)

## CHÂTEAUFORM' MARSEILLE- LONGCHAMP\*\*\*\*

Châteauform Townhouse are beautiful historic dwellings, exclusively devoted to corporate events and easy to get to from big European cities.

This private mansion was for a long time owned by wealthy industrialists and is right at the heart of Marseille, just a 10-minute walk from Saint-Charles railway station and 15 minutes from the Vieux-Port.

This peaceful place decorated in an 'Art Deco' and Orientalism of the Second Empire-style has a beautiful secret garden hidden away at the core, subdued lounges with sculpted ceilings and old-fashioned skylights.

Guests will be welcomed by the owners, a couple, who will make them instantly feel at home.

In Marseille, 51 elegant rooms and 11 meeting rooms have been designed as living quarters, are fully equipped and ideal for discussion and reflection, in the most peaceful of settings, for both the organisers and participants.

Added bonus: a tour of the Musée des Beaux-Arts (Museum of Fine Arts) is included in the package, reflecting the theme of the house and Marseille's lively cultural life.

**More information:**  
[www.chateauform.com](http://www.chateauform.com)

## THE PEOPLE HOSTEL MARSEILLE Auberge de jeunesse capacité : 208 lits

The People Hostel Marseille est le premier Galerie Hostel en Europe ; allez découvrir notre lieu de programmation artistique au sous-sol ou laissez-vous tenter par un verre et des tapas typiques de la région dans notre bar-restaurant authentique !

Le célèbre graffeur GREM'S nous a fait profiter de sa vision atypique et colorée afin de sublimer nos murs offrant des lieux de vie avec du cachet, à vivre et à visiter. Après une longue journée, on a tout ce qu'il vous faut : chambres privées ou partagées, une équipe 24h/24 disponible pour vous donner ses bons plans, des bières et cocktails sélectionnés au poil à boire dans notre cour privative, du WiFi partout et tout le temps.

Idéalement située pour la visite de Marseille et de ses monuments : le Mucem a 10mn à pied, le palais du Pharo et la basilique Notre-Dame de la Garde sont respectivement situés à 2,5 et 5 km et bien entendu les premières plages sont à 15min en transports en commun.

**Plus d'informations :**  
[www.thepeoplehostel.com](http://www.thepeoplehostel.com)

## THE PEOPLE HOSTEL MARSEILLE Youth hostel with a capacity of 208 beds

The People Hostel Marseille is the first Gallery Hostel in Europe. Come and see for yourselves our art gallery in the basement, or treat yourselves to a drink and regional tapas in our authentic bar-restaurant.

Famous graffiti-artist GREM'S brought his unique, colourful vision to our walls, creating a one-of-a-kind place to come and spend time in or simply explore.

After a long day, we have everything you need: private or shared rooms, staff available 24 hours a day to tell you all about what to see and do here, carefully-selected beers and cocktails to enjoy in our private courtyard, and WiFi everywhere, at all times.

Our establishment is in the perfect location for exploring Marseille and its monuments: the Mucem is a 10-min walk away, the Palais du Pharo and Notre-Dame de la Garde basilica are just 2.5 and 5 km away, and you can get to the nearest beaches in just 15 min on public transport.

**More information:**  
[www.thepeoplehostel.com](http://www.thepeoplehostel.com)

## OFFRE MARSEILLAISE PAR TYPE D'HÉBERGEMENT MARSEILLE OFFER 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	78	6411	14 153
HÔTELS NON CLASSÉS NON-CLASSIFIED HOTELS	26	677	1 452
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>7088</b>	<b>15 605</b>



©PEOPLE HOSTEL

CHAMBRE PEOPLE HOSTEL

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	7	392
2 ÉTOILES 2 STARS	1	125
3 ÉTOILES 3 STARS	14	1 446
4 ÉTOILES 4 STARS	2	268
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>2 231</b>

AUTRES HÉBERGEMENTS OTHER ACCOMMODATION	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS NUMBER OF ESTABLISHMENTS	CAPACITÉ CAPACITY
AUBERGES DE JEUNESSE YOUTH HOSTELS	4	618
VILLAGE DE VACANCES HOLIDAY VILLAGES	1	366

## OFFRE MARSEILLAISE PAR CATÉGORIE D'HÔTEL MARSEILLE OFFER BY HOTEL CATEGORY

CATÉGORIES 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	CAPACITÉ TOTALE TOTAL CAPACITY
1 ÉTOILE 1 STAR	2	2,6%	116	1,8%	276
2 ÉTOILES 2 STARS	19	24,4%	1392	21,7%	3 251
3 ÉTOILES 3 STARS	32	41%	2256	35,2%	4 679
4 ÉTOILES 4 STARS	21	26,9%	2283	35,6%	5 130
5 ÉTOILES 5 STARS	4	5,1%	364	5,7%	817
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>	<b>6 411</b>	<b>100%</b>	<b>14 153</b>

SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE, DONNÉES AU 31 DÉCEMBRE 2020  
MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU, DATA AS OF DECEMBER 31<sup>st</sup>, 2020

## EVOLUTION DU PARC HOTELIER 2011-2021 DEVELOPMENTS IN THE HOTEL SECTOR

### EVOLUTION 2011 À 2021 DU PARC HÔTELIER CLASSÉ DEVELOPMENTS MADE BETWEEN 2011 TO 2021 FOR CLASSIFIED

ANNÉES YEARS	NOMBRE D'HÔTELS CLASSÉS NUMBER OF HOTEL CLASSIFIED	NOMBRE DE CHAMBRES NUMBER OF ROOMS
2021	78	6411
2020	83	6436
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

SOURCE : OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE, DONNÉES AU 31 DÉCEMBRE 2021  
MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU,  
DATA AS OF DECEMBER 31<sup>st</sup>, 2021



NHOW

© NHOW

### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CHAMBRES D'HÔTEL PAR CATÉGORIE DE 2011 À 2021 CHANGES IN THE NUMBER OF HOTEL ROOMS PER ESTABLISHMENT RATING FROM 2011 TO 2021

ANNÉES YEARS	NOMBRE DE CHAMBRES PAR CATÉGORIE / NUMBER OF ROOMS PER CATEGORY				
	1*	2*	3*	4*	5*
2021	116	1392	2256	2283	364
2020	101	1554	2284	2273	364
2019	101	1554	2284	2273	364
2018	101	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

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

## En 10 ans le parc hôtelier s'est étoffé mais surtout équilibré en termes de gamme.

L'accueil de grands événements 2013 (Capitale Européenne de la Culture), 2016 (UEFA Euro 2016)..., a contribué à hisser Marseille parmi les destinations les plus dynamiques en nouvelles implantations hôtelières.

## PERFORMANCES HOTELIÈRES À MARSEILLE EN 2021 MARSEILLE PERFORMANCE OF HOTELS IN 2021

En 2021, l'ensemble des performances est en hausse par rapport à 2020 en raison de la reprise du trafic aérien et une clientèle domestique toujours très présente, additionnées aux vacances scolaires qui ont drainé des nuitées de loisirs supplémentaires. Toutefois, les taux d'occupation de tous les créneaux restent en deçà des niveaux de l'année 2019. Ce retard a continué d'impacter les RevPAR qui affichent un retour oscillant entre -9,3% (super-économique) à -25,1% (économique). Les facteurs de baisse diffèrent en fonction des gammes :

- Les hôtels **super-économiques et les résidences** ont été les plus résilients du marché avec des taux d'occupation supérieurs à 60% (respectivement 62,5% et 64,6%). Cette résilience est principalement due à une moindre dépendance de la clientèle internationale. Sur l'ensemble de l'année, les hôtels super-économiques et les résidences ont capitalisé sur des prix attractifs auprès de la clientèle.

- Les hôtels **économiques** connaissent peu ou prou la même évolution de leurs taux d'occupations que les hôtels **haut de gamme**, un recul d'environ 21 points en comparaison à l'année 2019. En effet, ces deux créneaux sont impactés par le non-retour d'une clientèle d'affaires issue d'activités tertiaires et des entreprises « grands comptes » ayant mis en place de manière généralisée le télétravail. De plus, les hôtels économiques ont été moins plébiscités par rapport aux hôtels super-économiques en raison du critère prix davantage prégnant en cette année 2021.

## In 10 years, hotel properties have increased in number but the category range has also become more balanced.

The hosting of major events in 2013 (European Culture Capital), 2016 (UEFA Europa 2016), etc. helped to place Marseille among the most dynamic destinations in terms of new hotel facilities.

In 2021, performance increased all-round as compared to 2020, due to the recovery of air traffic and a still significant domestic customer base, combined with the school holiday periods where a rise in tourism overnight stays was recorded. However, the occupancy rates for all periods of the year remain lower than the levels recorded in 2019. This gap continued to affect the RevPAR with a return ranging between -9.3% (super budget) and -25.1% (budget). The reasons for this decrease differ depending on the categories:

- **Super budget hotels and holiday apartment buildings** were the most resilient of the market, with occupancy rates of over 60% (62.5% and 64.6% respectively). This resilience is mainly due to their low dependence on international guests. For the whole year, super budget hotels and holiday apartment buildings capitalised on affordable prices for guests.

- **Budget hotels** experienced more or less the same evolution in their occupancy rates as **luxury** hotels, recording a decrease of around 21 points compared to 2019. These two categories of accommodation were in fact impacted by the lack of corporate guests from the services sector and 'key account' companies who had implemented a working-from-home policy for much of the year. Budget hotels were also less popular than super budget hotels due to the cost advantage offered by the latter for the year 2021.

**PERFORMANCES HÔTELIÈRES CUMULÉES DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021 - VILLE DE MARSEILLE**  
**HOTEL CUMULATIVE PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021 - CITY OF MARSEILLE**

	Taux d'occupation Occupancy rate			Prix Moyen Average price			RevPAR		
	2021	Evol. vs 2020 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2021	Evol. vs 2020 (en %)	Evol. vs 2019 (en %)	2021	Evol. vs 2020 (en %)	Evol. vs 2019 (en %)
<b>SUPER-ÉCONOMIQUE SUPER BUDGET</b>	62,5%	13,3	-10,5	52,9 €	8,5%	5,8%	33,1 €	37,8%	-9,3%
<b>ÉCONOMIQUE BUDGET</b>	51,3%	14,8	-20,8	73,3 €	9,4%	5,2%	37,6 €	54%	-25,1%
<b>MILIEU DE GAMME MID-RANGE</b>	49,9%	17,2	-17,1	103,9 €	13%	6,2%	51,9 €	72,6%	-20,9%
<b>HAUT DE GAMME TOP OF THE RANGE</b>	46,9%	14,9	-20,6	179,7 €	19,5%	16,1%	84,3 €	74,9%	-19,3%
<b>RÉSIDENCES RESIDENCES</b>	64,6%	14,6	-11,7	60,8 €	5,6%	1,7%	39,2 €	36,5%	-13,9%
<b>GLOBAL/ OVERALL</b>	<b>54,7%</b>	<b>14,8</b>	<b>-16,5</b>	<b>87,7 €</b>	<b>15,3%</b>	<b>5,5%</b>	<b>47,9 €</b>	<b>58,3%</b>	<b>-19%</b>

SOURCE : BASE DE DONNÉES MKG CONSULTING - NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 82 HÔTELS REPRÉSENTANT 7 647 CHAMBRES.

SOURCE: MKG CONSULTING DATABASE - NB: THE SAMPLE COMPRISSES 82 HOTELS, REPRESENTING 7,647 ROOMS.

- Le segment **milieu de gamme** enregistre un taux d'occupation de 49,9%. Le créneau affiche naturellement une hausse de sa fréquentation par rapport à 2020 (+17,2 points), bénéficiant toujours du retour de la clientèle d'affaires mais les hôtels milieu de gamme peinent également à revenir aux performances de 2019.

- Le segment **haut de gamme** affiche le taux d'occupation le plus bas toutes catégories confondues. Les hôtels de ces créneaux sont encore impactés par l'absence de la clientèle étrangère très présente habituellement au sein de ces hôtels.

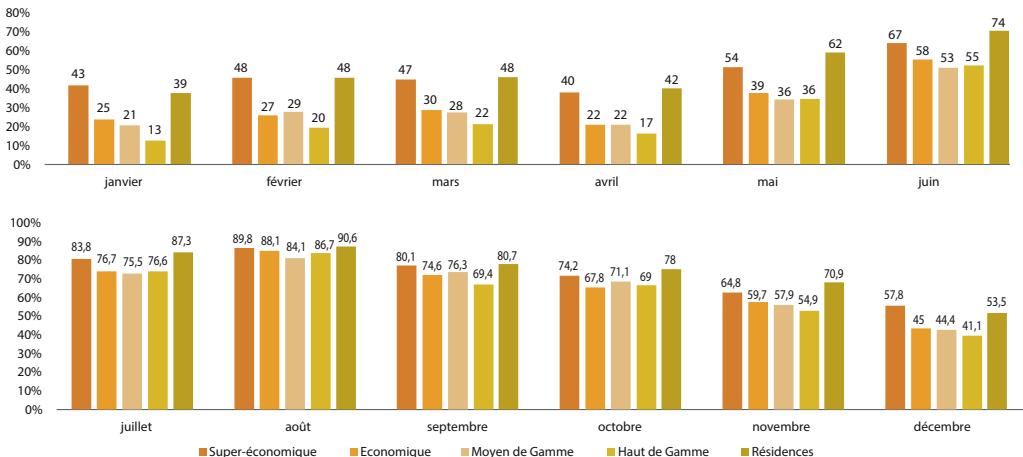
A noter également des prix moyens en hausse par rapport aux taux d'occupation. En effet, les hôteliers ont essayé de maintenir un prix moyen équivalent à 2019 afin de limiter au mieux la baisse du RevPAR.

- For the **mid-range** segment, an occupancy rate of 49.9% was recorded. This range obviously experienced an increase in the number of guests as compared to 2020 (+17.2 points), thanks to the return of guests travelling for professional reasons, but the mid-range hotels are also struggling to get back to the level of performance achieved in 2019.

- The **top of the range** segment recorded the lowest occupancy rate of all the ranges. The hotels in this range are still impacted by the absence of foreign guests who usually stay at these hotels.

It should also be noted that the average prices increase with occupancy rate. Hotel managers have tried to keep average prices at the same level as 2019 in an effort to limit the decrease in RevPAR as much as possible.

## TAUX D'OCCUPATION 2021 MOIS PAR MOIS VILLE DE MARSEILLE (PAR CATÉGORIE) CITY OF MARSEILLE 2021 MONTH-BY-MONTH OCCUPANCY RATE (PER CATEGORY)



SOURCE:: BASE DE DONNÉES MKG CONSULTING - NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 82 HOTELS REPRÉSENTANT 7 647 CHAMBRES.  
SOURCE: MKG CONSULTING DATABASE - NB: THE SAMPLE COMPRISES 82 HOTELS, REPRESENTING 7,647 ROOMS.

## PERFORMANCES HÔTELIÈRES 2021 COMPARÉES AVEC D'AUTRES VILLES FRANÇAISES (HÔTELS + RÉSIDENCES) 2021 HOTEL PERFORMANCES COMPARED WITH OTHER FRENCH CITIES (HOTELS AND RÉSIDENCES)

	Taux d'occupation/ Occupancy rate			Prix moyen Average price			RevPAR		
	2021	Evol. vs 2020 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2021	Evol. vs 2020 (en %)	Evol. vs 2019 (en pts)	2021	Evol. vs 2020 (en %)	Evol. vs 2019
BORDEAUX	49,2%	13,2	-24	79,7 €	11,1%	-4,9%	39,2 €	51,8%	-36,1%
LYON	48,7%	14,8	-22	88,1 €	12,8%	-4,3%	42,9 €	62,2%	-34,2%
MONTPELLIER	52,5%	16,4	-19,7	79,8 €	7,1%	3%	41,9 €	55,6%	-25,6%
NICE	38,9%	10,3	-28,5	159,5 €	30,3%	2,4%	62 €	77,5%	-41%
TOULOUSE	41,4%	9	-25,2	74,9 €	7,5%	-6,2%	31 €	37,5%	-41,7%
MARSEILLE	<b>54,7%</b>	<b>14,8</b>	<b>-16,5</b>	<b>87,7 €</b>	<b>15,3%</b>	<b>5,5%</b>	<b>47,9 €</b>	<b>58,3%</b>	<b>-19%</b>

PM ET REVPAR SONT EN HT - NOTE: NOTE: LES PERFORMANCES SONT PRÉSENTÉES À L'ÉCHELLE DES VILLES  
AVERAGE PRICE AND REVPAR ARE INDICATED BEFORE TAX - NB: PERFORMANCES ARE PRESENTED AT MUNICIPAL LEVEL.

**En 2021, les hôtels et résidences de la ville de Marseille enregistrent un taux d'occupation supérieur aux autres villes françaises comparées, avec un taux d'occupation global supérieur d'environ 55 %.**

En 2021 les destinations balnéaires et urbaines telles que Montpellier, Marseille ou Bordeaux sont celles qui affichent les reprises les plus rapides.

**In 2021, the hotels and holiday apartment buildings in the city of Marseille recorded a higher occupancy rate than a selection of other French cities, with a high overall occupancy rate of around 55%.**

In 2021, seaside and urban destinations such as Montpellier, Marseille and Bordeaux recorded the fastest recovery.



## BAR LE DANTÈS – SOFITEL VIEUX-PORT

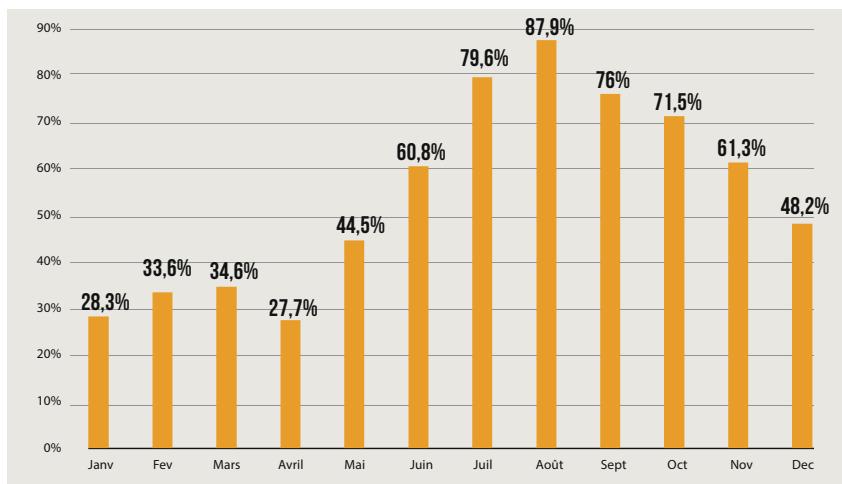
Ces destinations cumulent les atouts économiques et d'agrément propices à la venue de la clientèle domestique. En revanche les destinations fortement dépendantes de la clientèle étrangère telle que Paris affichent encore des niveaux de remplissage relativement bas en 2021 (35,1% de taux d'occupation et 142,8€ de prix moyen).

Les agglomérations de Toulouse et Nice restent néanmoins affectées par l'absence de la clientèle internationale de loisirs et la stagnation du secteur aéronautique (pour Toulouse principalement). Ainsi, les résultats d'occupation s'établissent à un niveau similaire, de 40% environ, en hausse respective de 9,0 points et 10,3 points par rapport à 2020.

These destinations have so much to offer in terms of economic and leisure assets, that domestic visitors find particularly appealing. However, destinations that rely heavily on foreign visitors such as Paris still recorded relatively low occupancy rates for 2021 (35.1% occupancy rate and an average price of €142.8).

The urban areas of Toulouse and Nice remain affected by the absence of foreign visitors for leisure activities, and by the stagnation of the aeronautical industry (for Toulouse mainly). They therefore recorded similar occupancy rates, around 40%, an increase of 9 and 10.3 points respectively as compared to 2020.

## TAUX D'OCCUPATION MOIS PAR MOIS MARSEILLE 2020 MARSEILLE 2020 OCCUPANCY RATE PER MONTH



SOURCES MKG\_DESTINATION, BILAN ANNUEL 2021 MARSEILLE - PERFORMANCES RÉALISÉES DU 1 JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021  
NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 82 HOTELS REPRÉSENTANT 7 647 CHAMBRES.

SOURCES MKG\_DESTINATION, 2021 YEARLY RESULTS MARSEILLE - PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021  
NB: THE SAMPLE COMPRIMES 82 HOTELS, REPRESENTING 7,647 ROOMS.

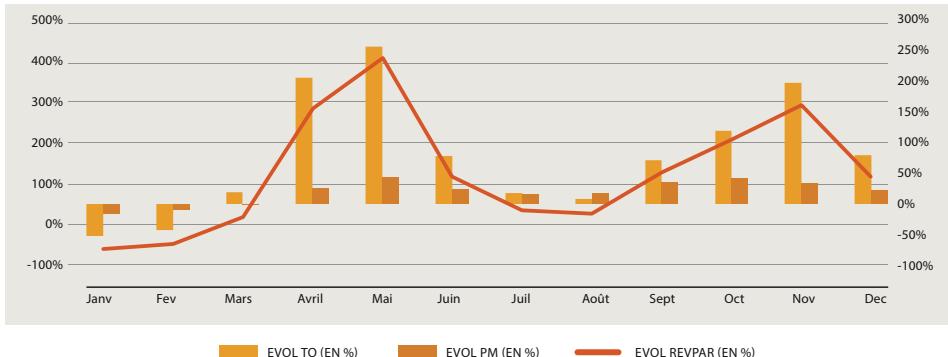
**En 2021, les performances hôtelières de Marseille ont, une nouvelle fois, fortement fluctué au fil des mois en fonction des évolutions du contexte sanitaire, national et international. Globalement, l'année 2021 a été marquée par une lente reprise des performances de l'hôtellerie vers des niveaux avant crise sanitaire. Plusieurs périodes se détachent :**

- **Les périodes de janvier à mai 2021** ont été encore très impactées par les restrictions sanitaires. Les mois d'avril et de mai ont notamment connu une baisse en raison de la mise en place d'un confinement national. Marseille n'a ainsi pas pu profiter des périodes de vacances scolaires, un secteur événementiel encore à l'arrêt et une limitation des déplacements professionnels.
- A partir de **juin**, l'hôtellerie Marseille témoigne d'une légère reprise de l'activité en raison de l'assouplissement des mesures propices aux déplacements professionnels.
- Les mois de **juillet et août** observent des taux d'occupation très satisfaisants (respectivement 79,6% et 87,9%) grâce à la clientèle française qui a fortement répondu présente; et ce sur l'ensemble du littoral méditerranéen. La destination Marseille fut l'une des plus attractives durant l'été 2021 notamment au mois d'août qui affiche une hausse du taux d'occupation par rapport à août 2019.
- Le mois de **septembre** est marqué par le reliquat de clientèle de loisirs et le retour de la clientèle d'affaires.
- Les performances du **dernier trimestre de 2021** se sont améliorées par rapport à l'année précédente, grâce à une demande loisirs restant toujours solide pendant les périodes de vacances (Toussaint puis Saint-Sylvestre) et une demande affaires progressant peu à peu.

**In 2021, performances in Marseille's hotel industry fluctuated once again from month to month, depending on how the health situation evolved, both on a national and international level. Overall, the year 2021 witnessed slow recovery of performances in the hotel industry towards levels recorded before the pandemic. Several periods stand out from the rest:**

- **January to May 2021** were still strongly impacted by the health & safety restrictions in place. In April and May, there was a decrease due to a national lockdown. Marseille was not able to take advantage of the French school holidays with an events sector that was still not up and running and a limit on travelling for business.
- From **June**, the hotel industry in Marseille recorded a slight improvement in their activity thanks to the easing of measures related to travelling for business.
- In **July and August**, very satisfactory occupancy rates were recorded (79.6% and 87.9% respectively) thanks to French visitors who came to the area in mass, and to the whole Mediterranean coastline. Marseille was one of the most attractive destinations for summer 2021, especially in August, for which occupancy rates were even higher than in August 2019.
- The month of **September** saw the arrival of the remainder of holidaymakers, as well as the return of corporate visitors.
- The performances for the **last quarter of 2021** were an improvement on the previous year, thanks to constant demand from holidaymakers during holiday periods (All Saint's Day and then the end of year holidays), and corporate demand started to increase progressively.

## EVOLUTION DES PERFORMANCES HÔTELIÈRES CUMULÉES DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021 VS 2020 MARSEILLE EVOLUTION OF HOTEL CUMULATIVE PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021 VS 2020 MARSEILLE



SOURCES MKG\_DESTINATION, BILAN ANNUEL 2021 MARSEILLE - PERFORMANCES RÉALISÉES DU 1 JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021  
NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 82 HÔTELS REPRÉSENTANT 7 647 CHAMBRES.

SOURCES MKG\_DESTINATION, 2021 YEARLY RESULTS MARSEILLE - PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021  
NB: THE SAMPLE COMPRISSES 82 HOTELS, REPRESENTING 7,647 ROOMS.

- Ce graphique présente les performances mois par mois pour chaque indicateur (TO, PM & RevPAR) par rapport à l'année 2020. 0 étant la valeur de référence de l'année n-1.

- Les bons résultats du 2<sup>ème</sup> semestre, portés par une bonne saison estivale, ainsi que le retour progressif de la clientèle d'affaires depuis la rentrée de septembre, participent à l'évolution du taux d'occupation, du prix moyen et du RevPAR des hôtels de Marseille.

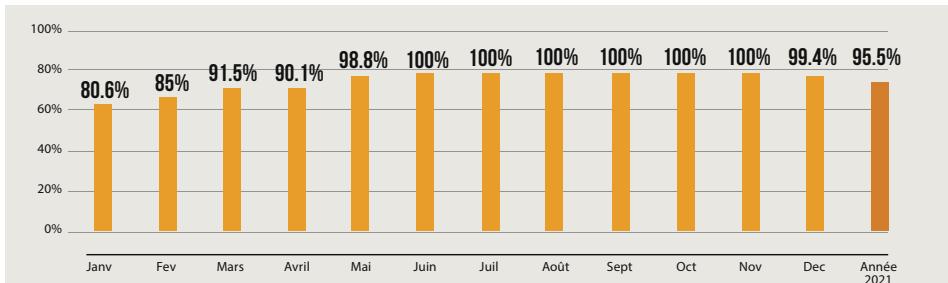
- Le prix moyen progresse par rapport aux 2 années précédentes, grâce au double effet de la hausse du taux d'occupation et du prix moyen.

- This graph shows the monthly performances for each indicator (Occupancy Rate (TO), Average Price (PM) & RevPAR) as compared to 2020. 0 being the reference value for year n-1.

- The evolution of the occupancy rate, the average price and the RevPAR for the hotels of Marseille can be explained by the satisfactory results from the second half of the year, driven by a successful summer season and the progressive return of corporate visitors from September onwards.

- An increase was recorded in the average price compared to the 2 previous years, thanks to the dual effect triggered by the increasing occupancy rate and the average price.

## TAUX D'OUVERTURE MOIS PAR MOIS DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE MARSEILLE OPENING RATES MONTH BY MONTH FROM 1 JANUARY TO 31 DECEMBER MARSEILLE



SOURCES MKG\_DESTINATION, BILAN ANNUEL 2021 MARSEILLE - PERFORMANCES RÉALISÉES DU 1 JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021  
NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 82 HÔTELS REPRÉSENTANT 7 647 CHAMBRES.

SOURCES MKG\_DESTINATION, 2021 YEARLY RESULTS MARSEILLE - PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021  
NB: THE SAMPLE COMPRISSES 82 HOTELS, REPRESENTING 7,647 ROOMS.

- En 2021, le taux d'ouverture des hôtels de Marseille s'établit à 95,5%. Durant la saison estivale et jusqu'en novembre tous les établissements étaient ouverts.

- Les performances hôtelières de l'année 2020 ont été marquées par la crise sanitaire et ont ainsi subi les restrictions interdisant ou limitant fortement les déplacements. C'est pourquoi, le taux d'ouverture des hôtels atteignait seulement 86% en 2020.

- L'année 2021 a connu un début d'année encore marqué par les restrictions liées à la crise sanitaire. Cependant, à partir du deuxième trimestre, une reprise du secteur de l'hôtellerie est observée grâce à un retour de la clientèle d'affaires et de l'événementiel, complété par une augmentation de la clientèle loisirs présente pendant les vacances scolaires et les week-ends.

#### PERFORMANCES HÔTELIÈRES QUOTIDIENNES CUMULÉES DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE

SEMAINE/WEEK-END MARSEILLE

DAILY HOTEL CUMULATIVE PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER FOR WEEKDAYS/WEEKENDS IN MARSEILLE

PÉRIODE / PERIOD	Taux d'occupation Occupancy rate			Prix moyen Average price			REVPAR		
	2021	Evol. vs 2020 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2021	Evol. vs 2020 (en %)	Evol. vs 2019 (en pts)	2021	Evol. vs 2020	Evol. vs 2019
SEMAINE WEEK	57,7%	12,3	-17,6	88,1	14,4%	2%	50,9	45,2%	-21,8%
WEEK-END	52,8%	13,4	-12,1	93,1	19,5%	12,6%	49,1	60,3%	-8,4%
GLOBAL	55,6%	12,7	-15,3	90,2	16,5%	6,2%	50,1	51,1%	-16,7%



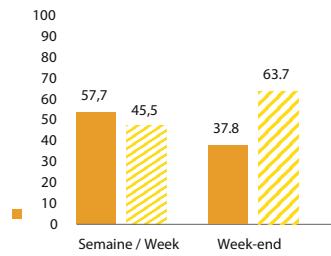
© FONLIA

- In 2021, the opening rate for hotels in Marseille was 95.5%. During the summer season and until November, all establishments were open.

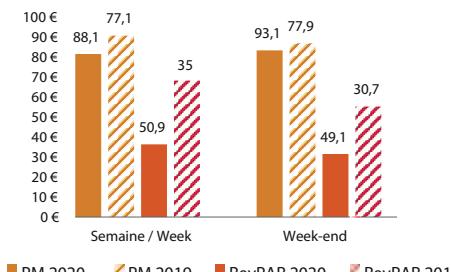
- The performances in the hotel industry for 2020 were heavily impacted by the pandemic and also suffered from the restrictions that limited or even prohibited travelling. That is why the opening rate for hotels only reached 86% for 2020.

- The beginning of 2021 was still impacted by the restrictions caused by the pandemic. However, from the second quarter onwards, the hotel industry was revived thanks to the return of corporate visitors and those from the events industry, combined with an increase of holidaymakers during the school holidays and at weekends.

## TAUX D'OCCUPATION EN (%) OCCUPANCY RATE (%)



## PRIX MOYENS ET REVPAR EN € (HT) AVERAGE PRICE AND REVPAR IN € (EXCL. TAXES)



SOURCES MKG\_DESTINATION, BILAN ANNUEL 2021 MARSEILLE - PERFORMANCES RÉALISÉES DU 1 JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021

NOTE: L'ÉCHANTILLON EST COMPOSÉ DE 54 HOTELS REPRÉSENTANTS 595 CHAMBRES.

SOURCES MKG\_DESTINATION, 2021 YEARLY RESULTS MARSEILLE - PERFORMANCES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021

NB: THE SAMPLE COMPRISSES 54 HOTELS, REPRESENTING 5,595 ROOMS.

Le taux d'occupation semaine et week-end reste nettement inférieur par rapport à 2019 mais en hausse par rapport à 2020. Les effets du retour de la clientèle d'affaires sur les indicateurs hôteliers se faisant ressentir seulement depuis le deuxième semestre.

Par ailleurs, l'écart entre le taux d'occupation semaine et week-end demeure moins élevé en 2021 (-4,9 points) par rapport à 2020 (-6,2 points) grâce à une très bonne activité hôtelière durant la période estivale ne distinguant pas les jours de semaine et de week-end.

Les prix moyens sont généralement plus élevés en week-end.

La progression du prix moyen par rapport à 2019 est plus importante en week-end (+12,6%) qu'en semaine (+2,0%), témoignant de l'importance de la clientèle individuelle de loisirs dans la reprise du marché hôtelier de Marseille.

Le RevPAR weekend de 2021 est à moins 10% de son niveau de 2019 contre un delta de plus de 20% en semaine.

The occupancy rate for both the week and weekend remained significantly lower than for 2019, but were up as compared to 2020. It was only from the second half of the year that the return of corporate visitors began to have an effect on indicators for the hotel industry.

Furthermore, the gap between the occupancy rate in the week and at the weekend was lower in 2021 (-4.9 points) than in 2020 (-6.2 points) thanks to satisfactory activity for the hotel industry during the summer period where weekdays and weekends were treated equally.

Average prices are generally higher at the weekend.

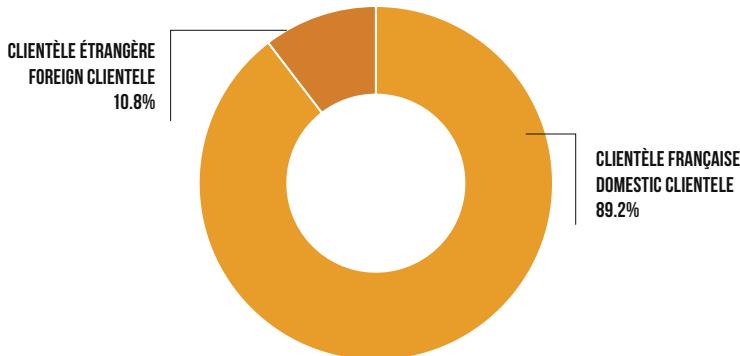
The progression of the average price in relation to 2019 was higher for weekends (+12.6%) than for weekdays (+2.0%), which is evidence of the importance of individual holidaymakers in the revival of the hotel sector in Marseille.

The weekend RevPAR for 2021 was 10% less than in 2019, compared to a difference of over 20% for weekdays.

**TOP 10 DES NATIONALITÉS CUMULÉES DU 1<sup>ER</sup> JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2021 VS 2020**  
 TOP 10 CUMULATIVE NATIONALITIES FROM 1<sup>ST</sup> JANUARY TO 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2021 VS 2020

Pays / Countries	Global 2021	Pays / Countries	Global 2020
France	89.2%	France	89.6%
Allemagne/Germany	1.4%	Allemagne/Germany	1.6%
Belgique/Belgium	1.3%	Belgique/Belgium	1.5%
Suisse/Switzerland	1.2%	UK	1.3%
USA	1.1%	Suisse/Switzerland	1.1%
UK	1%	Italie/ Italy	0.7%
Italie/Italy	0.9%	USA	0.7%
Espagne/Spain	0.6%	Espagne/Spain	0.5%
Pays-Bas/Netherlands	0.5%	Pays-Bas/Netherlands	0.4%
Luxembourg/ Luxemburg	0.2%	Algérie/Algeria	0.2%
Portugal	01%	Luxembourg/ Luxemburg	0.2%

- La clientèle française est prédominante sur l'ensemble des catégories hôtelières de Marseille, et représente au global 89,2% de la clientèle fréquentant les établissements contre 89,6% en 2020.
- La part de la clientèle nationale est plus importante en raison d'un important recul de la clientèle internationale principalement non européenne en raison des restrictions aux frontières.
- Les touristes étrangers proviennent principalement des pays européens limitrophes : l'Allemagne (1,4%) la Belgique (1,3%) et la Suisse (1,2%). Les Etats-Unis ainsi que le Royaume-Uni représentent respectivement 1,1% et 1,0% de la clientèle étrangères.
- L'Europe est ainsi la zone géographique la plus pourvoyeuse de nuitées pour le marché marseillais, avec 8 pays européens dans le TOP 10.
- The majority of visitors to the hotels of Marseille were French, representing 89.2% of overall visitors staying at these establishments, as compared to 89.6% in 2020.
- The share of national visitors was higher due to a significant decline in the number of international visitors, mainly visitors from outside the European Union, due to border restrictions.
- Foreign tourists mainly came from bordering European countries: Germany (1.4%), Belgium (1.3%) and Switzerland (1.2%). The United States and the United Kingdom represented 1.1% and 1.0% of foreign visitors, respectively.
- Europe was therefore the leading geographical area for overnight stays in the Marseille area, with 8 European countries featuring in the TOP 10.



Durée moyenne de séjour :  
1,6 jour en 2021  
contre 1,5 jour en 2020

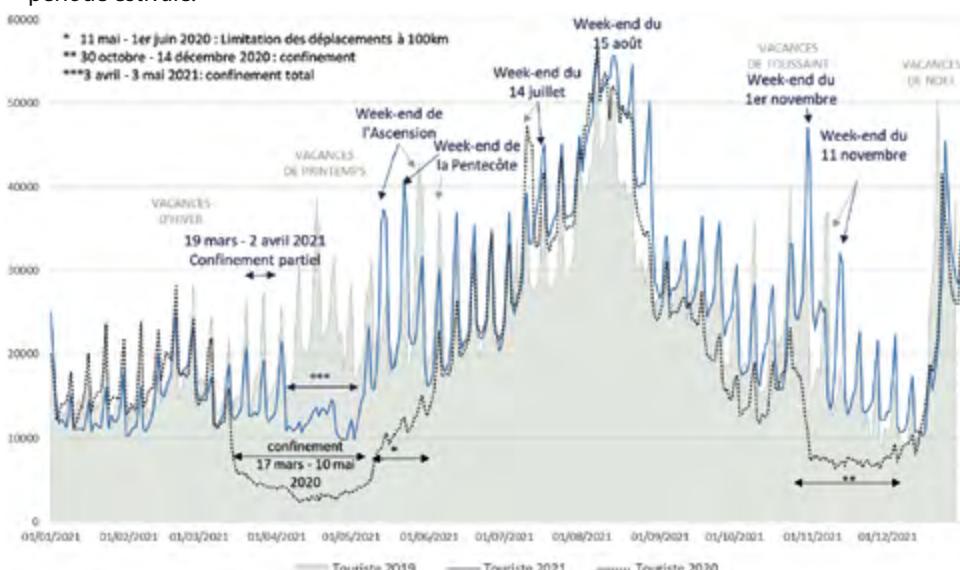
Average duration of stay:  
1.6 days in 2021  
compared to 1.5 days in 2020.

## ÉLÉMENS DE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA VILLE DE MARSEILLE CITY OF MARSEILLE TOURISM FIGURES

### NUITÉES TOURISTIQUES À MARSEILLE EN 2021 VS 2020 ET 2019 MARSEILLE TOURISM ROOM-NIGHTS, 2021 VS 2020 AND 2019

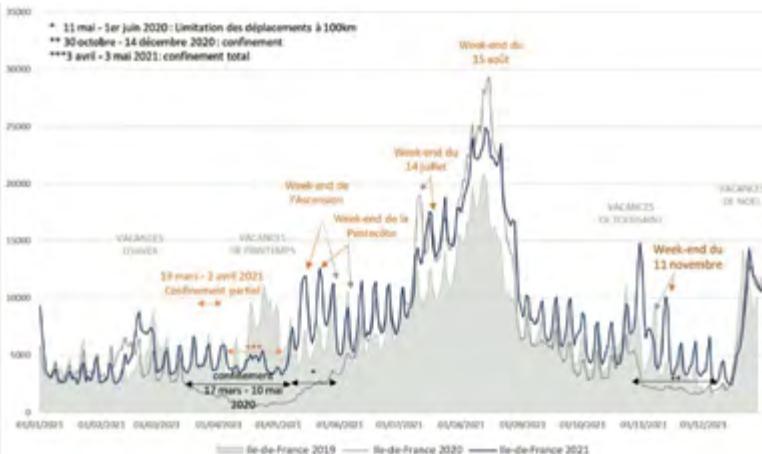
Cette année, la ville de Marseille a connu un accroissement de 25% de la fréquentation touristique française par rapport à 2020 et retrouve ainsi le niveau de fréquentation de 2019 sur de nombreuses périodes, et dépasse même le niveau de 2019 sur la période estivale.

For 2021, the city of Marseille experienced a 25% increase in French tourists as compared to 2020, and therefore returned to the 2019 level for the number of visitors across several periods, and even overtook the 2019 level for the summer period.



SOURCES : ORANGE - PROVENCE TOURISME - JANVIER 2022.

## NUITÉS TOURISTIQUES FRANCILIENNES À MARSEILLE EN 2021 VS 2019 ET 2020 MARSEILLE ROOM-NIGHTS FOR TOURISTS FROM ILE-DE-FRANCE, 2021 VS 2020 AND 2019



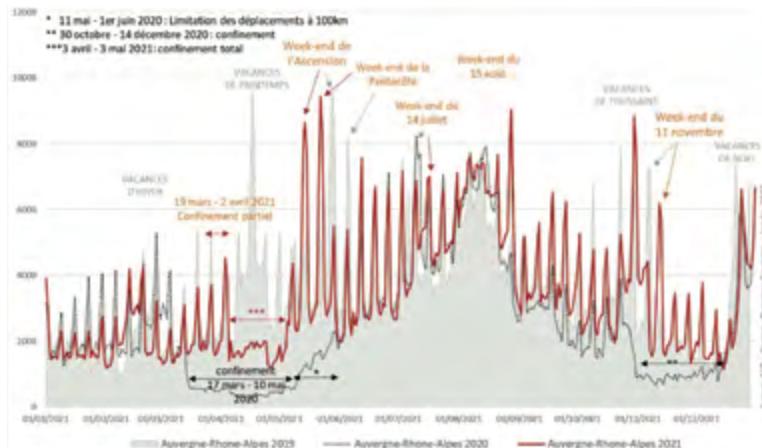
### Une clientèle fidèle

On observe une progression de la clientèle francilienne tout au long de l'année (+17% par rapport à 2019). Elle sera suffisante pour compenser le retrait des autres clientèles (-4% pour la clientèle d'Auvergne-Rhône-Alpes, -12% pour la clientèle régionale, -5% pour les autres clientèles). Les principales clientèles françaises restent inchangées. Elles sont originaires principalement d'Ile-de-France (34%), d'Auvergne Rhône-Alpes (15%) et de Provence-Alpes-Côte d'Azur (14%).

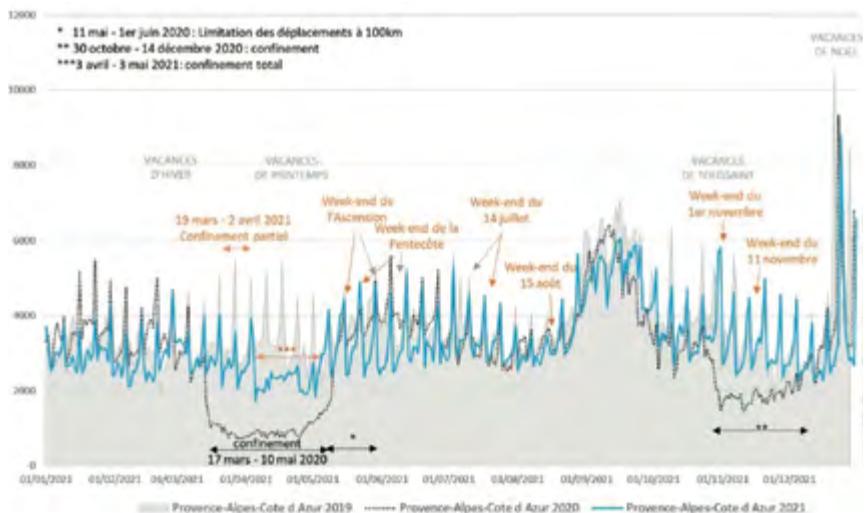
### A loyal customer base

An increase in visitors from the Ile-de-France region of France was recorded throughout the whole year (+17% compared to 2019). This will be sufficient to compensate for the decrease in other visitors (-4% for visitors from Auvergne-Rhône-Alpes, -12% for regional visitors, -5% for other visitors). The figures for the main French visitors to the area remained constant. They were mainly from Ile-de-France (34%), Auvergne-Rhône-Alpes (15%) and Provence-Alpes-Côte d'Azur (14%).

## NUITÉS TOURISTIQUES D'AUVERGNE - RHÔNE ALPES À MARSEILLE EN 2021 VS 2020 ET 2019 MARSEILLE ROOM-NIGHTS FOR TOURISTS FROM AUVERGNE - RHÔNE ALPES, 2021 VS 2020 AND 2019



## NUITÉS TOURISTIQUES RÉGIONALES (HORS BOUCHES-DU-RHÔNE) À MARSEILLE EN 2021 VS 2019 ET 2020 MARSEILLE ROOM-NIGHTS FOR TOURISTS FROM THE REGIONS (OTHER THAN BOUCHES-DU-RHÔNE), 2021 VS 2020 AND 2019



SOURCES : FVT - ORANGE - PROVENCE TOURISME - JANVIER 2022.



© YOAN NAVARRO

## LA LOCATION SAISONNIERE : L'OFFRE SEASONAL RENTAL : SUPPLY

**NOMBRE DE LOGEMENTS ENTIERS PROPOSÉS À LA LOCATION JOUR APRÈS JOUR À MARSEILLE EN 2021 VS 2020 ET 2019**  
NUMBER OF SELF-SUFFICIENT RENTAL UNITS PROPOSED DAY AFTER DAY IN MARSEILLE FOR 2021 VS 2020 & 2019

**En 2021, le nombre de logements proposés à la location augmente par rapport à 2020 (+9%).** Cet accroissement de l'offre ne permet cependant pas à la ville de retrouver le parc de 2019 (-11%).

**In 2021, the number of rental accommodation units increased as compared to 2020 (+9%).** However, this increase in supply did not allow the city to get back to the same level as in 2019 (-11%).



SOURCES : AIRDNA - PROVENCE TOURISME.

## LA LOCATION SAISONNIERE : LA FREQUENTATION SEASONAL RENTAL : VISITOR NUMBERS

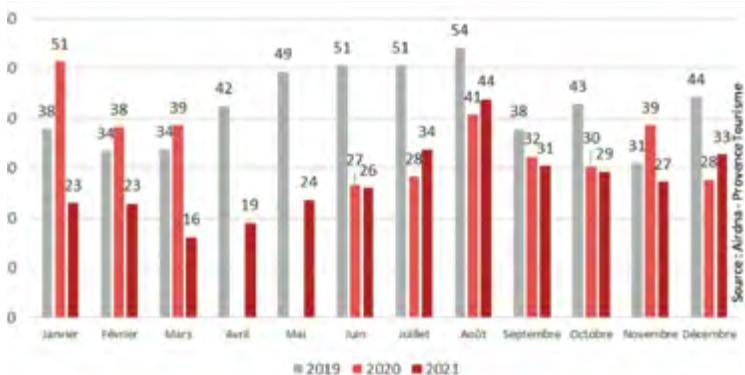
On a pu observer un accroissement de la fréquentation des locations saisonnières en 2021 à Marseille par rapport à 2020 (+21% de logements réservés), mais celui-ci restera insuffisant pour retrouver le niveau de fréquentation de 2019 (-12%).

In 2021, an increase in visitors to seasonal rental units in Marseille was observed, as compared to 2020 (+21% of rentals booked), but this was still not enough to get back to the occupancy rates of 2019 (-12%).



SOURCES : AIRDNA - PROVENCE TOURISME

## NOMBRE DE JOURS ENTRE LA RÉSERVATION ET LE DÉBUT DU SÉJOUR À MARSEILLE EN 2021 VS 2019 ET 2020 NUMBER OF DAYS BETWEEN RESERVATIONS AND BEGINNING OF STAYS IN MARSEILLE IN 2021 VS 2019 AND 2020.



\*Confinement 17 mars – 10 mai 2020 : la quasi inactivité ne permet pas d'afficher une donnée pour ces 2 mois.

\*Lockdown 17 March - 10 May 2020: the industry was almost at a standstill so no data is available for these 2 months.

SOURCES: AIRDNA - PROVENCE TOURISME

### Des réservations plus tardives

L'incertitude quant à l'évolution de la crise sanitaire amène les vacanciers à Marseille, comme sur le reste du département, à réserver de plus en plus tard. Ainsi le nombre de jours qui séparent la réservation du séjour s'est réduite de façon importante depuis juin 2020.

Clé de lecture : Pour un séjour qui débute au 1<sup>er</sup> janvier, celui-ci est réservé en 2021 23 jours avant alors qu'il était réservé en moyenne 38 jours avant en 2019.

### Later bookings

The uncertainty due to the pandemic led holidaymakers to make bookings much later, in Marseille and across the rest of the *département*. Therefore the number of days between the booking and the stay has significantly decreased since June 2020.

Interpretation: For a stay beginning on the 1<sup>st</sup> January, it was booked 23 days before in 2021, whereas in 2019, the average bookings were made 38 days before the stay.



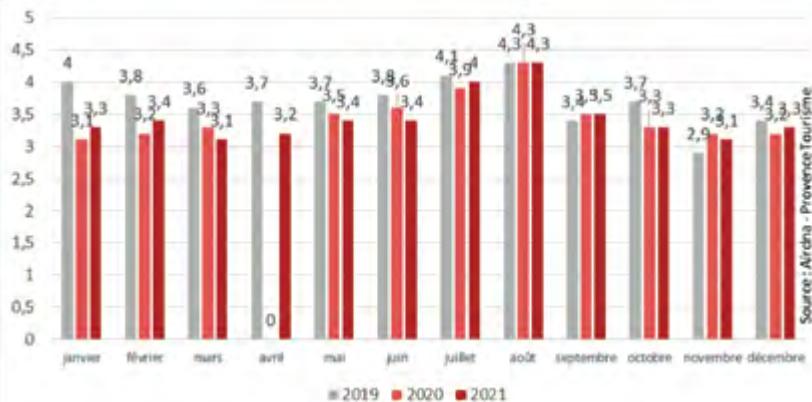
VALLON DES AUFFES

© SARAH SERGENT

## DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS EFFECTUÉS EN LOCATION SAISONNIÈRE À MARSEILLE EN 2021 VS 2019 ET 2020 AVERAGE DURATION OF STAYS IN SEASONAL RENTAL IN MARSEILLE FOR 2021 VS 2019 AND 2020.

La durée moyenne des séjours en location saisonnière est estimée à Marseille à 3.5 nuits en 2021, une durée de séjour qui s'est légèrement réduite ces dernières années.

The average duration of stays seasonal rental in Marseille is estimated at 3.5 nights in 2021, and this duration has declined slightly over recent years.



CALANQUES

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

L'année 2021, toujours marquée par la Covid-19, a continué de bouleverser les déplacements, notamment affinitaires et de loisirs, ce qui a eu un impact direct sur l'activité de l'aéroport. L'aéroport Marseille Provence a accueilli 4,7 millions de passagers, un chiffre **en progression de 38,8 % par rapport l'année 2020**, mais encore en retrait de -54,1 % par rapport à l'année 2019.

**La reprise du trafic aérien n'a réellement débuté qu'à compter du 3 mai, avec l'annonce par le gouvernement d'un déconfinement en 4 phases.** Ainsi, alors que début mai, l'aéroport n'accueillait en moyenne que 5 000 passagers par jour, sur des vols domestiques essentiellement, le trafic journalier atteignait 15 000 passagers par jour à la fin du mois de juin, stimulé par la reprise du trafic international.

Le rebond du trafic s'est accéléré sur les mois de juillet et août : **l'aéroport a accueilli près de 600 000 passagers au mois de juillet 2021, soit 57 % du trafic de juillet 2019**, et 680 000 passagers au mois d'août 2021, ce qui correspond à 65 % du trafic de 2019. Puis le trafic s'est maintenu sur les derniers mois de l'année entre 62 % (septembre) et 74 % (novembre) du trafic de 2019.

2021 was a year still greatly affected by Covid-19, and travel, especially for leisure or personal reasons, was still disrupted. This had a direct impact on airport traffic. Marseille-Provence Airport welcomed 4.7 million passengers, **up 38.8% compared to the year 2020**, but still down 54.1% compared to 2019.

**Air travel only really started to recover from 3 May, when the French government announced an easing of restrictions in 4 phases.** At the beginning of May, the airport welcomed an average of only 5,000 passengers per day, and mainly for domestic flights, but daily traffic had reached 15,000 passengers per day by the end of June, thanks to the return of international traffic.

This recovery accelerated in July and August: **the airport welcomed almost 600,000 passengers in July 2021 (57% of the July 2019 traffic)** and 680,000 passengers in August 2021 (65% of 2019 traffic). Then the figures stabilised for the last months of the year, between 62% (September) and 74% (November) of 2019 traffic.



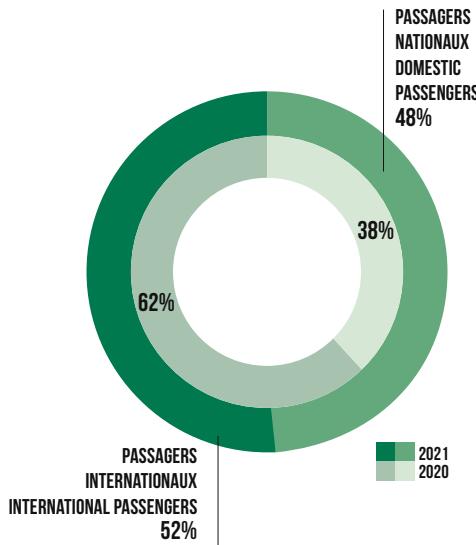
©AMP

AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

Fin 2021, l'aéroport Marseille Provence est l'aéroport ayant démontré la meilleure dynamique de reprise par rapport aux autres aéroports régionaux français grâce, notamment, à la continuité territoriale avec la Corse.

By the end of 2021, Marseille-Provence Airport was showing the best recovery performance compared to other regional airports in France, thanks in particular to the 'territorial continuity' policy operated with Corsica.

#### RÉPARTITION DU TRAFIC AÉRIEN EN 2021 PAR RAPPORT À 2019 BREAKDOWN OF AIR TRAFFIC IN 2021, COMPARED TO 2019



**Le trafic international est en diminution de -62,5% en 2021 par rapport à 2019, avec 2 371 296 passagers.**

Le trafic européen affiche un repli de -58,2%. Parmi les marchés majeurs, l'Italie et la Belgique se situent dans la moyenne, avec des baisses de trafic respectives de -60% et -50,6%. **Les conditions de déplacement très contraignantes depuis et vers le Royaume Uni se traduisent par un recul du trafic encore plus significatif, à -81,4%.**

**A l'inverse, certains marchés résistent bien, à l'image du Portugal (-46,2%), de l'Espagne (-44,3%) et de la Grèce (-5,3%).**

Le trafic vers l'Afrique du Nord est en recul de -71,6%. Les trafics vers le Maroc et la Tunisie enregistrent des baisses respectives de -47,3% et -55,5%. **Les frontières avec l'Algérie, quasiment fermées depuis le début de l'année, expliquent une diminution de trafic encore plus drastique à -96,5%.**

L'impossibilité d'effectuer des déplacements long courrier (frontières fermées avec le Canada, jusque début septembre par exemple) entraîne **une diminution du trafic long courrier de -92,7%.**

#### **TOP 10 DES DESTINATIONS INTERNATIONALES TOP 10 INTERNATIONAL DESTINATIONS**



SOURCE: AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE / MARSEILLE PROVENCE AIRPORT

TRAFFIC AU DÉPART DE L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2019

TRAFFIC DEPARTING FROM MARSEILLE-PROVENCE AIRPORT AND THE DIFFERENCE COMPARED TO 2019

**International traffic was down by -62.5% in 2021 compared to 2019, with 2,371,296 passengers.**

European traffic dropped by -58.2%. Of the major markets, Italy and Belgium recorded average figures, with decreases in traffic of -60% and -50.6% respectively. **The extremely restrictive conditions for travelling to and from the United Kingdom led to an even more significant decrease, -81.4%.**

**By contrast, other markets managed to resist, such as Portugal (-46.2%), Spain (-44.3%) and Greece (-5.3%).**

A decrease in traffic to North Africa was recorded (-71.6%). Traffic to Morocco and Tunisia also dropped, by -47.3% and -55.5% respectively. **The borders of Algeria were pretty much closed from the beginning of the year, which would explain a drastic decrease in traffic of -96.5%.**

The fact that long-haul travel was not possible (Canada's borders were closed until the beginning of September for example) meant that a **decrease of -92.7% was recorded for long-haul traffic.**



© C. MORENC

AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

**DESTINATIONS AU DÉPART DE L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE**  
**FLIGHT DESTINATIONS DEPARTING FROM MARSEILLE-PROVENCE AIRPORT**



SOURCE: AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE / MARSEILLE PROVENCE AIRPORT

Pour 2022, l'évolution du virus et ses variants rend la visibilité sur les programmes et les prévisions de vols extrêmement difficile.

Les passagers devraient pouvoir s'envoler vers plus de 110 destinations pour la saison été 2022, un programme similaire à celui de 2021. Plusieurs nouvelles destinations sont d'ores et déjà confirmées pour l'été avec entre autres :

- Antalya avec SunExpress
- Funchal (Madère) et Vienne avec Ryanair
- L'Île Maurice avec Corsair
- Iraklion avec une nouvelle compagnie sur Marseille Provence, SKY Express
- Beyrouth et Monastir avec Transavia

Enfin, 2022 devrait marquer la reprise des vols long-courrier avec Air Transat vers Montréal, à partir d'avril, avec un programme équivalent à celui de 2019, soit 5 fréquences hebdomadaires sur la pointe été.

**Côté fret,** l'aéroport Marseille Provence connaît de bons résultats en vue d'une véritable reprise des vols commerciaux ; certaines lignes commerciales n'ayant pas encore redémarré, le fret embarqué n'a pas exploité tout son potentiel. Néanmoins, l'aéroport Marseille Provence reste le premier aéroport régional français pour le fret cette année.

C'est Ethiopian Airlines qui tire son épingle du jeu et devient le premier acteur en fret traditionnel sur l'aéroport Marseille Provence. La compagnie a notamment mis en place un vol cargo hebdomadaire vers Addis-Abeba, destiné aux exportateurs français qui souhaitent livrer du fret urgent en Afrique orientale et australe.



FRET © AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

For 2022, the evolution of the virus and possible new strains is making it difficult to plan new flight schedules.

Passengers should be able to fly to more than 110 destinations for summer 2022, which is similar to 2021's flight schedule. Several new destinations have already been confirmed for the summer, including:

- Antalya with SunExpress
- Funchal (Madeira) and Vienna with Ryanair
- Mauritius with Corsair
- Iraklion with a new airline for Marseille-Provence, SKY Express
- Beirut and Monastir with Transavia

Finally, 2022 is expected to witness the return of long-haul flights with Air Transat to Montreal from April onwards, with a similar schedule to that of 2019: 5 flights per week during the summer season.

**As for Freight activity,** Marseille-Provence Airport has recorded promising results thanks to a good recovery of commercial flights. Some commercial lines had not yet resumed and so the freight activity had not reached its full potential. Nevertheless, Marseille-Provence Airport still remains the leading French regional airport for freight this year.

Ethiopian Airlines has come out on top as the number one airline for traditional freight at Marseille-Provence Airport. The airline provided a weekly cargo flight to Addis-Abeba, for French exporters who need to deliver freight urgently to western and southern Africa.

## UNE VOLONTÉ D'EXEMPLARITÉ ASSUMÉE ET DE CO-CONSTRUCTION D'UN TERRITOIRE PLUS VERTUEUX

Conscient de son caractère vital pour l'attractivité et le développement de Marseille et la Provence, tant pour le tourisme que les entreprises, l'aéroport Marseille Provence est résolument engagé depuis plus de 10 ans dans la réduction de son impact environnemental.

En 2020, Aéroport Marseille Provence a signé la charte "Net Zero 2030", s'engageant ainsi à une activité bas carbone à horizon 2030, après avoir réduit de 90 % ses émissions de CO2 par rapport au niveau de 2019. Cet engagement se matérialise par une série de projets visant à réduire drastiquement l'empreinte carbone du gestionnaire aéroportuaire.

Principale source d'émissions CO2 dans le bilan d'Aéroport Marseille Provence, le chauffage requiert une attention particulière. Pour répondre à cet enjeu, une centrale chaud-froid dernière génération, dont la mise en service a eu lieu à l'été 2021, vient dorénavant alimenter l'aéroport en chauffage et climatisation. Cette centrale vient réduire de 25 % les émissions de CO2 d'Aéroport Marseille Provence, et de 40 % sa consommation électrique et d'eau. L'ambition à terme est de pouvoir raccorder cette centrale à un forage géothermique de plus d'1,5 km de profondeur, et qui permettrait à l'aéroport de disposer directement d'une eau à environ 65°C, sans avoir à utiliser l'électricité pour la réchauffer – et les émissions CO2 associées.

Le second projet d'envergure consisterait en la création sur l'aéroport d'un parc photovoltaïque d'environ 40 hectares, qui permettrait de produire la quasi-totalité des besoins en énergie de la plateforme aéroportuaire. Actuellement alimenté en énergie issue du renouvelable, cet écosystème énergétique, qui veut tendre vers l'autosuffisance, sera encore un pas de plus pour une activité plus raisonnable.

## MARSEILLE PROVENCE AIRPORT, AN ACCEPTED TWO-FOLD RESPONSIBILITY TOWARDS THE ECONOMY AND THE PLANET

Fully aware of how vital it is for the attractiveness and development of Marseille and Provence, in both the tourism sector and for businesses in general, Marseille-Provence Airport has been deeply committed to reducing its impact on the environment for over 10 years now.

In 2020, Marseille-Provence Airport signed the 'Net Zero 2030' charter, which means they are committed to a low carbon activity by 2030, after reducing CO2 emissions by 90% already since 2019. This commitment is shown through a series of projects aiming to drastically reduce the carbon footprint of the airport operator.

Heating will be one of the main areas of concern, as this is the main source of CO2 emission in the report from Marseille-Provence Airport. To address this issue, a latest-generation hot and cold heating unit was installed in summer 2021 and is now supplying the airport with both heating and air-conditioning. The goal of this unit is to reduce Marseille-Provence Airport's CO2 emissions by 25%, and electricity and water consumption by 40%. The long-term goal is to be able to connect this unit to a geothermal borehole, over 1.5 km deep, which would provide the airport with a supply of water heated to 65°C, therefore avoiding any use of electricity to heat the water, and the associated CO2 emissions.

The second major project is to create a 40-hectare photovoltaic farm at the airport, which would satisfy almost all energy needs for the whole airport site. The airport currently uses energy from renewable sources, but this new energy ecosystem aims for self-sufficiency, and would be yet another step towards creating a more reasonable way of operating.

Cependant, ces actions auront un effet sur une infime partie des émissions carbonées : le gestionnaire aéroportuaire Aéroport Marseille Provence ne maîtrise totalement et directement que 2 % du bilan CO2 de la plateforme aéroportuaire. 47 % des émissions sont générées par les accès des passagers à l'aéroport et 46 % sont générées par les avions. Il s'agit donc de deux enjeux majeurs.

Pour que la plateforme aéroportuaire Marseille Provence s'oriente de plus en plus vers une activité bas carbone, nous incitons dès à présent l'ensemble des partenaires de la plateforme (compagnies aériennes, assistants de compagnies, commerces, ...) à se lancer dans la décarbonation de leurs activités.

- Pour réduire au maximum les émissions liées aux accès routiers, nous travaillons très activement avec les collectivités locales pour améliorer l'offre en transports en commun routiers et ferrés, que ce soit en termes de desserte ou de cadencement.
- Concernant les émissions des avions, nous déployons une politique incitative pour que les avions de dernière génération, plus vertueux d'un point de vue de l'empreinte carbone et sonore, se posent prioritairement sur Marseille Provence. A titre d'exemple, les mouvements d'avion de dernière génération sont passés de 6 % en 2019 à 12 % en 2021.

**Pour en savoir plus sur nos engagements :**  
**[www.marseille.aeroport.fr/societe/developpement-durable/demarche-developpement-durable](http://www.marseille.aeroport.fr/societe/developpement-durable/demarche-developpement-durable)**



ACCESSIBILITÉ

© C. MOIRENC

However, these actions will only have an impact on a small part of carbon emissions: the airport operator for Marseille-Provence Airport only has direct control over 2% of the CO2 balance of the whole airport site. 47% of emissions are generated by passenger access to the airport, and 46% is generated by the planes. There are therefore two major issues to address.

In an effort to steer the Marseille-Provence Airport site towards a low-carbon approach, we encourage all the partners involved in the site (airlines, airline assistance, shops, etc.) to reduce the carbon intensity of their activities.

- To reduce the emissions linked to road access as much as possible, we are actively working with local authorities to improve the public transport services by road and by rail, both in terms of services and frequency.

- As for plane emissions, we are using an incentive policy whereby the latest generation planes that produce lower carbon emissions and less noise pollution, are given priority for landing at Marseille-Provence Airport. As an example, the use of latest generation planes went from 6% in 2019 to 12% in 2021.

**Find out more about our commitments:**  
**[www.marseille.aeroport.fr/societe/developpement-durable/demarche-developpement-durable](http://www.marseille.aeroport.fr/societe/developpement-durable/demarche-developpement-durable)**



© C. MOIRENC

## LE TRANSPORT FERROVIAIRE RAIL TRANSPORT

## LE TRAIN A LA CÔTE

TRAIN ARE THE TREND

Le train séduit les Français qui le considèrent comme le mode de transport le plus confortable (67,6%), le plus écologique (60%) et le plus sûr (65,9%).

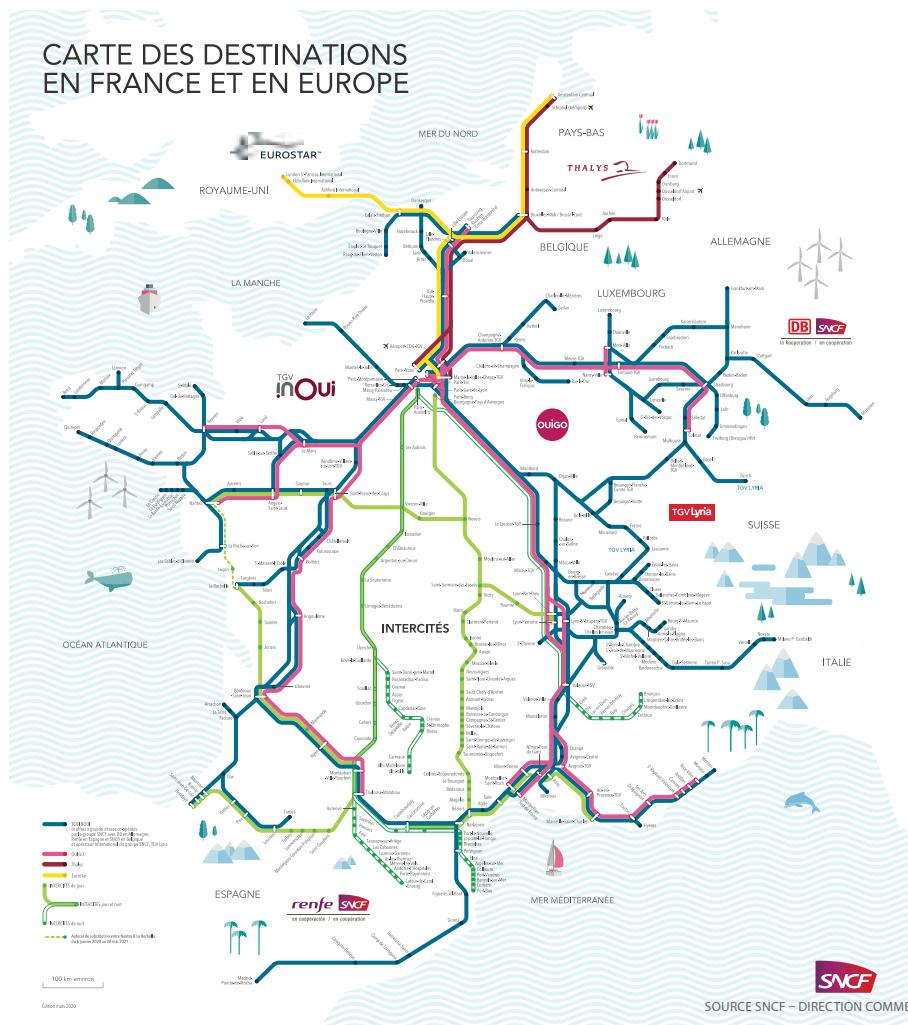
Marseille a la chance de posséder une gare TGV notamment, en plein cœur de ville et qui est desservie par les principales villes françaises.

French people love to travel by train, as they consider it to be the most comfortable (67.6%), most eco-friendly (60%) and safest (65.9%) mode of transport.

Marseille is lucky to have a TGV train station right in the city centre, with train services to major cities all over France.

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

## CARTE DES DESTINATIONS EN FRANCE ET EN EUROPE





© MICALEFF

LA GARE SAINT-CHARLES - SAINT-CHARLES RAILWAY STATION

### **L'accueil des voyageurs**

La gare dispose de nombreux services destinés aux voyageurs, notamment un bureau d'accueil général, un pour les handicapés et un pour les jeunes voyageurs, une salle d'attente, un salon «grand voyageur», des consignes automatiques, des bornes en libre-service et un espace de vente des titres de transport, un bureau des objets trouvés, un commissariat de police, un bureau de poste, un distributeur de billets de banque, un laboratoire d'analyses médicales, un piano libre d'utilisation.

### **La desserte : les TGV**

La gare est reliée directement, par TGV (liaisons nationales, la plupart d'entre elles étant sous la marque TGV inOui) :

- à Paris-Gare-de-Lyon en trois heures (meilleur temps ; liaison également effectuée par les trains à bas coûts Ouigo) ;
- aux autres gares TGV de la couronne parisienne : Massy TGV, Marne-la-Vallée - Chessy, Aéroport Roissy Charles-de-Gaulle TGV (dessertes qui incluent les trains Ouigo, certains allant jusqu'à Lille-Flandres ou Tourcoing) ;
- à Lyon-Part-Dieu (ou Perrache) ;
- aux gares de la LGV Méditerranée : Aix-en-Provence TGV, Avignon TGV et Valence TGV ;
- à Lille-Europe (ou Flandres), Arras et Douai, par la LGV Nord ;

### **Welcome services for travellers**

At the train station there is a wide range of services for travellers, including a general welcome desk, one that is adapted for the disabled and another one especially for young travellers. There is also a waiting room, a 'grand voyageur' lounge, automated traveller information, self-service terminals and a ticket sales desk, a lost-and-found office, a police station, a post office, a cash machine, medical test laboratory and a piano that is available to use.

### **Destinations: the TGVs (high-speed trains)**

From this train station, there are TGVs (high-speed trains) (national services, most of which are run by TGV inOui) to:

- Paris-Gare-de-Lyon in just three hours (best possible time, this service is also operated by low-cost Ouigo trains)
- other TGV train stations in the Paris area: Massy TGV, Marne-la-Vallée - Chessy, Roissy Charles-de-Gaulle Airport TGV (services including Ouigo trains, some of which go to Lille-Flanders and Tourcoing)
- Lyon-Part-Dieu (or Perrache)
- the LGV Méditerranée (Mediterranean high-speed line) train stations: Aix-en-Provence TGV, Avignon TGV and Valence TGV
- Lille-Europe (or Flandres), Arras and Douai, on the LGV Nord high-speed line

- au Mans ainsi qu'à Rennes, Angers et Nantes, via Massy TGV ;
- à Rouen et au Havre via Massy - Palaiseau, Versailles-Chantiers et Mantes-la-Jolie ;
- à Dijon, par ligne classique à partir de Mâcon ;
- à Besançon-Franche-Comté TGV, Belfort - Montbéliard TGV, Mulhouse, Strasbourg, Nancy et Metz, par la LGV Rhin-Rhône ;
- à Toulon, Hyères, Les Arcs, Saint-Raphaël, Cannes, Antibes, Nice, Monaco et Menton (uniquement en été pour ces deux dernières dessertes), par ligne classique.

### Les Intercités

Des liaisons Intercités relient la gare à Nîmes, Montpellier, Sète, Béziers, Narbonne, Toulouse et Bordeaux.

### Les Intervilles

Une desserte régionale spécifique Intervilles (1<sup>re</sup> et 2<sup>e</sup> classe, contrairement aux autres TER), par voitures Corail rénovées ou par automoteurs, est mise en place :

- entre Marseille et Vintimille via Toulon, Saint-Raphaël, Cannes, Antibes, Nice, Monaco et Menton ;
- entre Marseille et Lyon-Perrache, via Arles, Avignon-Centre et Valence-Ville ;
- entre Marseille et Briançon, via Aix-en-Provence et Veynes.

### Les TER (Transport Express régional)

La gare est le point de convergence des lignes du réseau de Transport express régional (TER) Provence-Alpes-Côte d'Azur :

- Marseille – Aubagne – Toulon – Hyères ;
- Marseille – Saint-Antoine – Gardanne – Aix-en-Provence – Pertuis ;
- Marseille – Miramas – Arles – Avignon-Centre ;
- Marseille – L'Estaque – Carry-le-Rouet – Martigues – Port-de-Bouc – Fos-sur-Mer – Miramas (ligne de la Côte bleue) ;
- Marseille – Miramas – Salon-de-Provence – Cavaillon – Avignon-Centre ;
- Marseille – Tarascon – Nîmes – Montpellier – Béziers – Narbonne (TER Provence-Alpes-Côte d'Azur / Occitanie).

- Le Mans and Rennes, Angers and Nantes, via Massy TGV
- Rouen and Le Havre via Massy - Palaiseau, Versailles-Chantiers and Mantes-la-Jolie
- Dijon, via a standard line from Mâcon
- Besançon-Franche-Comté TGV, Belfort - Montbéliard TGV, Mulhouse, Strasbourg, Nancy and Metz, along the LGV Rhin-Rhône high-speed line
- Toulon, Hyères, Les Arcs, Saint-Raphaël, Cannes, Antibes, Nice, Monaco and Menton (only in the summer for the last two services), on a standard line.

### Train services to big French cities

There is an inter-city service between Marseille and Nîmes, Montpellier, Sète, Béziers, Narbonne, Toulouse and Bordeaux.

### 'Intercité' trains

There is a specific regional service (1<sup>st</sup> and 2<sup>nd</sup> class, not available on other TER trains) operated by renovated or locomotive Corail trains:

- between Marseille and Vintimille via Toulon, Saint-Raphaël, Cannes, Antibes, Nice, Monaco and Menton
- between Marseille and Lyon-Perrache, via Arles, Avignon-Centre and Valence-Ville
- between Marseille and Briançon, via Aix-en-Provence and Veynes.

### The TER (Regional Express Transport) trains

The train station is the central point for the lines of the Regional Express Transport (TER) Provence-Alpes-Côte d'Azur line:

- Marseille – Aubagne – Toulon – Hyères
- Marseille – Saint-Antoine – Gardanne – Aix-en-Provence – Pertuis
- Marseille – Miramas – Arles – Avignon-Centre
- Marseille – L'Estaque – Carry-le-Rouet – Martigues – Port-de-Bouc – Fos-sur-Mer – Miramas (the Blue Coast line)
- Marseille – Miramas – Salon-de-Provence – Cavaillon – Avignon-Centre
- Marseille – Tarascon – Nîmes – Montpellier – Béziers – Narbonne (TER Provence-Alpes-Côte d'Azur / Occitanie).

### La desserte internationale :

AVE vers Barcelone et Madrid, via Montpellier-Saint-Roch ;  
• TGV inOui vers Francfort-sur-le-Main ;  
• TGV Lyria vers Genève, via Lyon-Part-Dieu et Bellegarde (liaison estivale) ;  
• Thalys vers Bruxelles et Amsterdam (liaison estivale) ;  
• TGV inOui vers Bruxelles (toute l'année) ;  
• TGV inOui vers Luxembourg.

### International services:

AVE (high-speed line) to Barcelona and Madrid, via Montpellier-Saint-Roch  
• TGV inOui to Francfort-sur-le-Main  
• TGV Lyria to Geneva, via Lyon-Part-Dieu and Bellegarde (summer service)  
• Thalys to Brussels and Amsterdam (summer service)  
• TGV inOui to Brussels (all year round)  
• TGV inOui to Luxembourg.

### ÉVOLUTION DU TRAFIC VOYAGEURS DE LA GARE SAINT-CHARLES DE 2010 À 2020 EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC IN SAINT-CHARLES RAILWAY STATION FROM 2010 TO 2020



SOURCE GARE ET CONNEXION MARSEILLE DONNÉES 31 DÉCEMBRE 2020 - SOURCE: GARE ET CONNEXION MARSEILLE, DATA AS AT 31<sup>ST</sup> DECEMBER 2020

### Transporteurs ferroviaires Marseille Saint Charles 2021 Rail carriers in Marseille Saint-Charles 2021



## ÉVOLUTION DU TRAFIC

LIENNES RÉGULIÈRES ET CROISIÈRES

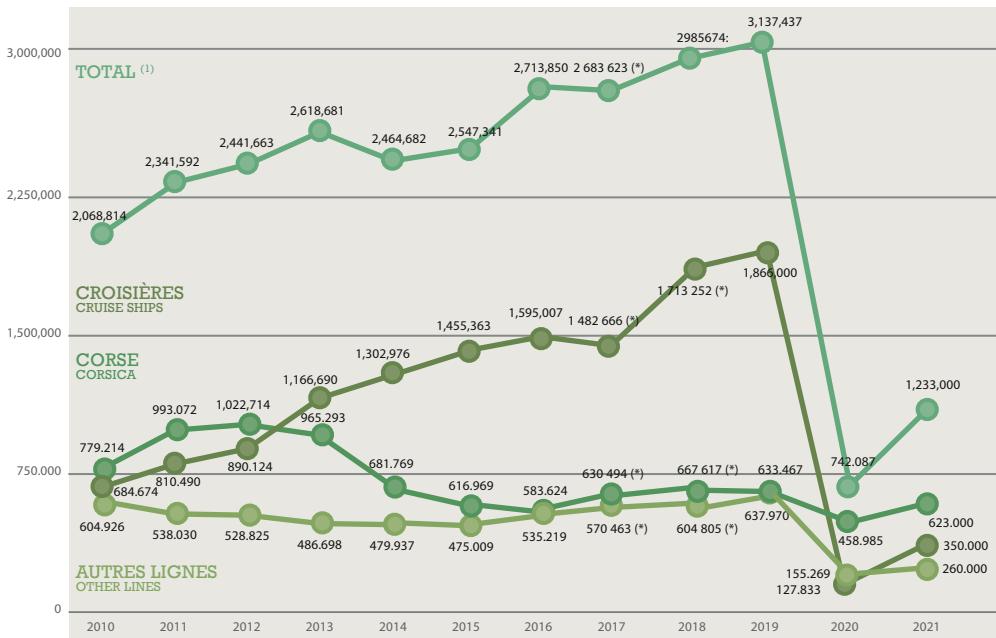
En 2021, le Grand Port Maritime de Marseille (GPMM) a accueilli **1,2 million** de passagers contre 742 087 en 2020, soit une hausse de **63%**. Une progression qui reste en deçà de l'année de référence 2019, où environ 3,1 millions de passagers transitaient par le port phocéen.

En 2021, le port a accueilli 883 000 passagers sur ses lignes régulières, dont 623 000 passagers ferries corses et 260 000 passagers ferries Maghreb.

Le secteur de la croisière n'a repris qu'en juillet 2021, sous protocole sanitaire strict. Les passagers croisière représentaient 59% (1 866 000) du trafic total passagers en 2019 et ne sont plus qu'à 29% (350 000) en 2021.

## ÉVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS DE 2010 À 2021

### EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC BETWEEN 2010 AND 2021





### Marseille poursuit ses actions en faveur des mobilités douces :

Marseille et sa Métropole se sont engagées dans une politique ambitieuse en faveur des mobilités douces et durables en encourageant la pratique du vélo, la marche à pied et l'utilisation des transports en commun sur son territoire. Un plan d'urgence vélo, adapté et progressif a été déployé pour inciter les habitants à modifier leurs habitudes en créant des conditions de déplacement améliorées.

#### La marche à pied

Au-delà des bénéfices pour la santé, la marche à pied est le mode de transport le plus naturel et le plus pratiqué pour les courts trajets.



#### Le « plan vélo »

Lancé par la Métropole et le département. Les effets de la pandémie actuelle, ont permis au vélo de se faire une place de plus en plus importante au sein de la circulation marseillaise. Un des 3 axes mis en avant par ce plan est l'amélioration de l'accès au vélo au plus grand nombre. Pour y répondre, la Métropole puis la Ville de Marseille, ont mis à disposition, via 3 sociétés, 1000 vélos mécaniques et tout récemment 2000 vélos électriques. La multiplication des bornes de stationnement, la construction de nouvelles pistes cyclables (80 kms fin 2021) et le renforcement de la sécurité sont les objectifs fixés par les différentes institutions.

**Disponibilités en temps réel :**  
[www.marseille.fr/mairie/actualites/application-mobile-marseille-tout-marseille-dans-une-appli](http://www.marseille.fr/mairie/actualites/application-mobile-marseille-tout-marseille-dans-une-appli)



### Marseille is committed to developing soft mobility services:

Marseille and its urban community are committed to an ambitious policy with regards soft mobility and sustainable transport solutions, encouraging cycling, walking and using public transport throughout the local area. An adapted and progressive emergency cycling plan was put in place to encourage locals to change their habits, by making it easier for them to get around by bike.

#### Walking

Besides the obvious health benefits, walking is the most natural and most practical way of getting around for short distances.

#### The « cycling plan »

Launched by the urban community and the district. The current pandemic has allowed cycling to take over a much larger share of the traffic in and around Marseille. One of the 3 main focuses of this plan is to improve access to cycling and to make this mode of transport available on a wider scale. As such, the urban community and then the City of Marseille, in partnership with 3 companies, made 1,000 standard bicycles available, and then more recently, 2,000 electric bicycles. More parking areas, new cycle paths (80 km by the end of 2021) and reinforced safety are the goals set by the various institutions.

**Availability in real time:**  
[www.marseille.fr/mairie/actualites/application-mobile-marseille-tout-marseille-dans-une-appli](http://www.marseille.fr/mairie/actualites/application-mobile-marseille-tout-marseille-dans-une-appli)



MALMOUSQUE



© OCML/JOLIETTE

TRAM JOLIETTE

### La trottinette électrique

Qu'elles soient privées ou publiques, les trottinettes électriques sont une alternative de micromobilités à la voiture. Elles permettent d'effectuer des trajets de moyennes distances dans un court délai. Actuellement, sur le marché de la location, 4500 trottinettes électriques de nouvelles générations sont accessibles pour les Marseillais.

### les vélos ou vélos-cargo

La piétonnisation de l'espace public développé en centre-ville, encourage le développement des livraisons décarbonées par des véhicules de petit gabarit n'émettant aucun gaz à effet de serre ou de type vélo ou vélo-cargo. L'absence de contrainte horaire appliquée à ce type de livraison est un véritable atout.

### Véhicule électrique

Dans le cadre de son soutien à l'essor de l'autopartage, la Ville de Marseille propose une réduction de 50 % du tarif pour le stationnement des véhicules électriques d'autopartage en zones payantes.



### Electric scooter

Electric scooters, either public or private, are an alternative transport solution to the car. They can be used to cover journeys of average distance in a short time period. There are currently 4,500 latest-generation electric scooters available to rent for the locals of Marseille.



### Bikes and cargobikes

The city centre is progressively being converted into a pedestrian-only zone, therefore encouraging the development of carbon-free delivery solutions using small vehicles that do not produce greenhouse gases, or bicycle-type vehicles such as a cargobike. The absence of time constraints with this type of delivery is a real advantage.



### Electric vehicles

In an effort to support the increasing popularity of carsharing, the City of Marseille offers a 50% discount on parking for electric carsharing vehicles in areas where parking requires a fee.

## Les Transports en Communs

Marseille avec la Régie des Transports Métropolitains offre une gamme de transports variés des plus traditionnels :

- 2 lignes de métro, 28 stations, 77 lignes de bus (avec un réseau de nuit)
  - 1200 points d'arrêt, 3 lignes de tramway, 34 stations
- Horaires du métro : de 5h00 à 00h30 7j/7
- > Voir la carte du réseau RTM  
Plus d'informations applications RTM sur <https://www.rtm.fr/actualites/lapplication-mobile-rtm>

Pour les transports publics entre Marseille et les villes périphériques : [www.lepilote.com](http://www.lepilote.com)

Et aussi des transports plus insolites (navette maritime, bateaux, ...)

### Le Ferry-Boat

Traversée aller/retour gratuite du Quai d'Honneur devant l'Hôtel de Ville jusqu'à la Place aux Huiles.  
[www.ferryboat-marseille.com](http://www.ferryboat-marseille.com)

### Navette saisonnière

Navette saisonnière,  
liaison directe en 40 minutes  
Vieux-Port / Pointe-Rouge / Estaque



## Public Transport

Marseille, in partnership with the 'Régie des Transports Métropolitains' provides a wide range of transport services, ranging from the most traditional:

- 2 metro lines, 28 stations, 77 bus lines (including a night service)
  - 1,200 stops, 3 tram lines, 34 stations
- Metro timetable: from 5am to 0:30am 7 days a week

> See the RTM network map

Find out more about the RTM applications on <https://www.rtm.fr/actualites/lapplication-mobile-rtm>

For public transport between Marseille and nearby towns:

[www.lepilote.com](http://www.lepilote.com)

And the more atypical transport solutions (boat crossings, boat trips, etc.)

### The Ferry Boat

Free return crossing from the Quai d'Honneur in front of the Hôtel de Ville to the Place aux Huiles.  
[www.ferryboat-marseille.com](http://www.ferryboat-marseille.com)

### Seasonal shuttle service

Seasonal shuttle service  
direct 40-minute crossing  
Vieux-Port / Pointe-Rouge / Estaque



# CROISIÈRE ET GRANDE PLAISANCE

CRUISE SHIP AND LARGE WACHTS

TIMIDE REPRISE  
POUR LA CROISIÈRE  
MODEST RECOVERY  
FOR CRUISE LINERS



© CMOIRENC

## Une saison de reprise sous le signe de la sécurité sanitaire et du durable.

La saison 2021 a une nouvelle fois été marquée par la pandémie à Marseille mais aussi sur l'ensemble des bassins de navigation dans le monde, affectant ainsi la programmation des escales des opérateurs croisière et l'organisation des excursions.

En effet, après 17 mois d'arrêt, la reprise des croisières a été lancée le dimanche 4 juillet à Marseille avec les armateurs historiques MSC Croisières et Costa Croisières. Les escales ont été programmées de façon progressive les weekends avec les navires MSC Seaside et Costa Smeralda. Par ailleurs, le Port de Marseille Fos a accueilli 18 compagnies de croisière au total dont un nouvel opérateur allemand : Nicko Cruises.

Au total, ce sont **160 escales et plus de 350 000 passagers, dont 130 000 en tête de ligne et 220 000 en transit qui ont été accueillis au Port de Marseille.**

## A season for recovery, focusing on health and safety and sustainability

The 2021 season was once again impacted by the pandemic in Marseille, as was the case for sailing areas all over the world, which therefore had an impact on cruise liner stopovers and the organisation of excursions.

After a 17-month period of inactivity, historic cruise liners such as MSC Croisières and Costa Croisières were able to start operating again on Sunday 4th July in Marseille. Stopovers were progressively scheduled over weekends with the MSC Seaside and Costa Smeralda ships. Marseille Fos Port welcomed 18 cruise liners in total, including a new German operator: Nicko Cruises.

In total, there were **160 stopovers and more than 350,000 passengers, of which 130,000 used the Port of Marseille as their baseport, and 220,000 came here on a stopover.**

En comparaison à l'année 2019, la destination Marseille Provence affiche une perte de plus de 300 escales, une baisse de 72 % de passagers tête de ligne (passagers embarquant et débarquant) et -80 % de passagers total.

**Le manque à gagner pour le territoire Marseille Provence** est estimé à plus de 170 000 000€\*.

Néanmoins, les escales se sont poursuivies progressivement avec un pic d'activité au mois d'octobre avec **54 escales** réalisées, ce qui illustre une activité qui s'étend hors saison et une réelle opportunité pour les acteurs du tourisme.

#### • **Les excursions bulle et des passagers principalement européens**

Avec la reprise de juillet 2021, les passagers n'ont pu descendre à terre qu'au moyen d'excursions bulles (groupes de 35 personnes maximum encadrées par un guide) pour limiter les risques sanitaires.

Toutes les personnes en contact avec les passagers en excursion ont dû présenter un schéma vaccinal complet et un test PCR ou antigénique négatif. Ils ont également été testés plusieurs fois pendant la croisière. A noter que la majorité des passagers qui ont fait escale en Provence sont européens : Italiens, Français, Espagnols, Suisses.

As compared to 2019, the Marseille Provence destination recorded a loss of more than 300 stopovers, a 72% drop in base port passengers (those boarding and disembarking here) and -80% in passengers in total.

**The loss for the Marseille Provence area to be recovered** was estimated at more than €170,000,000\*.

Nevertheless, the number of stopovers is increasing little by little, with a peak in October of **54 stopovers**, showing that this is an activity that remains popular beyond the summer season, and is therefore a real opportunity for those operating in the tourism industry.

#### \***Restrictive excursions and mainly European passengers**

When cruises restarted in July 2021, passengers were only authorised to disembark for restrictive excursions (in groups of 35 people maximum, with a guide) to limit the health & safety risks.

Anyone coming into contact with the passengers on an excursion had to show proof of a full course of vaccination and a negative PCR or lateral flow test. They were also tested several times during the cruise. It should be noted that the majority of passengers on stopovers in Provence were European: Italian, French, Spanish, Swiss.



© CLUB DE LA CROISIERE MARSEILLE PROVENCE (MPCC)



© CLUB DE LA CROISIÈRE MARSEILLE PROVENCE (MPC)

1<sup>ère</sup> ESCALE WORLD NAVIGATOR 2021

### Les temps forts de la saison 2021

**- 9 escales inaugurales avec des navires récents :** MSC Seaside, MSC Seashore, Costa Firenze, MSC Virtuosa, World Navigator, Seven Seas Splendor...

**- Positionnement de navires nouvelle génération en escale à Marseille** avec MSC Seaside et MSC Seashore dotés des technologies les plus avancées en matière environnementale et le Costa Smeralda, propulsés au gaz naturel liquéfié (GNL). Le GNL permet une réduction de plus de 85% des oxydes de soufre et d'azote et particules fines et d'environ 25% du CO2.

### - 6 compagnies de croisière supplémentaires signent la Charte Bleue.

Mise en place en octobre 2019 par le Club de la Croisière Marseille Provence, la Charte Bleue a pour vocation de réduire l'impact environnemental de l'activité croisière. Si **13 armateurs** ont aujourd'hui signé la Charte Bleue, couvrant ainsi **97% des passagers accueillis en 2021**, toutes les compagnies de croisière escalant au port de Marseille Fos ont vocation, à terme, à y adhérer.

### Highlights of the 2021 season

**- 9 inaugural stopovers with recent cruise liners:** MSC Seaside, MSC Seashore, Costa Firenze, MSC Virtuosa, World Navigator, Seven Seas Splendor, etc.

**- Positioning of stopovers for new-generation ships in Marseille** with MSC Seaside and MSC Seashore boasting the very latest technology in terms of the environment, and the Costa Smeralda, **powered by liquified natural gas (LNG)**. LNG allows for a reduction of more than 85% in sulphur and nitrogen oxides and fine particles, and around 25% in CO2.

### - 6 more cruise companies signed the « Charte Bleue ».

The 'Charte Bleue' was set up in October 2019 by the Marseille-Provence Cruise Club, in an effort to reduce the environmental impact of cruise liners. **13 shipowners** have now signed the 'Charte Bleue', covering **97% of the passengers who came here in 2021**, and all cruise companies stopping over in Marseille Fos port intend to sign the charter at some point.

## - Régulation des flux croisière à Notre-Dame-de-la-Garde.

Cette mesure impulsée par le Club de la Croisière Marseille Provence et la Basilique dès le mois d'octobre 2020 se traduit par une limitation à **4 autocars par compagnie et demi-journée**. L'enjeu est d'assurer ainsi **une meilleure gestion des flux** tout en évitant les nuisances auprès des riverains. Suite au succès de cette première mesure, de nouvelles régulations qui visent d'autres sites très fréquentés comme le Panier sont en cours d'élaboration pour la saison 2022.

## - Regulation of cruise passenger traffic at Notre-Dame-de-la-Garde.

This measure was introduced by Marseille-Provence Cruise Club and the basilica in October 2020, limiting numbers to **4 coaches per company, per half-day. The idea is to manage the flow of visitors in a better way**, and avoid disturbing local residents. This first measure proved to be a great success and so new regulations for other very popular places such as Le Panier are now under discussion for the 2022 season.

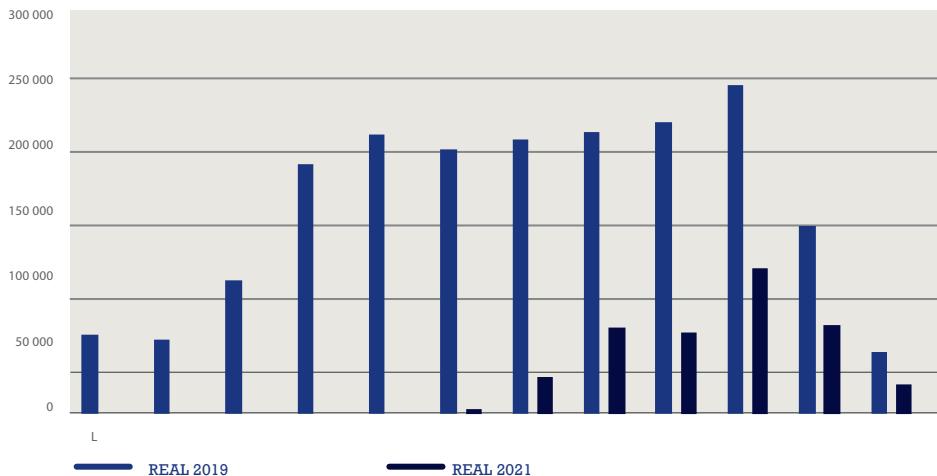
\* SOURCE : ESTIMATION BASÉE SUR EXTRAPOLATION CHIFFRES 2017 DE L'ETUDE SUR L'IMPACT SECTORIEL DE LA CROISIÈRE MARITIME ET FLUVIALE EN RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR 2017 - CCIMP

\* SOURCE: ESTIMATE BASED ON 2017 FIGURES FROM THE STUDY ON THE IMPACT BY SECTOR OF MARITIME AND RIVER CRUISES IN THE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR REGION 2017 - CCIMP



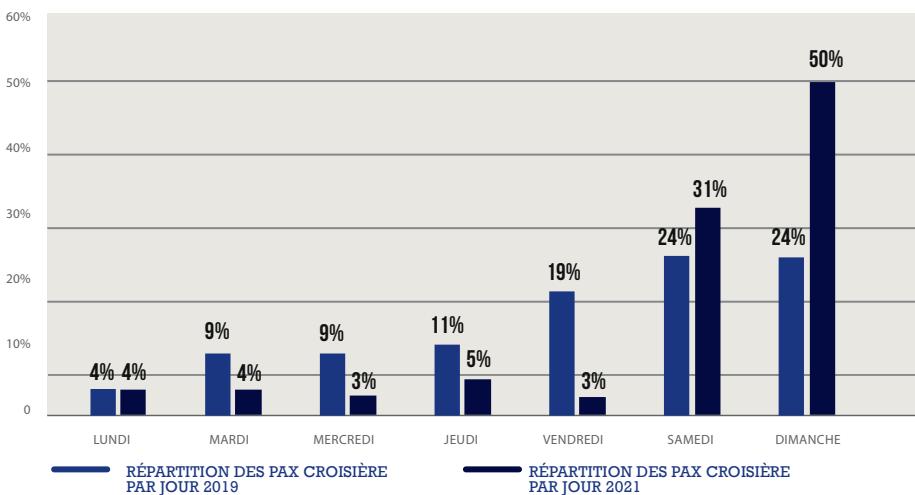
© CLUB DE LA CROISIÈRE MARSEILLE PROVENCE (MPC)

## SAISONNALITÉ DE L'ACTIVITÉ CROISIÈRE 2019 VS 2021 SEASONALITY OF THE CRUISE ACTIVITY 2019 VS 2021



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

## RÉPARTITION PASSAGERS CROISIÈRE PAR JOUR 2019 VS 2021 BREAKDOWN OF CRUISE PASSENGERS PER DAY 2019 VS 2021



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



ESCALE J4 SEA CLOUD 02.09.21 - MPCC

# OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE

MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE  
AND CONVENTION BUREAU  
[marseille-tourisme.com](http://marseille-tourisme.com)

2021, ANNÉE DE  
TOUS LES ESPOIRS

2021, A YEAR  
FILLED WITH HOPE



VIEUX-PORT

Les Français plaçaient beaucoup d'espoir en l'année 2021 espérant que la crise sanitaire déclarée en 2020 allait cesser notamment avec l'arrivée sur le marché d'un vaccin sauveur. Le début d'année, malgré des couvre-feux, laissait entrevoir une lueur d'espoir et de nouveaux projets et opérations de promotion semblaient envisageables. Le distanciel et les réunions en teams, zoom ou autre invention digitale pour maintenir le lien restaient de mise...

Le lancement de la saison touristique était prévu pour début avril avec une adaptation à la situation : au lieu d'un seul et même site, plusieurs mini-lancements étaient prévus et tout était fait pour que nos professionnels se retrouvent en présentiel en toute sécurité. Il en fut tout autrement puisque dès le week-end de Pâques terminé, la France fut de nouveau confinée...

Des réunions teams ont eu lieu, encore et toujours, pour préparer la saison estivale qui, si le covid laissait un peu de répit aux Français, serait certainement exceptionnelle !

La résilience du secteur du tourisme n'était plus à démontrer mais garder le lien, rassurer nos professionnels et envisager l'avenir de façon optimiste ont été au programme de ce début de printemps.

The French were filled with hope for 2021, hopeful that the pandemic declared in 2020 would come to an end, especially with the arrival of a vaccination. The beginning of the year showed some signs of hope, despite the imposed curfews, and new projects and promotional campaigns seemed to be a possibility. Working from home and team meetings via Teams, Zoom or other digital platforms remained the norm.

The tourist season was expected to be relaunched from the beginning of April, with adaptations: inside of one single site, several mini launches took place and everything was done to ensure that our professionals could get together in person in complete safety. However, things did not go to plan because just after Easter weekend, France went into yet another lockdown.

Meetings were once again held on Teams to prepare for the summer season which was sure to be an exceptional one if only Covid would give the French people a break!

The tourism sector had always been a resilient one, but for the beginning of spring, the focus was to keep people connected, reassure our professionals and stay optimistic for the future.

Mi-mai, ce fut le déconfinement et les campagnes de communication, arrêtées en avril, pouvaient reprendre afin que Marseille et sa Métropole puissent exister dans la bataille des destinations touristiques. Le tourisme d'affaires était, quant à lui, à l'arrêt total et aucune communication ne pouvait être envisagée dans un tel contexte. Le congrès mondial de la nature, déjà reporté en janvier, puis reporté encore restait en attente d'une nouvelle date, et les gros événements s'annulaient les uns après les autres. En juin, les séminaires et conventions ont timidement repris et les demandes pour l'automne étaient nombreuses, à la fois issues de reports mais aussi de nouveaux dossiers.

La saison touristique fut exceptionnelle par rapport à la crainte du secteur, une clientèle familiale, française à 80% qui permit à l'hôtellerie notamment, de réaliser le meilleur taux d'occupation des grandes ville de France avec un très bon revenu par chambre (Rev/par) sur l'été.

La crise du Covid avait été l'occasion d'accélérer l'engagement RSE de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille avec notamment la démarche de certification ISO 20121, le programme de labellisation Clef Verte des hoteliers marseillais, et l'entrée pour la première année dans le GDS Index avec un score de 51%. Ce pourcentage de 51% des critères RSE pour Marseille est un score tout à fait convenable pour un premier classement, laissant ainsi une marge de progression pour les mois à venir.

Dès février 2021, tous les services événementiels de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille s'étaient mis en ordre de marche pour obtenir la certification ISO 20121 avant la fin de l'année, en changeant les habitudes, en sortant de leur zone de confort, en remettant en question la façon d'accueillir, de travailler... l'audit de certification a eu lieu fin septembre et le 16 novembre, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille était certifié officiellement ISO 20121 et entrait ainsi aux côtés de Nancy, Bordeaux et Rennes dans le cercle très fermé des offices certifiés.

Mid-May the lockdown measures were eased and communication campaigns which had come to a halt in April could be revived, so that Marseille and the urban community could take its rightful place among the popular tourist destinations. Business tourism had however come to a complete standstill and it was still not possible to resume communication. The World Conservation Congress had already been postponed in January, and then again, and was still awaiting a new date, and other major events were cancelled one after the other. In June, seminars and conventions began to resume and many more were scheduled for the autumn. Many of these were events that had previously been postponed, but some were new ones.

The tourist season was an exceptional one despite the worries from the sector. Thanks to families, 80% of them French, the hotel industry in particular recorded the best occupancy rate among big French cities, with very good revenue per room (Rev/par) over the summer.

The Covid pandemic was an opportunity to develop the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau's CSR policy, with the application for ISO 20121 certification, the Clef Verte (Green Key) label for Marseille hotels, and the destination featured on the GDS Index for the very first time with a score of 51%. This score of 51% for Marseille's CSR criteria is very satisfactory bearing in mind it was the first time, and leaves plenty of room for improvement over the coming months.

From February 2021, all the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau events' services were up and running, to obtain the ISO 20121 certification before the end of the year. They changed their habits, left their comfort zone and called into question their welcome services, their way of working, etc. The certification audit took place at the end of September and on the 16th of November, the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau was officially granted the ISO 20121 certification, along with Nancy, Bordeaux and Rennes, three of the other very few certified tourist offices.

## PÔLE ACCUEIL & INFORMATIONS

L'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille accueille **363 jours par an** les touristes et les locaux en quête d'information. Situé au 11, La Canebière (13001), une équipe de **15 conseillers** en séjours répondent à toutes les questions concernant le territoire, la ville de Marseille et les nombreuses activités à réaliser.

Les conseillers en séjours proposent ces renseignements à un public de tout horizon, puisque 8 langues y sont parlées (français, anglais, italien, espagnol, allemand, portugais, chinois et la LSF), quel atout de taille! Les plans sont ainsi édités en 11 langues (dont le coréen, japonais, russe et hollandais).

### Trois points d'accueil physique :

- le 11, la Canebière
- le kiosque Gare saint Charles
- le MPCT (Marseille Provence Cruise Terminal) pour l'accueil des croisiéristes".

## WELCOME & INFORMATION DESK

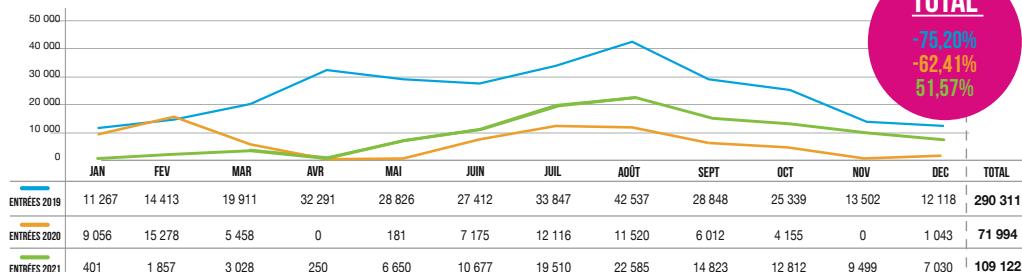
The Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau opens **363 days a year** to provide information to tourists and residents. At no. 11 La Canebière (13001), a team of **15 traveladvisors** answer all visitors' questions about the region, the city of Marseille and the wide range of activities available. The travel advisors provide information for people from all walks of life, and offer the major advantage of speaking 8 different languages between them (French, English, Italian, Spanish, German, Portuguese, Chinese, and French sign language)! Tourist maps are published in 11 languages (including Korean, Japanese, Russian and Dutch).

### Three physical reception points:

- 11, La Canebière
- the Saint Charles Railway Station Kiosk
- the MPCT (Marseille-Provence Cruise Terminal) for welcoming cruise passengers.



## FLUX À L'OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE DE CLIENTS AUX PORTES FLOW OF VISITORS ON-SITE AT THE MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU



**TOTAL (FLUX+ESCALE CROISIÈRE)**  
2019: 515 811 PERSONNES    2020: 90 494 PERSONNES    2021: 109 122 PERSONNES

### AUX ESCALE CROISIÈRE CRUISE STOPOVERS

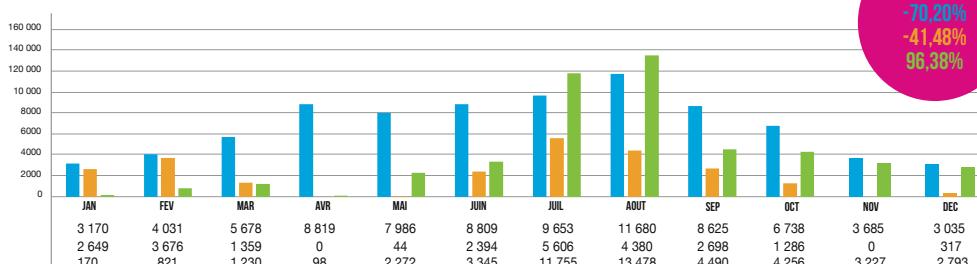
	JAN	FÉV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEPT	OCT	TOTAL
<b>2019</b>	23	15	25	53	64	49	51	47	57	67	451 / 225 500 pers
<b>2020</b>	15	14	8	-	-	-	-	0	-	-	37 / 18 500 pers
<b>2021</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### DEMANDES À L'OFFICE MÉTROPOLITAIN DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE

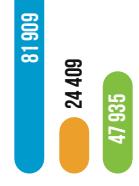
1 RENSEIGNEMENT PEUT CONCERNER UNE PERSONNE, UNE FAMILLE OU UN GROUPE

### VISITS TO THE MARSEILLE METROPOLITAN TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU

1 VISIT CAN REFER TO A PERSON, A FAMILY OR A GROUP



-53,85%  
-6,96%  
101,62%  
FRANCE



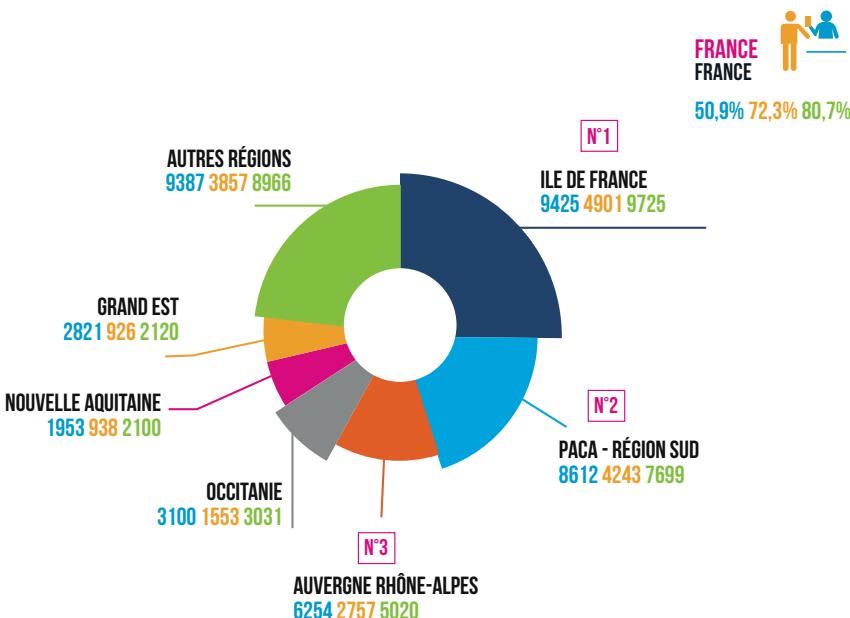
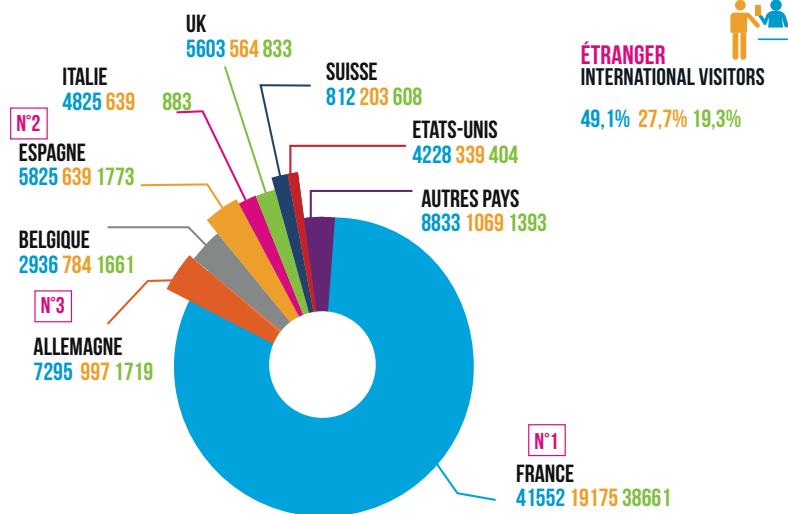
-70,20%  
-41,48%  
96,38%  
TOTAL



-87,03%  
-77,02%  
77,19%  
ÉTRANGER

2019  
2020  
2021

## ACCUEIL PAR NATIONALITÉ RECEPTION BY NATIONALITY



## DISPOSITIF HORS LES MURS

Fort de l'expérience de l'été 2020 où Marseille a connu un engouement sans précédent, parfois au détriment des habitants, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille a mis en place un dispositif d'envergure déployé sur juillet/août afin de renseigner les visiteurs sur les sites les plus fréquentés et faire de la prévention.

Une cinquantaine de saisonniers parlant à minima l'anglais ont été embauchés. En binômes, ils disposaient de la documentation nécessaire et d'une tablette afin de pouvoir faire des réservations en temps réel si besoin. 10 000 personnes ont été ainsi accueillies durant les 2 mois via ce dispositif.

### 8 SECTEURS IDENTIFIÉS EN BINÔME MOBILE : MOBILE WELCOME SERVICES WERE PROVIDED IN 8 SECTORS:

- Cabanon du Vieux-Port dans le cadre de l'été marseillais
- De l'Orange Vélodrome à la Cité radieuse Le Corbusier
- Du Palais Longchamp au Cours Julien
- Le Frioul
- Notre-Dame de la Garde
- L'Estaque
- Les Goudes – Callelongue – Cap Croisette
- Les Logissons (sur la Gineste)
- + le kiosque Gare Saint-Charles qui restera ouvert à l'année 7 jours sur 7.



ÉTÉ 2021 SAISONNERS LUMINY

## « HORS LES MURS » (BEYOND THE WALLS) INITIATIVE

After the unprecedented crowds of summer 2020, sometimes at the expense of the local residents, Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau implemented a widespread initiative for July and August, to provide visitors with tourist information at the most popular points of interest, to avoid overwhelming the tourist office. Around fifty seasonal employees were hired, all able to at least speak English. They worked in pairs, equipped with all the necessary documentation and a tablet to be able to make bookings in real time if needed. 10,000 people made use of this initiative over a 2-month period.

- Cabanon du Vieux-Port during the « l'été marseillais » (summer in Marseille) period
- From Orange Velodrome to Le Corbusier's La Cité Radieuse.
- From Palais Longchamp to Cours Julien
- Le Frioul
- Notre-Dame de la Garde
- L'Estaque
- Les Goudes – Callelongue – Cap Croisette
- Les Logissons (on La Gineste)
- + the kiosk at Saint Charles Railway Station which stays open all year round, 7 days a week.



© OMTM

## COMMERCIALISATION ET DIGITAL

**2021, la transformation digitale de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille continue :**

**E-commerce :** L'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille poursuit le déploiement de sa place de marché « Marseille Experience » dédiée à la commercialisation d'activités touristiques. A fin 2021, plus de 30 prestataires avaient rejoint l'aventure !

Reposant sur la technologie Regiondo-Welogin, la plateforme permet la vente de visites guidées, du City Pass et des activités de prestataires métropolitains, à l'accueil de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille et sur le web :

[www.marseilleexperience.com](http://www.marseilleexperience.com)

**Site web :** l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille poursuit sa stratégie de rédaction de contenu afin d'accompagner au mieux les visiteurs dans leurs choix de destination et dans leurs recherches d'informations. Un espace dédié aux professionnels est désormais disponible avec du contenu spécifique, des informations pratiques, stratégiques ainsi qu'une websérie vidéo présentant nos professionnels emblématiques !

A découvrir sur :

[www.marseille-tourisme.com](http://www.marseille-tourisme.com)

**Système d'information touristique (SIT) :** Marseille poursuit la mise à jour de l'information touristique sur la base nationale Apidae. Cette base de données recense l'offre touristique de notre destination et permet sa diffusion sur de nombreux sites internet.

**Gestion de la relation client (GRC) :** l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille poursuit le déploiement du CRM Avizi pour centraliser ses contacts professionnels et grand public et étoffer sa stratégie d'emailing. Cet outil de gestion de la relation client spécialisé tourisme est connecté à Apidae pour optimiser la mise à jour des contacts.

## MARKETING AND DIGITAL

**2021 witnessed the digital transformation of the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau:**

**E-commerce:** The Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau continued working on 'Marseille Experience', devoted to communication campaigns for tourist activities.

By the end of 2021, more than 30 service providers had decided to get involved!

The platform is based on Regiondo-Welogin technology and is used for the sale of guided tours, City Passes and leisure activities with the region's service providers, at the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau desks and on the website:

[www.marseilleexperience.com](http://www.marseilleexperience.com)

**Website:** the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau continued drafting new content in order to provide visitors with the best possible service, in choosing their destination and in searching for information.

There is now a section devoted to professionals with specific content, practical information, strategic information and a video web-series presenting our most well-known professionals!

To see now on:

[www.marseille-tourisme.com](http://www.marseille-tourisme.com)

**Tourist Information System (SIT):** Marseille continued to keep tourist information up-to-date on the Apidae national database. This database collects information about the tourism sector in our destination and allows this information to be made available on a wide range of websites.

**Customer Relationship Management (CRM):** the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau continued to use the Avizi CRM to centralise professional and public contacts and to develop their emailing campaign. This customer relationship management tool is specialised in tourism and connected to Apidae to optimise contact updates.

**Réseaux sociaux :** l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille accentue sa stratégie et sa présence sur les réseaux sociaux auprès de la cible BtoB avec le lancement d'un compte LinkedIn pour le Bureau des Congrès et pour l'Office.

Le dispositif grand public se poursuit sur les réseaux Facebook, Instagram, YouTube et Pinterest.

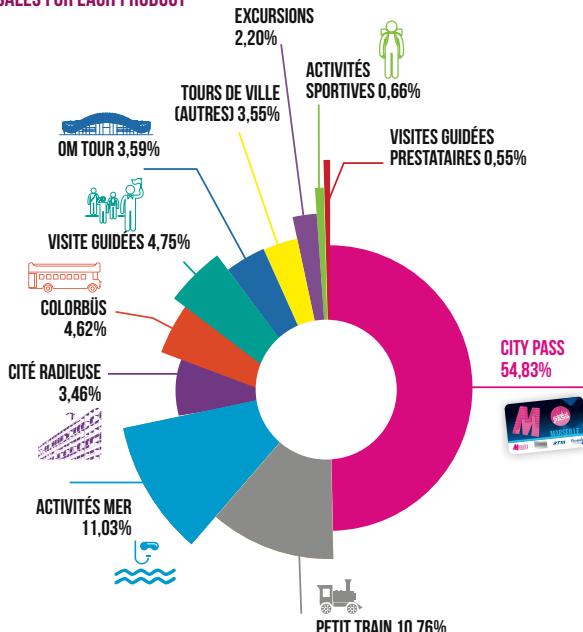
## MARSEILLE EXPÉRIENCE

En 2020, la destination Marseille déploie sa place de marché dédiée à la commercialisation d'activités touristiques. Reposant sur la technologie Regiondo -Welogin, la plateforme permet la vente de visites guidées, du CityPass et des activités de loisirs des prestataires du territoire, à l'accueil de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille et sur le web :

[www.marseilleexperience.com](http://www.marseilleexperience.com)

L'objectif, désormais, est de faire de Marseille Expérience le site de référence pour la vente d'activités à Marseille en proposant une offre exhaustive sur l'ensemble du territoire pour la clientèle individuelle.

## RÉPARTITION DES VENTES PAR PRODUIT BREAKDOWN OF SALES FOR EACH PRODUCT



**Social media:** the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau focused much of their attention to their strategy and social media presence for BtoB contacts with the launch of a LinkedIn account for the Tourist Office and Convention Bureau.

Efforts continued for the public at large through Facebook, Instagram, YouTube and Pinterest.

## MARSEILLE EXPERIENCE

In 2020, the destination Marseille unfurled its market position in terms of tourism marketing.

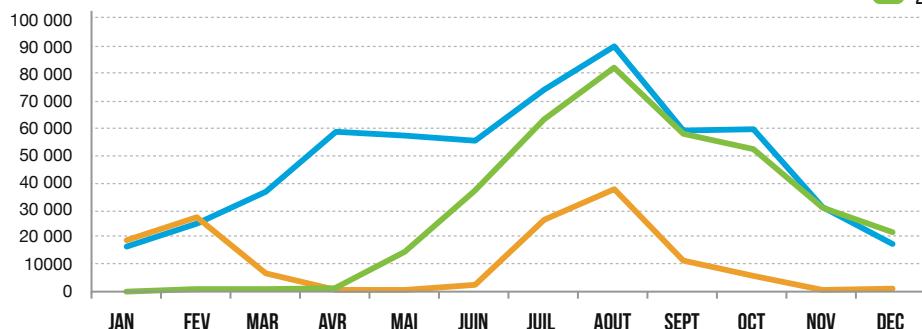
Based on Regiondo/Welogin technology, the platform enables the sale of guided tours, City Passes and leisure activities with the region's providers, at the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau desks and on the website:

[www.marseilleexperience.com](http://www.marseilleexperience.com)

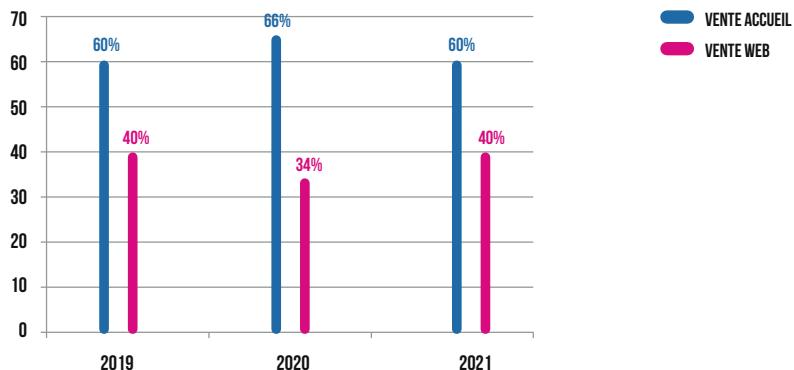
Our new goal is to make Marseille Expérience the reference site for the sale of activities in Marseille, by proposing an exhaustive offer across the region for individual customers.

## TOTAL DES VENTES EN EUROS TOTAL SALES IN EUROS

2019  
2020  
2021



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



TOUR DU FADA

© FADAF

## LE CITYPASS

**Le CityPass**, est un pass touristique et culturel qui permet d'accéder au Mucem et au Musée Regards de Provence, de visiter Marseille en Petit Train, de faire un circuit en Colorbüs 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.

### Le CityPass Marseille Provence

Permet de visiter Marseille et ses communes avoisinantes, Allauch, Aubagne, La Ciotat, Marignane et Saint Victoret en 72h pour seulement 46€.

**8 744 CityPass (tous confondus) ont été vendus en 2021 vs 4 779 en 2020.**

## CITYPASS

**The CityPass** is a tourism and culture pass that allows admission to the Mucem and the Regards de Provence Museum, as well as little train tours around Marseille, a hop-on/hop-off bus tour or access to Château If by boat (transport + admission), use of public transport (depending on selected package), various discounts in partner shops, and reduced rates for cultural and leisure activities.

### The Marseille Provence CityPass

This pass allows you to visit Marseille and its neighbouring communes, Allauch, Aubagne, La Ciotat, Marignane et Saint Victoret in 72h for only €46.

**8.744 City passes were sold in 2021 vs 4.779 in 2020.**

## CITYPASS MARSEILLE

CITYPASS MARSEILLE	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





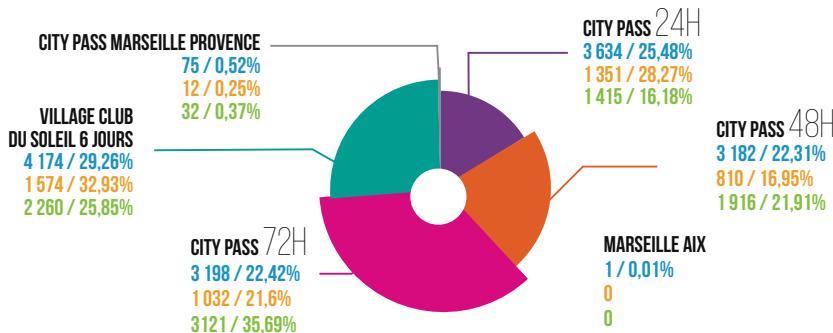
PETIT TRAIN - CORNICHE

© E. LAMY/OMTCM



## REPARTITION DES VENTES BREAKDOWN OF SALES

2019  
2020  
2021



## TOP 5 DES LIEUX VISITÉS TOP 5 PLACES VISITED

2021

- 1 PETIT TRAIN NDG
- 2 RTM IF FRIOUL
- 3 MUCEM
- 4 CHÂTEAU IF
- 5 THE REGARDS DE PROVENCE MUSEUM

2020

- 1 MUCEM
- 2 PETIT TRAIN NDG
- 3 RTM IF FRIOUL
- 4 THE REGARDS DE PROVENCE
- 5 MUSEUM VIEILLE CHARITÉ

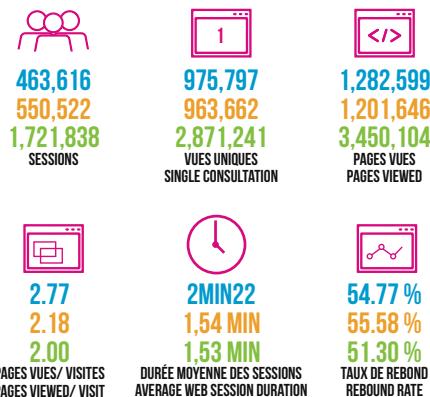
2019

- 1 MUCEM
- 2 PETIT TRAIN NDG
- 3 RTM IF FRIOUL
- 4 VIEILLE CHARITÉ
- 5 MUSÉE D'HISTOIRE

## FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET WEBSITE TRAFFIC



2019  
2020



**Pages vues :** Nombres de pages vues pendant une période donnée, si au cours d'une session 30 pages sont vues, on compte 30 pages vues.

**Consultation unique :** est comptabilisée pour chaque page vue indépendamment du nombre de fois où elle aura été vue au cours d'une session (On compte une consultation unique même si la même page est vue 4 fois)

**Sessions :** une visite/connexion sur le site (1h ou 5 minutes)

**Taux de rebond :** mesure le pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site après, sans consulter d'autres pages. Ils n'ont donc vu qu'une seule page du site. Soit parce qu'ils ont trouvé directement la réponse à leur question (grâce à un référencement naturel pertinent), soit la page ne les intéresse pas et ils repartent aussitôt. (Cela dépend de nombreux facteurs, une analyse complète des pages doit être faite pour analyser les flux).

**Pages viewed:** Number of pages viewed during a given period (if 30 pages are consulted in a session, this counts as 30 pages viewed).

**Single consultation:** counted for each page viewed regardless of the number of times it is viewed in a session (a single consultation is counted even if the same page is viewed 4 times)

**Session:** a visit/log-in to the website (whether for 1 hour or 5 minutes)

**Rebound rate:** the percentage of internet users who enter a web page and leave the site without consulting any other pages. Such users have therefore only seen one page of the website. This is either because they immediately found the answer to their query (thanks to pertinent natural search engine optimisation), or because they were not interested in the content. (This depends on a number of factors. To analyse the traffic, a full analysis of the pages is required.)



© FOTOLIA/OMT

NOTRE DAME DE LA GARDE - VUE DE MARSEILLE

## PAGES LES PLUS VUES TOP 5 TOP 5 MOST VIEWED PAGES

2021

- 1 DÉCOUVREZ MARSEILLE / INCONTOURNABLES
- 2 ORGANISEZ VOTRE SÉJOUR / ACCES ET INFOS PRATIQUES / INFOS COVID 19
- 3 DÉCOUVREZ MARSEILLE / CALANQUES PLAGES ET NATURE / LES CALANQUES DE MARSEILLE
- 4 DÉCOUVREZ MARSEILLE / CALANQUES PLAGES ET NATURE / LE CALANQUES / COMMENT ACCÉDER AUX CALANQUES
- 5 VIVEZ MARSEILLE BLOG / AGENDA

2020

- 1 DÉCOUVREZ MARSEILLE / CALANQUES PLAGES ET NATURE / LES CALANQUES
- 2 DÉCOUVREZ MARSEILLE / CULTURE ET PATRIMOINE / SITES ET MONUMENTS / LA CITÉ RADIEUSE-LE CORBUSIER
- 3 ORGANISEZ VOTRE SÉJOUR / ACCES ET INFOS PRATIQUES / INFORMATIONS COVID 19 MARSEILLE
- 4 QUE FAIRE/VISITER/PROMENADE CALANQUES (ANCIEN SITE)
- 5 DÉCOUVREZ MARSEILLE / INCONTOURNABLES

2019

- 1 QUE FAIRE/AGENDA
- 2 PROMENADE DANS LES CALANQUES
- 3 QUE FAIRE/VISITER/NOS SUGGESTIONS DE BALADES
- 4 DÉCOUVRIR MARSEILLE / THE MUST-SEES
- 5 ACTU / LE NOUVEAU STADE VELODROME

## MODE DE CONNEXION DES INTERNAUTES INTERNET USERS MEANS OF CONNECTION



**MOBILE**  
1 245 806 - 72,35%  
205 739 - 37,37%  
183 931 - 39,67%



**TABLET / TABLET**  
39 879 - 2,32%  
22 174 - 4,03%  
33 304 - 7,18%



**ORDINATEUR / COMPUTER**  
436 153 - 25,33%  
322 609 - 58,60%  
246 381 - 53,14%

## RÉSEAUX SOCIAUX



MARSEILLE EXPERIENCE

**566**

NO ACCOUNT

NO ACCOUNT

**PAS DE COMPTE**

NO ACCOUNT

ABONNÉS

SUBSCRIBERS



CHOOSE MARSEILLE

**27,356**

**23,750**

**23,447**

ABONNÉS

SUBSCRIBERS



OMTCM

**1305**

**PAS DE COMPTE**

NO ACCOUNT

**PAS DE COMPTE**

NO ACCOUNT

ABONNÉS

ABONNÉS



MARSEILLE TOURISME

**7471**

**6926**

**6,500**

ABONNÉS

SUBSCRIBERS



MARSEILLE EXPERIENCE

**1237**

**PAS DE COMPTE**

NO ACCOUNT

**PAS DE COMPTE**

NO ACCOUNT

ABONNÉS

SUBSCRIBERS



CHOOSE MARSEILLE

**43,639**

**35,016**

**31,100**

ABONNÉS

SUBSCRIBERS



## CHOOSE MARSEILLE

LES 3 PUBLICATIONS QUI ONT LE PLUS DE MENTIONS / THE 3 POSTS WITH THE MOST INTERACTIONS

1



45.3 K COUVERTURE

2.8 K MENTIONS

20 JUILLET 2021

2



39 K COUVERTURE

2.7 K MENTIONS

13 SEPTEMBRE 2021

3



17.8 K COUVERTURE

2.4 K MENTIONS

17 SEPTEMBRE 2021



## CHOOSE MARSEILLE

LES 3 PUBLICATIONS QUI ONT LE PLUS DE MENTIONS / THE 3 POSTS WITH THE MOST INTERACTIONS

1



71 K COUVERTURE

678 MENTIONS

26 JUILLET 2021

2



67,6 K COUVERTURE

18 K MENTIONS

9 AVRIL 2021

3



62,8 K COUVERTURE

738 MENTIONS

23 JUILLET 2021

\* Couverture de publication : Le nombre de personnes qui ont vu votre publication au moins une fois

\* Post coverage: The number of people who viewed your post at least once.

CHOOSE MARSEILLE  
TOP 3 DES PUBLICATIONS DE SEPT À JANV / TOP 3 POSTS BETWEEN SEPTEMBER AND JANUARY

1



peripherie.com  
Méli Daron: "Si j'étais en jeans Français, je m'installerais à Marseille"  
La star américaine fait sur la Croisette du Festival de Cannes pour «Officer et...»  
présenter notre compétition. Lors de la conférence de presse, il a...»

834.8M-22 1013 2021-2022 2022-2023

44,5 K IMPRESSIONS  
1,1 K ENGAGEMENT  
22 SEPTEMBRE 2021

2,3 K IMPRESSIONS  
73 ENGAGEMENT  
1 SEPTEMBER 2021

2,1 IMPRESSIONS  
79 ENGAGEMENTS  
22 OCTOBRE 2021

\* Impression : Le nombre de fois que les utilisateurs ont vu le tweet sur Twitter

/\* Impression: The number of times that users have seen the tweet on Twitter



0MTG

LES 3 PUBLICATIONS QUI ONT LE PLUS DE MENTIONS / THE 3 POSTS WITH THE MOST INTERACTIONS

1



VINÉO B2B HÔTEL NHOW

2



RÉUNION WTO

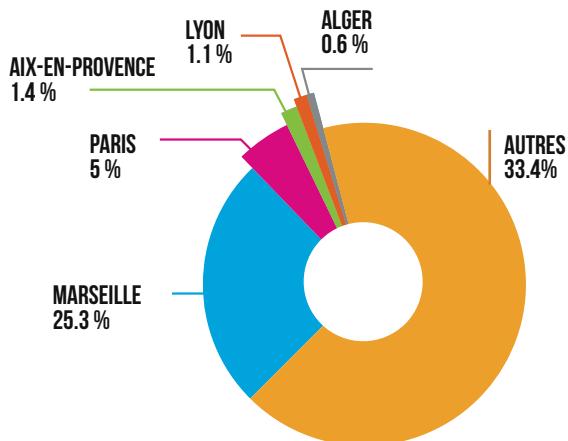
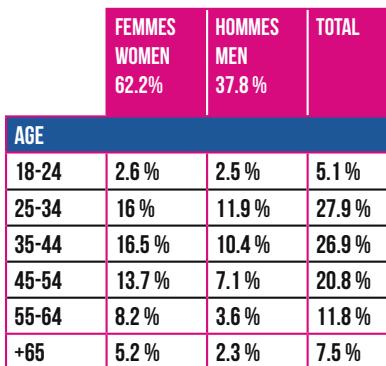
2



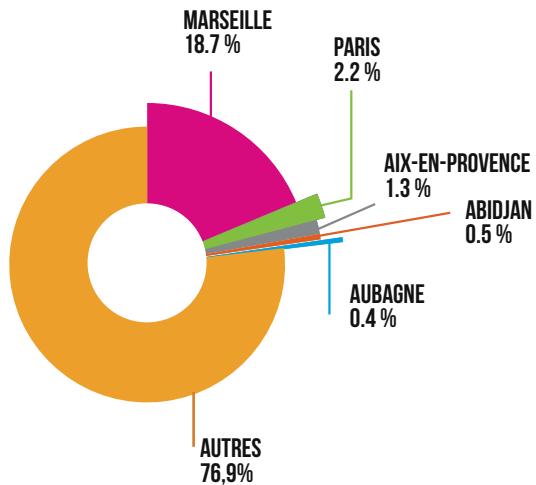
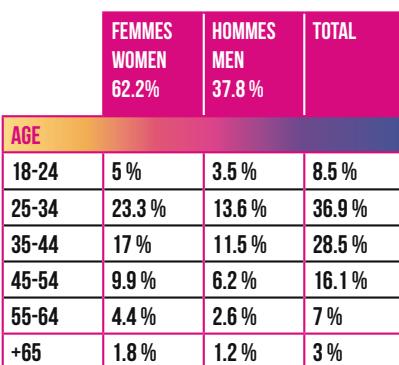
WORKSHOP AUSTRALIE



CHOOSE MARSEILLE



CHOOSE MARSEILLE



## PÔLE RÉCEPΤIF

**Les années 2020-2021 auront été des années de création, de mise en commun de compétences pour la refonte globale** des visites guidées qu'elles soient destinées aux individuels ou aux groupes, à la clientèle loisir ou affaires.

Plus que jamais, nous aurons **travaillé main dans la main avec nos prestataires et partenaires**, regrouper nos forces pour un tourisme serein et durable.

**Trois mois et demi d'arrêt réel** pour les visites en 2020 : Mi-mars, Avril, Novembre, Décembre.

**Quatre mois d'arrêt réel** en 2021 : de Janvier à Mai.

Ces temps ont été utilisés pour faire évoluer nos visites vers des formats préservant une dimension humaine, proposant de l'authenticité par des rencontres privilégiées avec les habitants, l'explication du savoir-faire par les artisans et le partage de mets traditionnels.

Les premiers participants se montrent alors sous le jour de citoyens concernés par la protection de leur territoire qu'ils ont pu observer derrière leurs fenêtres pendant les périodes de confinement.

Nos visites sont alors perçues comme autant d'occasions d'aller vers un **tourisme éco-responsable**.

**C'est ce que nous retiendrons pour 2021 : un pari gagné !**

## INCOMING DEPARTMENT

**2020-2021** were periods **used for creation, sharing expertise and for a complete overhaul** of guided tours aimed at individuals, groups, tourists and corporate visitors.

More than ever, we **worked in close partnership with our service providers and partners**, pooling our resources to forge an untroubled and sustainable tourism sector.

**Three and a half months of complete standstill** for tours in 2020: Half of March, April, November, and December.

**Four months of complete standstill** in 2021: from January to May.

These periods were used to work on improving our tours, making them more human-focused, offering authentic encounters with the locals, explanations of expertise from the craftspeople themselves, and opportunities to taste local specialities.

The first participants were locals who were concerned about protecting their local area, that they had only been able to admire through a window during the lockdown restrictions.

Our tours were considered as a step towards building **eco-responsible tourism**.

**That is what we should remember from 2021: the risk paid off!**



VISITE GUIDÉE

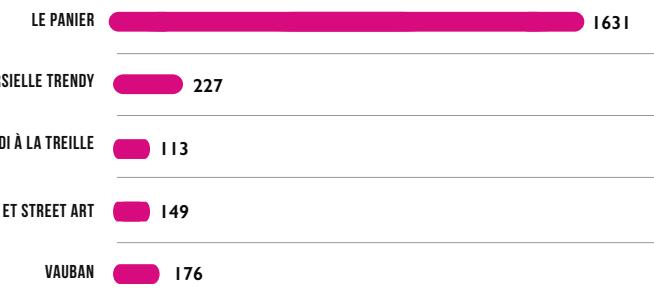
## PÔLE RÉCEPTIF VISITES GUIDÉES

Au 31 décembre 2021, **+ 14 % de ventes** par rapport à 2019, preuve que le choix de varier les thèmes et d'opter pour l'insertion d'ateliers et/ou de rencontres était la bonne formule.

La visite du Panier quant à elle, reste, sans surprise **la grande gagnante**, regroupant patrimoine, artisanat et art de vivre.

### TOP 5 VISITES PUBLIQUES EN 2021

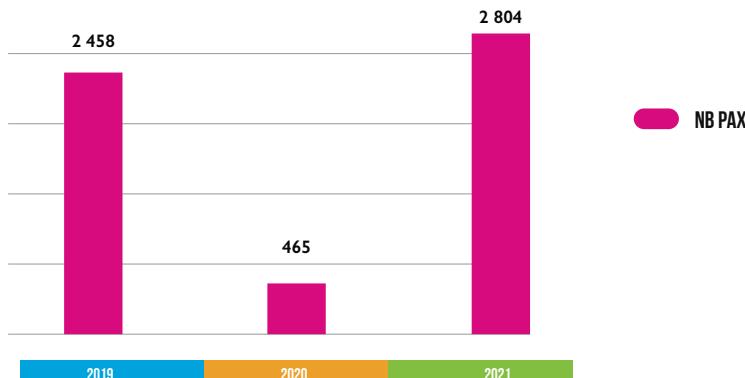
#### TOP 5 PUBLIC TOURS IN 2021



+14%  
VS 2019

### VISITES GUIDÉES 2019 / 2020 / 2021

#### GUIDED TOURS 2019 / 2020 / 2021



41 % des personnes ont réservé des visites avec un City Pass (au tarif de 0€ ou tarif réduit). 68 % des personnes ont réservé leur visite à l'accueil.

## INCOMING DEPARTMENT GUIDED TOURS

By 31 December 2021, **+14% sales** compared to 2019, showing that varying the themes and adding more workshops and/or encounters were the right choices.

It comes as no surprise that the **tour of Le Panier** was the **most popular tour**, with a combination of heritage, craftsmanship and art-de-vivre.

41% of people booked tours with a City Pass (at a price of €0 or discounted price). 68% of people booked their tour directly at the welcome desk.

## PÔLE RÉCEPTIF VISITES PUBLIQUES DE LA CITÉ RADIEUSE

Au 31 décembre 2021, La Cité radieuse a reçu **60 % en moins de personnes qu'en 2019.**

La Cité radieuse n'a rouvert ses portes qu'en Juin 2021 avec **des jauge limitées à 10 puis 15 personnes** avec 3 jours par semaine soit 6 visites par semaine seulement.

### LA CITÉ RADIEUSE 2019 / 2020 / 2021 LA CITÉ RADIEUSE 2019 / 2020 / 2021

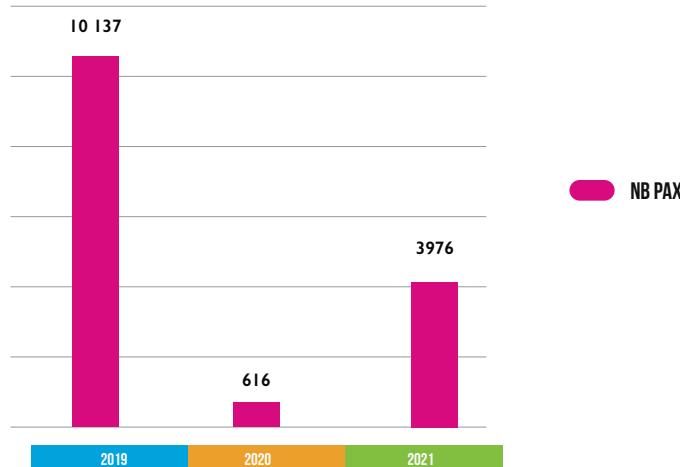
93 % des personnes ont réservé leur visite sur le site Marseille Experience

## INCOMING DEPARTMENT PUBLIC TOURS OF LA CITÉ RADIEUSE

By 31 December 2021, La Cité radieuse had recorded **60% less visitors than in 2019.**

La Cité radieuse only opened its doors in June 2021 with **limited capacity of 10 and then 15 people**, 3 times per week, or only 6 tours per week.

93% of people booked their tour on the Marseille Experience website.



## PÔLE RÉCEPTIF VISITES GROUPES

Il faut prendre en compte une activité sur 6 mois, avec un timide démarrage en mai et des pics en août (+18% découvertes effectuées vs 2019) et surtout Octobre (+ 5% découvertes effectuées vs 2019). Septembre est le mois où le plus de ventes ont été concrétisées.

**La clientèle :** France, Belgique, Suisse, Luxembourg, Allemagne, Espagne, Italie, USA

**Public:** 70% MICE, 20% Loisirs, 10% scolaires

**Les préférences :** dossiers sur mesure et complexes, regroupant guidages, transferts, transports terrestres & maritimes, activités, ateliers, restauration, hébergement

**Temps de réservation :** dernière minute

## INCOMING DEPARTMENT GROUP TOURS

It should be noted that the activity could only be recorded over a period of 6 months, with a modest launch in May and then peaks in August (+18% sightseeing tours vs 2019) and especially in October (+65% sightseeing tours vs 2019). The highest number of sales was recorded for September.

**Visitors:** France, Belgium, Switzerland, Luxembourg, Germany, Spain, Italy, USA

**Type of visitors:** 70% MICE, 20% leisure, 10% school groups

**Preferences:** personalised and complex requests, combining guided tours, transfers, land & maritime transport, activities, workshops, catering, accommodation.

**Reservation time:** last minute



© FOTOLIA/OMTOM

## PÔLE PROMOTION LOISIRS

Une année marquée par une timide reprise de l'international. La promotion on line continue pour maintenir notre visibilité.

### THE INTERNATIONAL PROMOTION SERVICE

Le service de promotion internationale de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille, met en œuvre une stratégie de promotion de toute l'offre de tourisme de loisirs de Marseille à destination des marchés français et internationaux.

Lenjeu est de continuer à promouvoir la nouvelle image touristique de Marseille et asseoir son attractivité comme capitale de la Provence et de destination incontournable en France et en Europe.

L'équipe composée de 3 personnes propose l'intégralité de l'offre locale, et une grande partie de l'offre Métropolitaine, et l'adapte en fonction des marchés afin d'attirer et d'allonger la durée de séjour des visiteurs à Marseille et son territoire. L'équipe apporte ainsi une aide technique et spécifique pour répondre aux demandes des agences et tour-opérateurs. Elle participe aux salons, workshops ou démarchages prévus à travers le monde dans le cadre du plan d'actions établi en début d'année. Le service organise aussi en général des éductours, créé des programmes de visites techniques adaptées et négocie de nombreux partenariats avec les prestataires locaux.

En 2020, pour s'adapter à la situation face à la crise COVID le service s'est réinventé en digitalisant ses actions et en requalifiant ses prospects pour toucher des marchés européens frontaliers.

En 2021, les webinaires continuent mais les actions en présentiel reprennent peu à peu.

L'adaptation a notamment été d'organiser des webinaires live, des reportages dans la ville pour transmettre virtuellement l'expérience d'une visite à Marseille.

## PROMOTION LEISURE ACTIVITIES CENTRE

A year with modest recovery on an international scale. Online promotion continued, to maintain visibility.

### THE INTERNATIONAL PROMOTION SERVICE

The international promotion department of the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau 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 and a key destination in France and in Europe.

The 3-strong team promotes all that the local area, and a large part of Metropolitan offer, and has to offer whilst adapting it for certain markets to draw in more visitors to Marseille and its region and encourage them to extend their stay for as long as possible. The team hence provides technical and specialised support to meet the needs of agencies and tour operators. They also participate in trade shows, workshops and worldwide campaigns under the action plan established at the start of the year. Finally, they also run educational tours, create specialised leisure tour programmes and negotiate many partnerships with local businesses.

In 2020, the department adjusted to the COVID crisis situation by reinventing itself through digitalisation and targeting new categories of potential clients in order to reach European markets just beyond the borders.

In 2021, webinars were still the norm but face-to-face meetings became more and more popular.

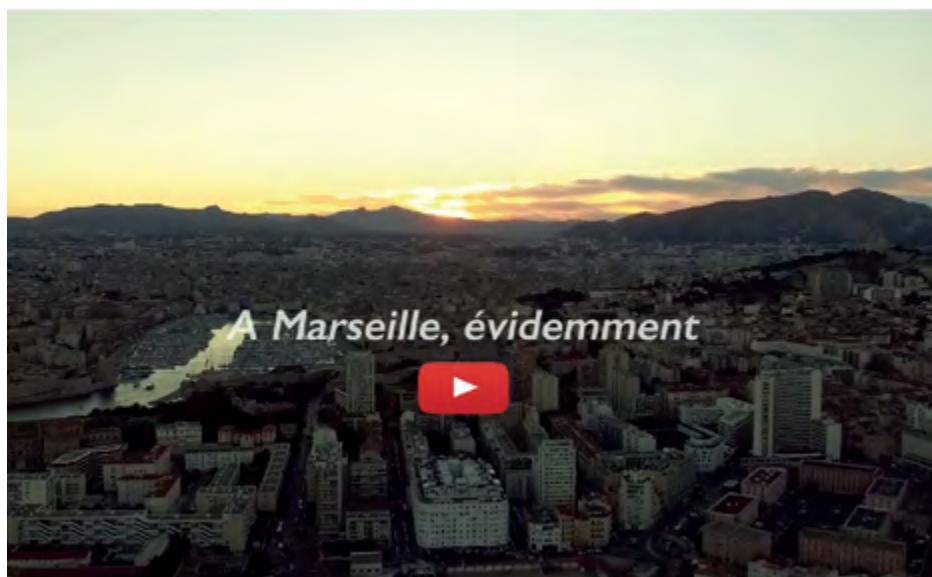
A major adaptation was the organisation of live webinars with footage directly from within the city to offer a virtual experience of Marseille.

Les 2 filières Bien-Être et Prestige amorcées en 2019 ont été poursuivies et l'accent a été mis sur **le slow tourisme** et la mise en valeur de notre environnement et de nos **offres éco-responsables**.

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, notamment l'offre labelisée Clef Verte et axer par ailleurs aussi sur une montée en gamme du tourisme à Marseille.

The 2 sectors launched in 2019, Wellbeing and VIP services, were pursued with a focus on **slow tourism** and the promotion of our environment and our **eco-friendly solutions**.

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 solutions, such as accommodation with the Clef Verte seal of approval, and focus on upgrading the local tourism offer.



<https://www.youtube.com/watch?v=iBnwnlS3N4k>

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 et les acteurs institutionnels locaux.

- 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 promotions liées aux lignes aériennes directes.

There is a direct link between what attracts tourists to Marseille and the appeal of the Aix-Marseille Provence metropolitan region. An action plan is hence established and developed in collaboration with Marseille-Provence Airport and local institutional stakeholders.

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

Cette année est restée en stand-by en attendant la reprise.

- Dans le cadre du Contrat de Destination Provence le service Promotion s'implique dans le pilotage du Volet Marketing. Cette implication nous permet de mutualiser nos budgets pour entreprendre des campagnes de communications d'envergure de notoriété et de conversion.

- Implication aussi du service pour participer au plan d'action du Club de la Croisière Marseille Provence. Cette année est restée en suspens en attendant la reprise.

>Les marchés prioritaires sont : la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Espagne, la Suisse, la Belgique, les Pays-Bas.

>Les marchés secondaires sont devenus les Etats-Unis, le Canada, la Chine, le Japon, la Corée, la Russie l'Inde, le Brésil et Israël

>Des marchés en approche : Asie du Sud-est, Moyen-orient et Mexique

This work was put on hold this year pending the resumption of activities.

- Regarding the Destination Provence Contract, the Promotion department is involved in managing the marketing component. This involvement means we can pool our budgets to engage in large-scale campaigns to communicate on our image and manage our conversion.

- The service is also involved in creating an action plan for the Marseille Provence Cruise Club. This work was put on hold this year pending the resumption of activities.

> The main markets are: France, Germany, Great Britain, Italy, Spain, Switzerland, Belgium, Netherlands.

> The secondary markets are: the USA, Canada, China, Japan, Korea, Russia, India, Brazil and Israel.

> Future target markets include: South-East Asia, the Middle East and Mexico.





## BILAN 2021

**1500 AGENCES FORMÉES**

**185 AGENCES ACCUEILLIES**

L'année 2021 est l'année où a été réalisé le plus grand nombre de salons/ workshops/ webinaires et aussi l'année record d'accueil d'eductours en moins de 6 mois !

Nouveau format ! Chaque opération en partenariat avec un hôtel est réalisée en « live » depuis cet hôtel.

## 2021 REPORT

**1,500 AGENCIES IN TRAINING**

**185 AGENCIES WELCOMED**

In 2021, the highest number of trade fairs / workshops / webinars was recorded, and it was also a record year for the number of Eductours in less than 6 months!

New format ! Each initiative carried out in partnership with a hotel is broadcast 'live' from the hotel.



### **7 WEBINAIRES LIVE**

France, Allemagne, Pays Bas, Espagne, USA, Canada

### **23 WORKSHOPS**

Virtuels & Présentiels

### **24 EDUCTOURS**

«Be my guest» 185 agences

France, Europe, USA, Canada, Corée

## PÔLE OBSERVATOIRE DU TOURISME

L'observatoire a pour objectif d'apporter un éclairage sur l'activité touristique de Marseille autour des axes suivants :

- L'analyse économique transversale : consommation touristique, retombées économiques et emplois dans le tourisme.
- L'analyse de l'offre : hébergements, transports, culture, événementiel, activités...
- L'analyse de la demande : fréquentation, profils et pratiques des clientèles touristiques.

Plusieurs outils sont au service des professionnels et investisseurs :

### **Les notes prospectives (production bimestrielle) : anticipation de la fréquentation.**

- Les tendances de marchés.
- Observation des réservations transport aérien (en collaboration avec l'Aéroport Marseille Provence).
- Etat des réservations hebdomadaires hôtelières (pick up jusqu'à 12 semaines).

### **Les notes de conjoncture (production mensuelle de mai à octobre) : baromètre de la reprise d'activité touristique post crise sanitaire sur un principe comparatif 2021 vs 2020/2019. 1<sup>er</sup> envoi de la saison 24 juin.**

- Secteurs observés : transport aérien, performances hôtelières, restauration, activités loisir, fréquentation de l'accueil à l'OT, croisières, MICE,...

### **Les chiffres clés (production annuelle) : éclairage sur l'activité touristique de Marseille Parution 1<sup>er</sup> juillet.**

- La consommation touristique, les retombées économiques et les emplois dans le secteur.
- Le panorama de l'offre : hébergements, transports, culture, événementiel, activités...
- L'analyse de la demande : fréquentation, profils et pratiques des clientèles touristiques.

### **Envoi d'une newsletter bimestrielle avec renvoi des articles sur l'espace professionnel du site de l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille mis en place depuis début avril.**

## TOURISM MONITORING DEPARTMENT

The purpose of the observatory is to showcase Marseille's tourism sector by focusing on the following:

- Transversal economic analysis: tourism consumption, economic benefits and employment in tourism.
- Analysis of the supply: accommodation, transport, culture, events, activities, etc.
- Analysis of the demand: numbers, tourism clientele profiles and habits.

Several tools are available for professionals and investors to make use of:

### **Prospective notes (produced bi-monthly): anticipation of numbers.**

- Market trends.
- Observation of bookings made for air transport (in partnership with Marseille-Provence Airport).
- Status of weekly hotel reservations (pick-up for up to 12 weeks).

### **Situation notes (produced monthly from May to October): barometer of the post-pandemic tourism recovery, based on comparisons of 2021 vs 2020/2019. 1<sup>st</sup> report of the season, 24 June.**

- Sectors observed: air transport, hotel performances, restaurants, leisure activities, Tourist Office welcome desk traffic, cruises, MICE, etc.

### **Key figures (produced annually): insight into the tourism activity in Marseille, published on 1 July.**

- Tourism consumption, economic benefits and employment in the sector.
- The supply: accommodation, transport, culture, events, activities, etc.
- Analysis of the demand: numbers, tourism clientele profiles and habits.

### **Distribution of a bi-monthly newsletter with reference to articles about the professional section of the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau website that has been available since the beginning of April.**

## LE DEVELOPPEMENT DURABLE

### Certification ISO 20121

Cette norme intègre les principes du développement durable dans son ensemble (environnemental, social et économique).

Elle vise à mettre en place un ensemble de procédures permettant d'identifier les enjeux clés du développement durable s'appliquant à l'activité de l'entreprise. Les principes de fonctionnement majeurs sont :

- Une approche par système de management adaptée à la structure et à sa façon d'opérer
- Une démarche participative avec les parties prenantes : collaborateurs, fournisseurs, participants, pouvoirs publics, clients, partenaires, etc.
- Une valorisation en interne comme en externe de la stratégie responsable.

Entre le 20 et le 28 septembre, le bureau Véritas a réalisé l'audit de certification pour l'obtention de la norme ISO 20121, durant plusieurs jours les services « généraux » et « événementiels » ont été interrogés sur leurs différentes procédures afin de déterminer si elles sont en adéquation avec les principes de la norme.

Le rendu d'audit réalisé a révélé :

- 6 points forts
- 4 opportunités d'amélioration
- 5 points faibles
- 1 NC mineure
- 0 NC majeure

**Et le 16 novembre, l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille a été officiellement certifié ISO 20121 rejoignant ainsi Nancy, Bordeaux et Rennes.**

A noter que cette certification a été réalisée en 7 mois, ce qui est un temps record là où il faut environ 18 à 24 mois !

Merci à Marseille Chanot pour sa précieuse collaboration !

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT

### ISO 20121 Certification

This standard aims to help organisations improve all aspects of sustainable development (environmental, social and economic).

The goal is to implement a series of procedures to identify the key issues to address, so that organisations can operate in a sustainable way. The main operating principles are:

- Taking a management systems approach that is adapted to the organisation and its way of working.
- A participatory approach with stakeholders: collaborators, suppliers, participants, public authorities, clients, partners, etc.
- Development of the responsible strategy both internally and externally.

Between the 20 and 28 September, Bureau Véritas carried out a certification audit for the ISO 20121 standard. This audit was done over several days and the general and events management departments were questioned about their various procedures, to determine whether the guidelines set by the standard were respected.

The results of the audit revealed:

- 6 strengths
- 4 areas for improvement
- 5 weaknesses
- 1 minor NC
- 0 major NC

**On the 16 November, the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau was officially certified ISO 20121, joining Nancy, Bordeaux and Rennes.**

It should be noted that the certification was granted within a period of 7 months, which is a record since it usually takes between 18 and 24 months!

Thank you to Marseille Chanot for the venue's valued contribution!

## Programme Clef Verte

En partenariat avec la ville de Marseille, l'OMTCM, avec l'appui technique de l'association Terragir, a mis en place un programme d'incitation et de soutien (financier et logistique) au déploiement du label Clef Verte / Green Key auprès des hébergements touristiques.

Ce programme vise d'une part à renforcer les démarches de développement durable au sein des établissements hôteliers de Marseille et dans la perspective des grands événements qui seront accueillis à Marseille entre 2020 et 2024, et d'autre part à laisser un héritage à l'accueil du congrès mondial de la Nature qui a finalement eu lieu en septembre 2021 en incitant un des acteurs majeurs de l'écosystème touristique (les hébergeurs) à réduire l'impact environnemental de leur activité.

**Bilan 2020 :** Marseille est la ville qui a enregistré un record de candidats (10 établissements) au Label Clef Verte au plan national malgré le contexte difficile pour les acteurs du tourisme.

**Bilan 2021 :** 3 nouveaux hôtels labellisés : AC Mariot, NH Hôtel et Maisons du Monde

**Perspectives 2022 :** le groupe ACCOR s'engage dans la labellisation Clef verte, plus de 20 hôtels à Marseille et sur le département. **Marseille sera ville pilote !**

## GDS Index

Le GDS Index (Global Destination Sustainability Index) est un programme d'amélioration des performances visant à rendre l'industrie du tourisme d'affaires et des événements plus durable via un classement international qui permet d'obtenir un score exprimé en %.

- Pour ce faire, le GDS aide les destinations à développer des stratégies et des pratiques efficaces en faveur des objectifs de développement durable de son Index.

Cette démarche contribue globalement à la qualité de vie sur les territoires et enrichit naturellement la qualité d'accueil et de découverte des visiteurs.

- Lancé en 2016, le GDS Index répertorie aujourd'hui 54 villes dans le monde entier dont 6 françaises en 2021, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Paris, Marseille et Nantes.

## Clef Verte Programme

In partnership with the City of Marseille, the Tourist Office and Convention Bureau and with technical support from the Terragir association, a programme was implemented to provide encouragement and support (financial and logistics) for the deployment of the Clef Verte / Green Key label for tourist accommodation.

The goal of this programme is on the one hand to reinforce the sustainable development approach within Marseille's hotels and for the organisation of the major events coming to Marseille between 2020 and 2024, and on the other hand, to continue what was started at the World Conservation Congress held in September 2021, by encouraging one of the major sectors in the tourism ecosystem (accommodation) to reduce the environmental impact of their activity.

**2020 report:** Marseille was the city with the highest number of candidates (10 establishments) for the Clef Verte Label in France, despite the challenging situation for the whole tourism sector.

**2021 report:** 3 new hotels received the certification: AC Mariot, NH Hôtel and Maisons du Monde

**Future prospects for 2022:** the ACCOR Group is applying for the Clef Verte certification, representing more than 20 hotels in Marseille and in the *département*. **Marseille will be a 'pilot city'!**

## GDS Index

The GDS Index (Global Destination Sustainability Index) is a performance improvement programme that aims to make the business tourism and events industry more sustainable, by using an international scoring classification in %.

- To achieve this, the GDS helps destinations develop effective strategies and practices that meet the sustainable development goals featured in the index.

This programme helps improve the quality of living in destinations and at the same time, improves the quality of welcome services and discoveries for visitors.

- The GDS Index was introduced in 2016, and today features 54 cities in the world, including 6 cities in France in 2021: Lyon, Bordeaux, Toulouse, Paris, Marseille and Nantes.

## **Les temps forts de 2021**

Mai : Etude des critères du GDS Index  
Juin : Entrée dans l'OMNI (plateforme de GDS Index) pour l'enregistrement des performances de la destination selon les 70 critères et justification par des documents officiels.  
13 août : Date limite de dépôt de l'ensemble des données OMNI  
26 octobre : Annoncé lors du congrès ICCA, Marseille obtient 51%, score honorable au vu du contexte et pour une première année, la destination ne peut que progresser !

## **Programme de soutien aux socio-professionnels de l'OMTCM**

Elargir l'offre de tourisme durable sur notre territoire via les partenaires du Bureau des Congrès et Marseille Expérience.

### **De septembre à décembre 2021**

#### **Campagne d'incitation :**

Encourager et former & création d'une base de données.



#### **Création de 7 guides pratiques**

« en route vers un tourisme durable » répertoriant les bonnes pratiques, mais aussi les aides, labels existants pour chaque catégorie identifiée dans la filière tourisme au sens large.

Hébergements - Restauration - Activités terrestres - Activités nautiques - Culture et patrimoine - Evénementiel - Commerces.

#### **Les partenaires du Bureau des Congrès Métropolitain :**

Ils ont tous été sollicités. 66 sur 90 ont déjà une démarche de développement durable. Ces démarches sont valorisées sur le guide congrès en ligne depuis juillet 2021.

#### **Les partenaires Marseille Expérience :**

Les 30 partenaires ont tous été sollicités.

## **Highlights of 2021**

May: Study of the GDS Index criteria  
June: Admission to OMNI (GDS Index platform) to record performances for the destination according to 70 criteria, backed up with supporting official documents.  
13 August: Deadline for submitting all data on OMNI.  
26 October: During the ICCA Congress, it was announced that Marseille achieved a score of 51%, which was an honourable score given the context and that it was the first year. The destination can only improve from here!

## **Support programme for the Tourist Office's socio-professional partners**

Widen the sustainable tourism offer in the local area via the Tourist Office and Convention Bureau partners and Marseille Experience.

### **From September to December 2021**

#### **Incentive campaign:**

Encourage and train & database creation.



#### **Creation of 7 practical guides**

‘En route vers un tourisme durable (working towards sustainable tourism) identifies the good practices as well as guidance and existing labels for each category included in the tourist industry in general.

Accommodation - Catering - Dry-land activities - Water sports - Culture and Heritage - Events - Shops.

#### **The partners of the Metropolitan Convention Bureau :**

They were all consulted. 66 out of 90 already adopt a sustainable development approach. These approaches were added to the conventions guide, available online from July 2021.

#### **The Marseille Experience partners:**

The 30 partners were all consulted.

## PÔLE PRESSE - COMMUNICATION

### 2021, plus que jamais l'ambition du collectif est là!

La communication grand public a été imaginée pour un « top départ » dès le mois d'avril afin d'être les premiers à communiquer, puis pause estivale et relance à l'automne.

Il a fallu comme en 2020 s'adapter à l'actualité sanitaire et déclencher, arrêter, reprendre les campagnes de communication engagées.

Nous savions que la saison serait fanco-française même si cette année grâce au vaccin, nos voisins européens étaient en capacité de venir sans trop de contraintes à l'aller comme au retour.

La mise en place du Pass sanitaire n'a pas eu trop de répercussion sur l'été qui a été excellent avec des taux d'occupation et des RevPar les meilleurs de France.

Côté MICE, pas de communication avant l'été mais une campagne d'envergure sur l'automne en France et sur nos marchés prioritaires européens.

Pour le BtoC il n'y a pas eu de campagne de communication mais une veille BtoB via les relations presse et la promotion loisirs et MICE. Les journalistes et les professionnels du tourisme sont revenus en éductour dès l'été puis à l'automne, le besoin de voyager et d'aller sur le terrain se faisant sentir !

Plus que jamais l'ambition du collectif a été à l'honneur avec une campagne BtoC de relance France co-construite et co-financée avec le CRT en ciblant des prospects CSP+ uniquement et en tenant compte d'un tourisme durable.

Une campagne paneuropéenne a été engagée sur les mêmes principes avec le CRT aussi.

La campagne "A Marseille, évidemment" initiée en 2020 s'est poursuivie en France sur nos zones géographiques prioritaires : IDF, Hauts de France, AURA, PACA et Occitanie et sur les marchés européens identifiés.

## PRESS - COMMUNICATION DEPARTMENT

### United behind ambitious goals in 2021!

Communication targeting the general public was scheduled to begin from April to make sure we were the first to communicate, with a break scheduled for the summer and to resume in the autumn.

Just like in 2020, we had to adapt our efforts to the current health situation and so begin, stop and resume the communication campaigns as needed.

We knew that the season would be purely Franco-French, even though our European neighbours were able to come here without too many constraints on outbound and inbound journeys, thanks to vaccinations.

The introduction of the Health Pass did not really impact the summer season, which was excellent, with the best occupancy rate and RevPAR in France.

With regards MICE, there was no communication before the summer, but a large-scale campaign was carried out in the autumn in France and for the priority European markets.

For BtoC there was no specific communication campaign, but the BtoB market was monitored through press relations and the promotion of leisure activities and MICE. Journalists and tourism professionals took part inductours in the summer and autumn, when the need to travel and for an on-field presence was really felt!

Collaborative efforts had never before been so relevant and a BtoC recovery campaign for France was launched in partnership and co-funded by the CRT, targeting Upper Socio-Professional (AB+) prospects only, and taking sustainable tourism into consideration.

A pan-European campaign was also rolled out, based on the same framework and also in partnership with the CRT.

The 'A Marseille, évidemment' (Marseille, the obvious choice) campaign, started in 2020, was rolled out across France in the priority geographical areas: Ile-de-France, Hauts de France, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes Côtes d'Azur and Occitanie, and in the identified European markets.

Les périodes concernent toujours les ailes de saison printemps et automne. Ces campagnes se sont bien entendu coordonnées avec celles du CRT pour déclencher des séjours sur mai/juin puis reprise sur septembre jusqu'à mi-octobre.

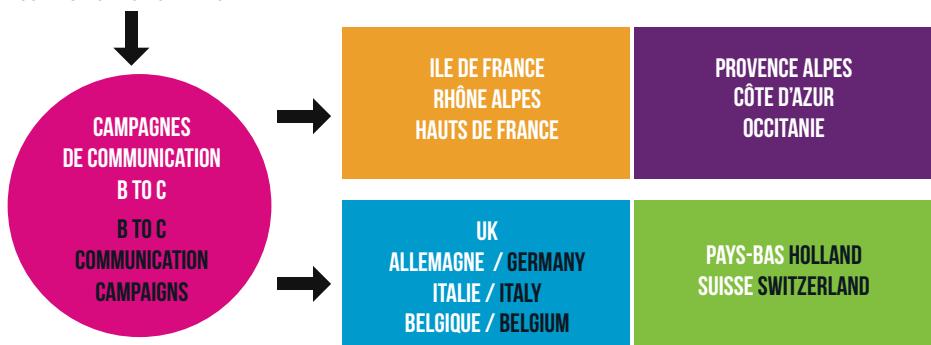
La communication sur les réseaux sociaux continue et de nombreuses mises en avant sont faites auprès de la cible BtoC via des posts, jeux-concours, stories, vidéos... sur Facebook, Instagram, Pinterest mais aussi BtoB avec notamment des vidéos de nos partenaires touristiques et des posts sur LinkedIn et Twitter.

The periods always cover the two extremities of spring and autumn. These campaigns were of course coordinated with CRT campaigns for stays in May/June and then resumed in September until mid-October.

Communication on social networks continued with regards the BtoC target audience via posts, contests, stories, videos, etc. on Facebook, Instagram and Pinterest, and to the BtoB target audience through videos from our tourism partners and posts on LinkedIn and Twitter.



## STRATÉGIE DE COMMUNICATION COMMUNICATION STRATEGY





**> Campagne A Marseille, évidemment !**

Au total : + de 10 millions de personnes touchées au printemps et à l'automne par la campagne print, mobile, dooh



**> "A Marseille, évidemment !" Campaign**

In total: +10 million people were reached in the spring and autumn with the Print, mobile, DOOH campaign.



## > Campagne avec le CRT Provence Alpes Côte d'Azur

Une campagne d'envergure "on a tous besoin du sud" a été lancée dès le printemps et s'est poursuivie sur l'automne.

### > Volet notoriété

Mai et septembre (TV, radio et digital)

- 180 spots TV avec France TV, en national et sur réseaux régionaux + replay
- 370 spots Radio Europe 1 et NRJ
- Campagne digitale avec Le Monde, replay France TV, présence site premium news et lifestyle, RS...

## > Campaign with the Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourism

A large-scale campaign, "On a tous besoin du sud"(We all need the south) was launched in spring and then was resumed in autumn.

### > Image awareness

May and September (TV, radio and digital)

- 180 TV advertisements on France TV, on a national scale and on regional networks + on-demand platforms
- 370 advertisements on Europe 1 and NRJ radio stations
- Digital campaign with Le Monde, on-demand platform for FranceTV, presence on premium news and lifestyle websites, RS, etc.



+  
**55 millions de contacts**  
+  
**55 million contacts**

[https://youtu.be/\\_4iEBVLsD54](https://youtu.be/_4iEBVLsD54)

## > Un volet conversion

Hotels.com

(ciblant hôtels 2, 3 et 4\*)

Voyage-privé.com (hôtels et résidences de tourisme 4 et 5\*)

## > Conversion

Hotels.com

(targeting 2, 3 and 4-star hotels)

Voyage-privé.com (4 and 5-star hotels and tourism apartment buildings)





MIT DEM TGV NACH  
AIX-EN-PROVENCE/MARSEILLE  
SCHNELL. ENTSPANNT. DIREKT.

ab € 39,90

Jetzt buchen

[www.bahn.de/reiseforenfrankreich](http://www.bahn.de/reiseforenfrankreich)



Bewundern Sie diesen Sommer in der Provence und entdecken Sie eine Region voller Emotionen.



EN SAVOIR PLUS



VOTRE DOSE DE PROVENCE.

Marseille et Aix-en-Provence

€79  
REBOUCABLE



## PAYS BAS / HOLLAND



Wat er echt toe doet in de Provence

Wat er echt toe doet in de Provence

Wat er echt toe doet in de Provence

Ik ga erheen!

Ik ga erheen!

Ik ga erheen!

## ITALIE / ITALY

### ALLA SCOPERTA DI MARSIGLIA E PROVENZA



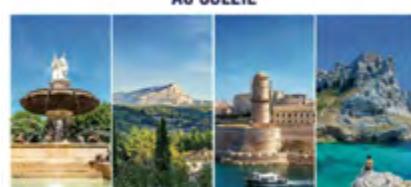
Explore France

Marseille

Provence

## BELGIQUE / BELGIUM

### ENFIN UN BREAK AU SOLEIL



Explore France

AIX EN PROVENCE

Provence

## ITALIE / ITALY



Centre-ville de Milan



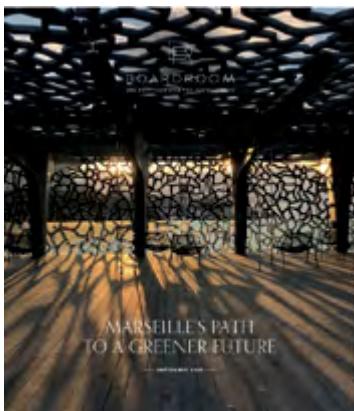
## CAMPAGNES COMMUNICATION MICE



## MICE COMMUNICATION CAMPAIGNS

Le premier semestre 2021 n'a pas été propice à la communication à cause des restrictions sanitaires et de la frilosité des entreprises à organiser des déplacements pour leurs collaborateurs. La communication s'est donc faite sur le début de l'été puis à l'automne de façon massive via des spots TV sur Cnews notamment, afin de relancer ce secteur en berne.

The first half of 2021 was not ideal for communication due to health & safety restrictions and the reluctance of companies to organise business trips for their employees. Communication therefore resumed at the beginning of the summer and then on a wider scale in the autumn via TV advertisements mainly on Cnews, in order to revive this struggling sector.



<https://youtu.be/T3Ta5TcfI3I>

TIRÉ-À-PART MARSEILLE 16 PAGES - BOARDROOM



## PÔLE PRESSE - COMMUNICATION

### LES RELATIONS PRESSE

L'année 2021 marque une reprise en douceur de l'activité touristique à Marseille, avec un changement notamment concernant la provenance des journalistes accueillis (une majorité de français et ensuite d'européens), mais aussi concernant les attentes des journalistes, qui souhaitent de l'expérientiel, de l'insolite, de la redécouverte d'un territoire à travers des sites et quartiers moins connus, mais aussi du tourisme plus durable.

La très bonne saison été 2021, a prouvé clairement que Marseille sort du lot, parmi de nombreuses destinations françaises, et attire encore énormément malgré le contexte sanitaire toujours incertain.

La réouverture des lignes aériennes, et la généralisation du pass sanitaire, n'ont fait que conforter cette tendance sur le dernier trimestre de l'année 2021.

#### CONTACTS PRESS

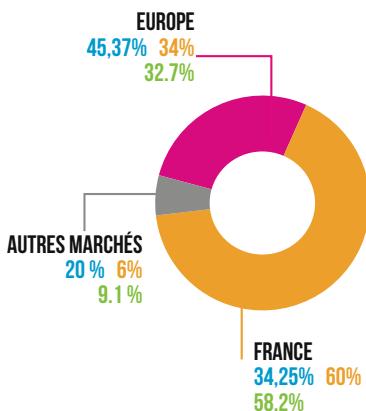
<b>109</b>	<b>65</b>	<b>273</b>
AU 31/10/2021	AU 31/10/2020	AU 31/10/2019
JOURNALISTES / JOURNALISTS		

<b>55</b>	<b>38</b>	<b>108</b>
AU 31/10/2021	AU 31/10/2020	AU 31/10/2019
ACCUEILS PRESSE / PRESS VISITORS		

2019  
2020  
2021

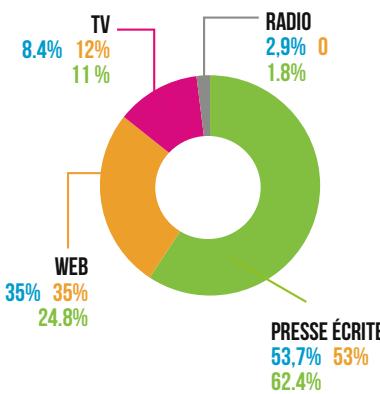
#### ACCUEIL PAR NATIONALITÉ 2021

VISITORS BY NATIONALITY FOR 2021



#### ACCUEIL PAR TYPE DE MÉDIA 2021

VISITORS BY TYPE OF MEDIA FOR 2021



## WEBINAIRES PRESSE

### Italie workshop presse virtuel 20, 21/01 : 28 journalistes

> **Belgique 1/04** : conférence de presse virtuelle spéciale Marseille depuis l'Intercontinental **11 journalistes** + Envoi d'une Enews presse le 8 avril. **Envoi à 972 journalistes**.

> **Pays-Bas 13/04** : webinaire pro/presse virtuel spécial Marseille. **21 journalistes**.

> **Allemagne, 22/04** : webinaire pro/presse virtuel spécial Marseille depuis l'hôtel des Bords de mer. **22 journalistes**.

> **Espagne 29/04** : conférence de presse virtuelle spéciale Marseille depuis l'hôtel Nhow. **57 journalistes**.

> **Royaume-Uni 17, 18, 19/05** : IMM (international media market) virtuel. **24 journalistes**.

> **Suisse 26,27/05** : workshop presse virtuel + envoi d'une Enews début juin et une autre fin août. Envoi à **325 journalistes**.

> **Etats-Unis 19/10** : webinaire France 360 : présentation d'une vidéo de 3 minutes + 2 minutes de Q&A. **80 journalistes**.

> **Corée 28/10** : French Days in Séoul : 10 rendez-vous de 15 minutes préprogrammés depuis le Sofitel avec presse et influenceurs de Corée.

**Quelques exemples de media accueillis :** Figaro Hors série, France Today, TV Monde, art et decoration, emission cuisine ouverte France 3, Elle national, Investissement conseil, Time Out, la Repubblica, Huffpost Italie, Guide Michael Muller Allemagne, Guide du Routard, l'Avenir Belgique, Mein Frankreich, magazine Saveurs, magazine Mint, Travel and Leisure, Reader's Digest, Emission Echappées belles, France magazine, le Monde, le Parisien, Version Femina, Politiken du Danemark, Leven in Frankrijk Pays-Bas, Kathiremini quotidien grec, RCF Belgique, Joongagn Ilbo quotidien Corée etc... Ainsi que de nombreux Blogueurs et influenceurs français et étrangers.

## PRESS WEBINARS

### > **Italy virtual press workshop 20,21/01:** **28 journalists.**

> **Belgium 1/04:** Virtual press conference devoted to Marseille from the Intercontinental **11 journalists** + Enews press campaign on 8 April. **Sent to 972 journalists.**

> **Holland 13/04:** virtual pro/press webinar devoted to Marseille. **21 journalists.**

> **Germany, 22/04:** virtual pro/press webinar devoted to Marseille from the Bords de Mer hotel. **22 journalists.**

> **Spain 29/04:** virtual press conference devoted to Marseille from the Nhow hotel. **57 journalists.**

> **United Kingdom 17, 18, 19/05:** Virtual IMM (international media market). **24 journalists.**

> **Switzerland 26, 27/05:** virtual press workshop + an Enews campaign sent at the beginning of June and another at the end of August. **Sent to 325 journalists.**

> **United States 19/10:** France 360 webinar: presentation of a 3-minute video + 2 minutes Q&A. **80 journalists.**

> **Korea 28/10:** French Days in Seoul: 10 fifteen-minute meetings scheduled in advance, at the Sofitel with Korean press and influencers.

**A few examples of the media present:** Figaro Hors Série, France Today, TV Monde, Art et Decoration, open kitchen programme from France 3, Elle National, Investissement Conseil, Time Out, La Repubblica, Huffpost Italy, Guide Michael Muller Germany, Guide du Routard, l'Avenir Belgique, Mein Frankreich, magazine Saveurs, magazine Mint Magazine, Travel and Leisure, Reader's Digest, Echappées Belles tv programme, France Magazine, Le Monde, Le Parisien, Version Femina, Politiken du Danemark, Leven in Frankrijk Holland, Kathiremini Greek daily newspaper, RCF Belgium, Joongagn Ilbo Korean daily newspaper, etc... As well as a great number of French and international bloggers and influencers.

### **Petit déjeuner presse à Paris :**

Le mercredi 2 juin, un petit déjeuner destiné à la presse nationale tourisme et économie était organisé sur le toit de l'hôtel Rochechouart à Paris.

6 journalistes étaient présents :

**L'Hôtellerie Restauration** - Sylvie Soubes

**Forbes** - Marie-Caroline Selmer

**L'Écho Touristique** - Florian de Paola

**Meet and travel mag** - Michel Foraud

**Nous CHRD** - Céline Berger

**L'Auvergnat de Paris** - Jean-Michel Déhais

Ils ont pu interviewer et échanger avec Marc Thépot et Maxime Tissot. Cette opération s'est faite avec l'appui de notre agence presse MEWS.

### **Conférence de presse Bilan été :**

Elle a eu lieu le 15 septembre à la brasserie le Palais 1860.

16 journalistes de presse locale et correspondants étaient présents.

De nombreuses interviews et articles ont découlé de cette conférence, les journalistes étant très intéressés par le bilan de cette 1<sup>ère</sup> saison plus « normale ».

Marc Thépot et Maxime Tissot ont pris la parole aux côtés d'autres professionnels du tourisme : le Club de la croisière, la Fédération Marseille Centre, l'UMIH, l'aéroport Marseille Provence, la Société Ecocalanques.

### **Press breakfast in Paris:**

On Wednesday 2 June, a breakfast was organised on the rooftop of Rochechouart hotel in Paris, for national press specialised in tourism and the economy.

6 journalists were present:

**L'Hôtellerie Restauration** - Sylvie Soubes

**Forbes** - Marie-Caroline Selmer

**L'Écho Touristique** - Florian de Paola

**Meet and travel mag** - Michel Foraud

**Nous CHRD** - Céline Berger

**L'Auvergnat de Paris** - Jean-Michel Déhais

They were able to hold interviews and discussions with Marc Thépot and Maxime Tissot. This event was held in partnership with our press agency MEWS.

### **Summer report press conference:**

This event was held on 15 September at the Le Palais 1860 brasserie.

16 journalists from local press and correspondents were present.

A large number of interviews and articles followed on from this conference, as journalists showed a lot of interest in the report from this more 'normal' season.

Marc Thépot and Maxime Tissot took to the stage along with other tourism professionals: the Cruise Club, the Fédération Marseille Centre, the UMIH, Marseille-Provence Airport, the Société Ecocalanques.

### **Petit déjeuner presse lancement de saison et dispositif saisonnier à Marseille :**

Un petit déjeuner presse locale s'est également déroulé dans la foulée à Marseille à l'hôtel Maisons du Monde le 8 juillet, avec l'appui de l'agence MEWS. 12 journalistes étaient présents :

**Businews** - Fabienne Berthet

**Chez Nous à Marseille** - Pati

**FUN Radio** - Tristan de La Fléchère

**L'Hôtellerie Restauration** - Tiphaine

Beausseron

**La Marseillaise** - Niel Kadereit

**La Provence** - Nadia Tighidet

**La Tribune** - Inès Ferreri

**Le Bonbon Aix/Marseille** - Manon

Cattaneo

### **Press breakfast to kick off the season and seasonal plan in Marseille:**

A local press breakfast also took place in Marseille at the Maisons du Monde hotel on 8 July, with the support of the MEWS agency.

12 journalists were present:

**Businews** - Fabienne Berthet

**Chez Nous à Marseille** - Pati

**FUN Radio** - Tristan de La Fléchère

**L'Hôtellerie Restauration** - Tiphaine

Beausseron

**La Marseillaise** - Niel Kadereit

**La Provence** - Nadia Tighidet

**La Tribune** - Inès Ferreri

**Le Bonbon Aix/Marseille** - Manon

Cattaneo

**Les Nouvelles Publications** - Caroline Dupuy  
**Lovespots Marseille** - Éric Foucher  
**Radio Maritima** - Christian Vichi & Patrick Ventoso  
**Virgin Radio Provence** - Florence Walmé Marc Thépot et Maxime Tissot ont présenté le dispositif et la stratégie pour l'été 2021.

**Les Nouvelles Publications** - Caroline Dupuy  
**Lovespots Marseille** - Éric Foucher  
**Radio Maritima** - Christian Vichi & Patrick Ventoso  
**Virgin Radio Provence** - Florence Walmé Marc Thépot and Maxime Tissot presented the approach and the strategy for the summer 2021.

**- 24 Communiqués et invitations presse**

**- 309 Aides techniques** (Dossier de presse, photos, vidéo...)

**- 7 Dossiers de presse** depuis le début de l'année : DP Marseille par quartiers, DP générique en français et anglais, DP lancement de saison, DP Stratégie été 2021, Mise à jour DP Whats'New, DP bilan de saison touristique, DP Marseille en hiver.

**- Un rendez-vous presse hebdomadaire**, tout l'été par le biais de la « Minute Hebdo du tourisme du mardi », a mis en avant les prestataires et visites de Marseille Expérience.

**- Une newsletter presse bimestrielle.**

**- 24 Press Releases and invitations**

**- 309 Technical aids** (Press pack, photos, video, etc.)

**- 7 Press packs** since the beginning of the year: Marseille Press Pack per district, General Press Pack in French and English, Season Launch Press Pack, Summer Strategy 2021 Press Pack, What's New Press Pack update, Report from the Tourist Season Press Pack, Marseille Winter Press Pack.

**- A weekly press meeting**, throughout the summer with the 'Minute Hebdo du Tourisme du Mardi' showcased the service providers and available tours from Marseille Experience.

**- A bi-monthly press newsletter**

**Nous avons de plus en plus de demandes d'influenceurs** qui ont besoin d'être traités différemment de la presse traditionnelle. Ces nouveaux médias comptent et permettent de communiquer sur la destination avant, pendant et après leur séjour à Marseille. L'interaction qui découle des réseaux sociaux est à prendre en compte pour le rayonnement et l'image de la destination.

**We are getting an increasing amount of requests from influencers** which need to be processed differently, compared to requests from the standard press. The goal of these influencers is to communicate about the destination before, during and after their stay in Marseille. The subsequent interactions on social networks should be taken into account in showcasing the destination and creating an image.



## LES ÉDITIONS PUBLICATIONS

Dans une démarche de développement durable et en raison de la prévision de la baisse de fréquentation de notre clientèle touristique, nous avons privilégié la mise à jour des documents en pdf en ligne et avons écoulé les stocks de documentation 2019/2020.

With sustainable development in mind and due to the forecasted drop in numbers for tourism clientele, we chose to update these documents online in pdf format, and we have distributed all documentation from 2019/2020.

### Éditions professionnelles / Professional edition



CHIFFRES CLÉS  
**50 EX**  
(PDF EN LIGNE)



GUIDE CONGRÈS  
(PDF EN LIGNE)



CATALOGUE DES  
VISITES GUIDÉES  
(PDF EN LIGNE)



DOSSIER DE PRESSE  
(PDF EN LIGNE)

### General public publications / General public publications



GUIDE FAMILLE PLUS  
**5 000 EX**  
(PDF EN LIGNE)



PARCOURS BIENVEILLANT  
**2300 EX**  
(PDF EN LIGNE)



INCONTOURNABLES  
(PDF EN LIGNE)



GUIDE DES HÉBERGEMENTS  
**3000 EX**  
(PDF EN LIGNE)



**300,000**  
PLANS  
AUTOFINANCIÉ  
(PAS DE RETIRAGE)



**300,000**  
PLANS SOUS-MAIN  
AUTOFINANCE  
(PAS DE RETIRAGE)



FLYER PAGNOL  
**1000 EX**  
(PDF EN LIGNE)

## LA COMMUNICATION DIGITALE DIGITAL COMMUNICATION

- Rédaction pour le site web : marseille-tourisme.com
- Rédaction de la newsletter presse avec la plateforme Avizy.
- Newsletter envoyée à tous nos contacts presse nationale et internationale tous les deux mois taux moyen d'ouverture 16%.
- Rédaction de la newsletter interne envoyée au personnel Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille.
- Community management sur :



- Organisation de concours sur les réseaux sociaux.

- Website editing: marseille-tourisme.com
- Press newsletter editing with the Avizy platform.
- Newsletter sent to all our contacts in national and international press every two months, average opening rate 16%.
- In-house newsletter editing sent to the staff at the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau.
- Community management on:

- Organisation of contests on social networks.

## PARTENARIATS PARTNERSHIPS

Le Théâtre du Gymnase  
L'école de danse de Marseille  
La CCIAMP  
La Route des Arts et de la gourmandise (chambre des métiers et de l'artisanat)  
Festival de Marseille  
Ciné plein air  
Festival Jazz des Cinq Continents  
Le Mucem avec Jeff Koons  
Les Rolling Stones à l'Orange Vélodrome  
Les Docks Villages avec la Place des Canailles  
Le Delta Festival  
Marsatac  
Les Journées Européennes du Patrimoine  
La Friche avec Utopia Festival  
La Fiesta des Suds  
Le Théâtre de l'Odéon  
Marseille Concerts au Palais du Pharo

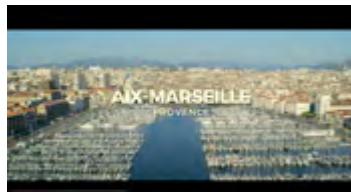
Le Théâtre du Gymnase  
Marseille dance school  
The CCIAMP  
The Route des Arts et de la Gourmandise (Chamber of Trade and the Crafts Industry)  
Festival de Marseille  
Open-air cinema  
Jazz des Cinq Continents Festival  
The Mucem with Jeff Koons  
The Rolling Stones at the Orange Velodrome  
The Docks Villages with the Place des Canailles  
The Delta Festival  
Marsatac  
The European Heritage Days  
The 'Friche' at the Utopia Festival  
The Fiesta des Suds  
The Odeon Theatre  
Marseille Concerts at Palais du Pharo

## VIDÉOS VIDEOS

Vidéo : création du film Mice

Video: creation of the Mice film

<https://www.youtube.com/watch?v=HOTLOKnTpMg>



- Création de vidéos présentant l'activité de nos professionnels
- Cibles : agences de voyages, tour-opérateurs, professionnels du tourisme
- Diffusion sur l'espace pros de notre site web et sur notre chaîne YouTube

- Creation of videos presenting what our professionals do
- Target audience: travel agencies, tour-operators, tourism professionals
- Made available on the pro areas of our website and on our YouTube channel

- Un large choix de professionnels concernés :
- Musées majeurs
- Boutiques phares
- Hôtels
- Lieux événementiels

- A wide range of professionals are involved:
- Major museums
- Key shops
- Hotels
- Event venues



[https://www.youtube.com/watch?v=sc88xi3QSnM&list=PLmKy2oDKIAikuZR7Yz6VC\\_HOBujl\\_CZ54](https://www.youtube.com/watch?v=sc88xi3QSnM&list=PLmKy2oDKIAikuZR7Yz6VC_HOBujl_CZ54)

## LES PROJETS CULTURELS ET URBAINS

### **L'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille soutient les événements et structures culturelles locales :**

- Les Musées de Marseille pour les différentes expositions
- Le Mucem pour les expositions et le festival Plan Bis
- Les théâtres avec la promotion en façade pour les abonnements annuels + différents spectacles du Théâtre du Gymnase
- Les spectacles dans les salles marseillaises avec Adam Concerts
- La vie nocturne marseillaise avec le Cabaret Aléatoire
- Les grands événements comme la Japan Expo ou le SIAC
- Les lieux/événements estivaux éphémères comme la Cabane des Amis, le Ciné Plein Air, les soirées de la Casa Delauze

## CULTURAL AND URBAN PROJECTS

### **The Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau supports local events and culture venues:**

- The Museums of Marseille for various exhibitions
- The Mucem for exhibitions and the Plan Bis festival
- The theatres with wall advertising for annual membership + various shows at the Théâtre du Gymnase
- Performances at Marseille's auditoriums with Adam Concerts
- Marseille nightlife with Cabaret Aléatoire
- Major events such as Japan Expo and SIAC
- Temporary summer-season venues/events such as the Cabane des Amis (restaurant), the Ciné Plein Air (outdoor cinema) and evenings at the Casa Delauze

## «Sur les pas de Pagnol»

Brief agence, repérages/ réunions sur site, rédaction. 8 panneaux d'informations touristiques et culturelles ont été posés à la Treille, La Buzine, Eoures et les Camoins permettant ainsi au visiteur de retrouver les lieux chers à Marcel Pagnol. Cette signalétique a été rendue possible grâce à la Métropole, les CIQ, les Amis de Marcel Pagnol et la mairie du 11/12. La mise en place des panneaux a eu lieu en avril.



## «Sur les pas de Pagnol»

(In the footsteps of Pagnol)  
Agency briefing, scouting/ on-site meetings, editing. 8 tourism and culture information panels were set up in La Treille, La Buzine, Eoures and Les Camoins to guide visitors around Marcel Pagnol's most treasured places. These signs are now available thanks to the

City, the CIQ, the Friends of Marcel Pagnol association and the town hall in the 11/12 districts. The signs were put in place in April.

## Cité radieuse - Le Corbusier

Ce projet de signalétique à l'intérieur de la Cité radieuse a démarré en 2019, a été ralenti par le Covid et les 5 panneaux devraient être posés courant 2022 pour célébrer les 70 ans de la livraison du bâtiment (1952).



## Le Corbusier - The Cité radieuse

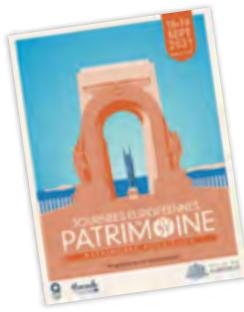
This signage project within the Cité radieuse was launched in 2019, then slowed down by Covid, and the 5 signs are scheduled to be installed in 2022 to celebrate the 70th anniversary of the completion of the building (1952)

Deux projets de signalétique ont été identifiés pour 2022 avec pour objectif la régulation des flux et l'information des visiteurs : **les fortifications aux Goudes et les Croisières**.

Two signage projects were identified for 2022, with the goal of regulating visitor flow and information: **the fortifications at Les Goudes and for cruises**.

## Journées Européennes du Patrimoine

Les visites organisées par l'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille sur les différents sites ont rassemblé près de 11 000 personnes avec une météo estivale contre près de 5 000 personnes en 2019. (pour rappel, l'édition 2020 avait été annulée). 9 251 personnes ont visité les musées et 42 000 ont été accueillies sur les différents sites annoncés dans le programme général.



## European Heritage Days

The tours organised by Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau at the various points of interest attracted almost 11,000 visitors and the weather was hot and sunny, compared to almost 5,000 people for 2019. (as a reminder, the 2020 edition was cancelled). 9,251 people visited the museums and 42,000 were welcomed at the various points of interest featured in the general programme.

En tout, plus de 66 000 personnes ont participé aux Journées Européennes du Patrimoine 2021 contre moins de 30 000 en 2019 (édition placée sur haute surveillance dans le cadre du plan Vigipirate renforcé et ayant connu de nombreuses annulations). L'édition 2021 est une édition de « reprise » sous conditions sanitaires strictes (port du masque, gestes barrières et pass sanitaire) et a permis aux visiteurs de renouer avec « le » rendez-vous de la rentrée.

## LABELS ET CONVENTIONS

### Famille Plus

L'audit de renouvellement (tous les 3 ans) initialement programmé en 2021 a été, en raison de la situation sanitaire, reporté à 2022 avec l'accord du Comité national Famille Plus. L'audit se déroulera sur les vacances de printemps et d'été 2022. Les prestataires Famille Plus (hébergement, restauration et activités) seront tous revisités (début des visites en novembre 2021) et de nouveaux prestataires seront prospectés.



### Le parcours bienveillant

Un parcours bienveillant conçu avec Citizenline a fait l'objet d'une édition et devait être lancée début avril lors du lancement de saison (annulé pour cause de confinement). Il s'agit d'un parcours ludique destiné aux familles à faire en autonomie dans le quartier du Panier sur le thème des valeurs de la bienveillance avec des arrêts chez différents artisans/commerçants de bouche ou de traditions marseillaises.



### Conventions Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille

• **Convention Pass Musées** (rassemblant les musées de la Ville de Marseille, le Mucem, le FRAC et le musée Regards de Provence). D'un commun accord, il a été décidé d'arrêter la commercialisation du Pass Musées au 31 décembre 2021.

• **Convention avec Notre-Dame de la Garde** pour la gestion des visites guidées et l'accueil de groupes premium.

Altogether, more than 66,000 people participated in the 2021 European Heritage Days, compared to less than 30,000 in 2019 (event monitored very closely due to intensified 'Vigipirate' anti-terrorist regulations, with many events cancelled). The 2021 edition was considered a 'recovery' event with strict health and safety measures (face masks, social distancing and health pass) and allowed visitors to once again participate in this major event after the summer season.

## LABELS AND CONVENTIONS

### «Famille Plus»

The renewal audit (every 3 years) was initially scheduled for 2021 but was postponed to 2022 due to the pandemic, with approval from the National 'Famille Plus' Committee. The audit will take place during the 2022 spring and summer holidays. The 'Famille Plus' establishments (accommodation, catering and activities) will all receive a visit (visits begin in November 2021) and new establishments will also be considered.

### The «parcours bienveillant» (kindness tour)

This kindness tour, designed with Citizenline, was modified and then was scheduled to be launched at the beginning of April when the season kicked-off (cancelled due to lockdown). It is a fun, self-guided tour for families to enjoy around the Panier district, on the theme of kindness, with stops at the various arts & crafts/catering establishments or those keeping the traditions of Marseille alive.

### The Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau conventions

• **Pass Musées convention** (gathering the City of Marseille's museums, the Mucem, the FRAC and the Regards de Provence museum).

It was unanimously decided to put a stop to the 'Pass Musées' on 31 December 2021.

• **Convention with Notre-Dame de la Garde** for the management of guided tours and welcoming premium groups.

# INDUSTRIE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES (IRP)

PROFESSIONAL CONFERENCES AND MEETINGS

UNE FIN D'ANNÉE HISTORIQUE

A HISTORIC END TO THE YEAR

## BUREAU MÉTROPOLITAIN DES CONGRÈS AIX-MARSEILLE PROVENCE

Le premier semestre 2021, nous avons subi comme partout ailleurs, un arrêt du tourisme d'affaires, se réunir n'était pas la priorité mais l'activité de veille du bureau a continué grâce aux différents webinaires organisés avec nos clients et le nombre de demandes n'a cessé d'augmenter.

On a ainsi noté une belle reprise sur la partie conventions, séminaires dès le déconfinement en mai et juin et surtout sur les mois de septembre et octobre 2021. Deux mois historiques sur septembre et octobre en matière de demandes et de concrétisations de manière globale pour l'ensemble des professionnels et acteurs économiques de notre destination.

Notre filière observe que les délais des demandes sont très courts, beaucoup de last minute sur ce dernier trimestre.

Le présentiel revient, les gens ont le besoin de se retrouver, de vivre des moments de convivialité et au soleil : vraie dynamique pour notre destination.

## BILAN

Sur les 3 gros congrès du dernier trimestre « IUCN, Congrès National des Sapeurs-Pompiers et le Congrès de la Famille Ignatienne » - excellents retours et très belle fréquentation

- IUCN en hybride plus de 5 000 personnes en présentiel sur 9 jours
- Sapeurs-pompiers en présentiel plus de 4 500 personnes sur 5 jours
- Famille Ignatienne en présentiel : 7 000 personnes 3 jours
- Congrès novembre 2021 – 900 personnes sur 3 jours

Dès l'annonce des nouvelles restrictions sanitaires début décembre, tous les événements ont été annulés une grosse perte pour les traiteurs et les prestataires techniques & services...

## AIX-MARSEILLE PROVENCE CONVENTION BUREAU

As was the case everywhere else, business tourism was at a standstill for the first half of 2021. Getting together in-person was not a priority but work continued as normal nevertheless thanks to webinars organised with our clients and demand increased throughout the period.

We also recorded significant recovery for conventions and seminars from the easing of restrictions in May and June, and especially for September and October 2021. September and October were historic months in terms of demand and accomplishments overall for the professionals and economic players of our destination. The sector recorded very short time periods in terms of demand, as there was a significant amount of last minute reservations in this last quarter. Face-to-face meetings were authorised once again, people felt the need to get together, for enjoyable experiences and to be out in the sun, which is something that is not lacking for our destination.

## REPORT

For the 3 major events of the last quarter the « IUCN, the National Firefighters Congress and the Ignatian Family Congress » - the feedback was excellent and visitor numbers were very satisfactory

- IUCN was a hybrid event with more than 5,000 people present in person over the 9-day event
- The Firefighter's Congress was an in-person event with more than 4,500 people present over the 5 days
- Ignatian family in-person event: 7,000 people over 3 days
- November 2021 congress – 900 people over 3 days

As soon as the new restrictions were announced at the beginning of December, all events were cancelled and catering services and technical providers & services suffered great losses.

Les prévisions de reprise touristique pour 2022 semblaient excellentes. Hélas l'arrivée du variant Omicron freine cette belle dynamique au moins sur les trois premiers mois de 2022 car nous constatons une fébrilité pour maintenir les événements. Nous suivons la situation au jour le jour.

Même si personne ne veut plus prendre le risque de se retrouver et de créer un cluster au sein de son entreprise, les professionnels prennent suffisamment de précautions pour bien gérer cette crise, en respectant les protocoles qui s'imposent. L'envie de se retrouver est très forte, et les organisateurs de congrès et les participants ont bien intégré qu'il va falloir vivre avec ce risque sanitaire et beaucoup restent confiants pour l'avenir.

## 2022

- 92 manifestations confirmées avec 41 événements de plus de 400 personnes dont 26 supérieurs à 900 personnes (Euromaritime, congrès de la Mutualité Française, congrès des Notaires de France, JRES, ESSMA...)
- Un événement sportif : EPCR (European Professional Club Rugby) avec 3000 personnes (hors supporters)

The forecast for the recovery of tourism for 2022 was excellent. But the arrival of the Omicron strain hampered this positive trend, at least for the first three months of 2022, because there was definitely a desire to go ahead with events in spite of the context. We are monitoring the situation on a daily basis.

Even if nobody wants to take the risk of getting together and creating a cluster within their company, professionals are taking enough precautions to manage the crisis well, while respecting the imposed measures.

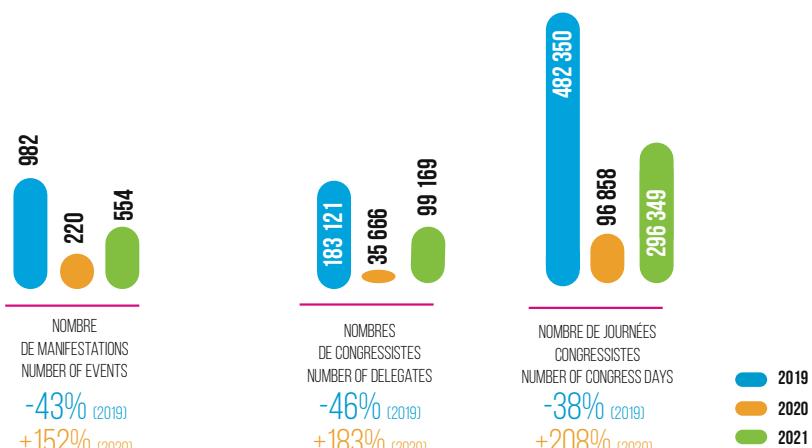
There is a strong desire to get together in person, and the events organising bodies and participants are fully aware that we need to learn to live with the health risks, and many of them remain confident for the future.

## 2022

- 92 events confirmed, including 41 events involving more than 400 people, and 26 involving more than 900 people (Euromaritime, Congress for the Mutualité Française, Congress for the Notaries of France, JRES, ESSMA, etc.)
- One sporting event: EPCR (European Professional Club Rugby) with 3,000 people (not including supporters)



L'ÉQUIPE BUREAU MÉTROPOLITAIN DES CONGRÈS AIX-MARSEILLE PROVENCE  
AIX-MARSEILLE PROVENCE CONVENTION BUREAU TEAM



Chiffres de Marseille uniquement et hors salons\* / Figures for Marseille only, not including trade fairs\*

### 2023

- 10 congrès confirmés de plus de 400 personnes (Congress of the Federation of European Societies of Plant Biology –FESPB, 4<sup>th</sup> European Conference on Pharmaceutics, Journées Pratiques Respirations du Sommeil -JPRS -OSPL...)
- 25 congrès en prospection dont 10 en option
- Un événement sportif – Coupe du Monde de Rugby 2023 du 8-9-23 au 21/10/23 : cet événement génère beaucoup de demandes pour les délégations internationales... et d'agences spécialisées dans les événements sportifs

### 2024-2025

- 6 congrès confirmés dont 4 de plus de 1 000 personnes dont un de 4 500 personnes et un de 6 000 personnes, Congrès National de l'Ordre des Experts Comptables
- 38 Congrès en prospection et 6 en option

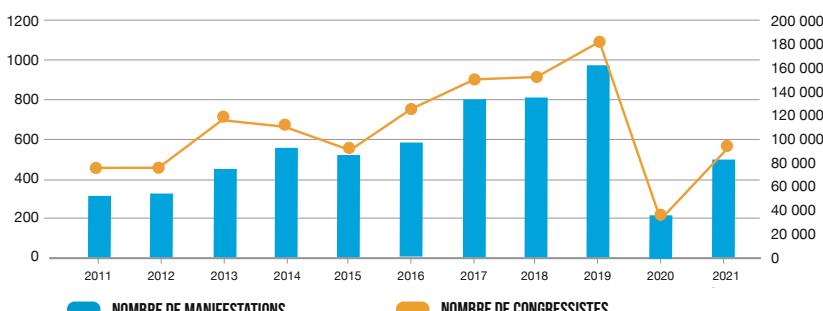
### 2023

- 10 conventions confirmed involving more than 400 people (Congress of the Federation of European Societies of Plant Biology –FESPB, 4<sup>th</sup> European Conference on Pharmaceutics, Sleep Respiratory Practice Days -JPRS - OSPL, etc.)
- 25 possible conventions, 10 of which have been shortlisted
- One sporting event – Rugby World Cup 2023 from 8/9/23 to 21/10/23: this event is generating a huge amount of interest from international delegations and agencies specialised in sporting events.

### 2024-2025

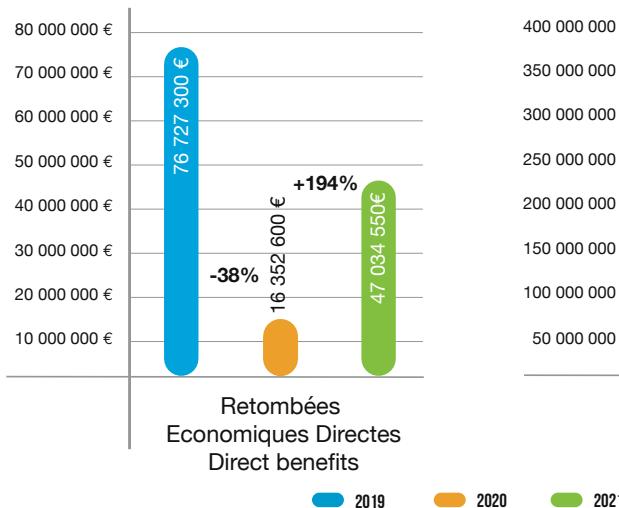
- 6 confirmed conventions, including 4 with over 1,000 people, one with 4,500 people and one with 6,000 people, the National Congress for Certified Public Accountants.
- 38 possible conventions, 6 of which have been shortlisted

### EVOLUTION DU TOURISME D'AFFAIRES EVOLUTION OF BUSINESS TOURISM



A noter que nous avons 10 manifestations virtuelles supplémentaires non comptabilisées dont 4 salons et 8 événements dont 7 congrès (Congrès de la Pédiatrie : 1 200 personnes, Copacamu : 300 personnes, Congrès Cœur & Sport : 400 personnes et une conférence de 200 personnes, ESPO – 1 200 personnes reporté deux fois et maintien en virtuel).

Enfin, nous n'avons pas comptabilisé les séminaires et conventions de moins de 30 personnes (afin de conserver les mêmes critères de comptabilisation que les années précédentes) mais il y en a eu beaucoup dans les hôtels avec des soirées.



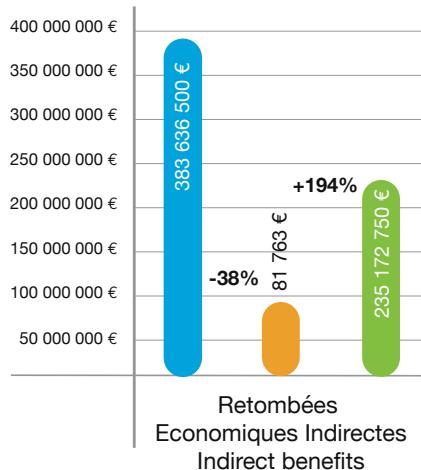
Les pourcentages élevés sur le nombre de congressistes, de journées congressistes et retombées directes et indirectes sont essentiellement dus au congrès mondial de la nature qui a duré 9 jours, au congrès des sapeurs-pompiers et de la famille Ignatienne qui ont rassemblés plus de 19 500 congressistes.

3 congrès (IUCN, Sapeurs Pompiers, Ignatiens) ont permis d'afficher ces résultats honorables en 2021.

It should be noted that we have an extra 10 virtual events that are not included in the numbers, including 4 trade fairs and 8 other events, 7 of which are conventions (Paediatrics Congress: 1,200 people, Copacamu: 300 people, Coeur & Sport Congress:

400 people and a conference for 200 people, ESPO - 1,200 people, already postponed twice and this time going ahead but on a virtual basis).

Finally, we did not include the seminars and conventions for less than 30 people (in order to stay in line with the same criteria from previous years). There are a great number of these events held in hotels with evening events.



The high percentages recorded for the numbers of conference delegates, conference delegate days and the direct and indirect benefits of these events are mainly due to the World Conservation Congress which was a 9-day event, to the Firefighters Congress and the Ignatian Family Congress which attracted over 19,500 conference delegates.

3 major events (IUCN, Firefighters, Ignatiens) were the main contributors to these great results for 2021.

Les conventions d'entreprises, séminaires, lancement auto et incentives... représentent:

- 75% des 554 événements de 2021 (dont 14 séminaires et conventions entre 300 et 1750 pax)
- 35% des retombées économiques (si on soustrait les 3 gros congrès on arrive à 49%)
- 42% des participants :
- 36% des journées congressistes

Si on enlève les trois gros congrès nommés ci-dessus, la partie « MICE » est extrêmement importante.

Belle reprise sur la partie conventions, séminaires à partir du déconfinement en mai et juin avec deux mois historiques sur septembre et octobre en matière de demandes et de concrétisations de manière globale pour l'ensemble des professionnels et acteurs économiques de notre destination.

Le présentiel était bien revenu et a connu un nouvel arrêt lors des dernières restrictions liées au variant OMICRON du COVID en fin d'année.

Dès l'annonce des nouvelles restrictions sanitaires début décembre, tous les événements ont été annulés générant une grosse perte pour les palais des congrès, lieux événementiels, traiteurs, agences prestataires techniques & services, etc...

Malgré la situation sanitaire, l'équipe du bureau des congrès Aix Marseille Provence a pu participer à 3 salons, 3 salons virtuels, 3 éductours, 1 soirée Networking, 3 workshops et a organisé 6 éductours « Be My Guest » avec des agences et une dizaine de visites de repérage.

Sachant que nous n'avons pu travailler que de mai à mi-décembre, **le bilan est très positif pour 7,5 mois d'activités.**

Corporate conventions, seminars, car launches and incentive events, among others, represent:

- 75% of the 554 events in 2021 (including 14 seminars and conventions with between 300 and 1,750 people)
- 35% of economic benefits (if we take away the 3 major events this number is 49%)
- 42% of participants:
- 36% of congress days

If we disregard the three above-mentioned major events, the 'MICE' share is very high.

Conventions and seminars experienced good recovery, from the easing of restrictions in May and June. September and October were historic months in terms of demand and accomplishments overall for the professionals and economic players of our destination.

In-person events resumed and then came to a standstill once again when the restrictive measures related to the OMICRON strain of COVID was discovered at the end of the year.

As soon as the new restrictions were announced at the beginning of December, all events were cancelled and the congress centres, events venues, catering services and technical providers & other services all suffered great losses.

Despite the pandemic, the team from the Aix-Marseille-Provence Convention Bureau still managed to participate in 3 trade fairs, 3 virtual trade fairs, 3 eductours, 1 networking event, 3 workshops and organised 6 'Be My Guest' eductours with agencies and a dozen scouting visits.

Bearing in mind we were only able to work from May to mid-December, **the results are very positive for only 7.5 months of activity.**



© ONTCM

MX BAR



© WTCM

SKY CENTER ACCUEIL



## BUREAU DES CONGRES

### LES 3 PUBLICATIONS QUI ONT LE PLUS DE MENTIONS / THE 3 POSTS WITH THE MOST INTERACTIONS

1

Bureau Métropolitain des Congrès Aix-Marseille Provence

1 400 mentions · 13 commentaires · 13 partages

La campagne de relance WTCM "Aix-Marseille Provence : évidemment" a connu un succès phénoménal avec la diffusion de 100 spots sur Canal, TF1 sur BFM Business et 70 sur BFM Marseille durant les 15 prochains jours.

Ce sont bien sûr diffusé sur des sites businessclics et également sur nos marchés d'accompagnement prioritaires.

Cette belle mise en avant des atouts de la Métropole a été métamorphosée en matière d'organisation de séminaires, d'incentives ou de conventions.

<https://www.businessclics.com>

**1 400 mentions · 13 commentaires · 13 partages**

2

Bureau Métropolitain des Congrès Aix-Marseille Provence

1 400 mentions · 13 commentaires · 13 partages

SECURITEMP investit d'abord un immeuble au cœur de Marseille à quelques pas du Vieux Port.

Sur plus de 1 200m<sup>2</sup> dédiés sur 3 étages, l'ensemble immobilier bénéficie d'une infrastructure importante pour offrir plusieurs fonctionnalités au rez de chaussée et au 1er étage ainsi que 14 appartements du 3ème au 5ème étage dont l'ensemble comprend l'offre d'hébergement proposée par l'établissement Matisse du Vieux port & Suites.

Plus d'info : <https://www.securetemp.com>

**1 400 mentions · 13 commentaires · 13 partages**

3

Bureau Métropolitain des Congrès Aix-Marseille Provence

1 300 mentions · 13 commentaires · 13 partages

Le Bureau Métropolitain des Congrès Aix-Marseille Provence a été sélectionné pour organiser la 1<sup>re</sup> édition de la Foire d'éditorialisme à destination des professionnels de l'écrit et de l'écriture. L'événement, qui se déroulera du 10 au 12 octobre 2018 au sein de l'Immeuble Vicartem à Marseille, sera l'occasion de faire émerger de nouvelles formes d'écriture et de faire évoluer les pratiques d'écriture dans le monde de l'écrit.

Plus d'info : <https://www.foireeditorialisme.com>

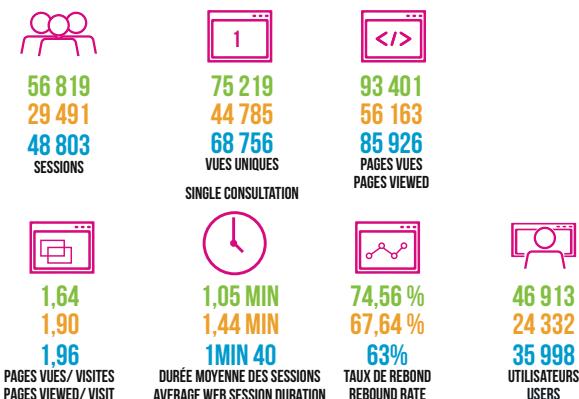
**1 300 mentions · 13 commentaires · 13 partages**

VIDÉO MICE AMP

IMMEUBLE VICARTEM

RETOUR EN IMAGE EDUCTOUR MICE

## MULTIMEDIA MULTIMEDIA



## Fréquentation du site internet : [www.aixmarseille-congres.com](http://www.aixmarseille-congres.com)

**Pages vues :** Nombres de pages vues pendant une période donnée, si au cours d'une session 30 pages sont vues, on compte 30 pages vues.

**Consultation unique :** est comptabilisée pour chaque page vue indépendamment du nombre de fois où elle aura été vue au cours d'une session (On compte une consultation unique même si la même page est vue 4 fois)

**Sessions :** une visite/connexion sur le site (1h ou 5 minutes)

**Taux de rebond :** mesure le pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site après, sans consulter d'autres pages. Ils n'ont donc vu qu'une seule page du site. Soit parce qu'ils ont trouvé directement la réponse à leur query (grâce à un référencement naturel pertinent), soit la page ne les intéressait pas et ils repartent aussitôt. (Cela dépend de nombreux facteurs, une analyse complète des pages doit être faite pour analyser les flux).

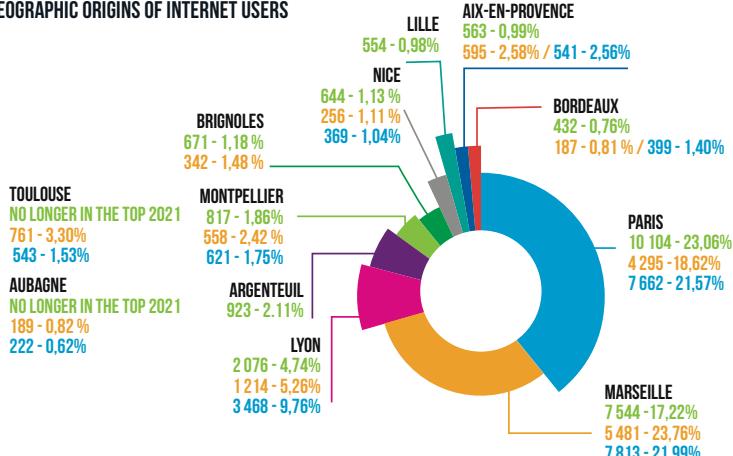
**Pages viewed:** Number of pages viewed during a given period (if 30 pages are consulted in a session, this counts as 30 pages viewed).

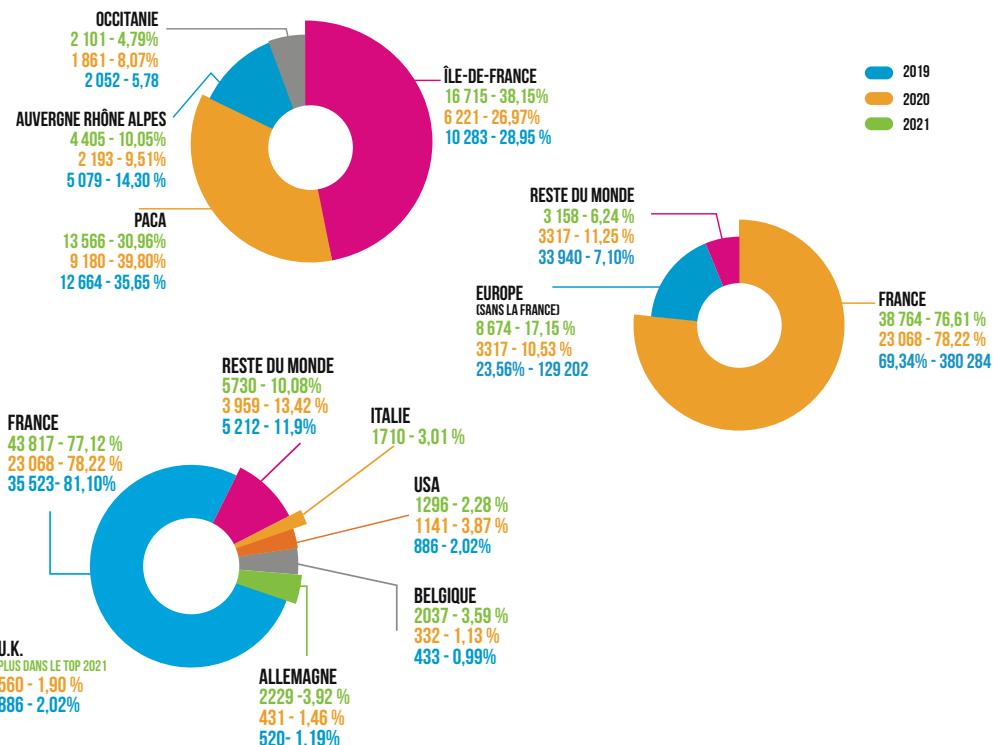
**Single consultation:** counted for each page viewed regardless of the number of times it is viewed in a session (a single consultation is counted even if the same page is viewed 4 times)

**Session:** a visit/login to the website (whether for 1 hour or 5 minutes)

**Rebound rate:** the percentage of internet users who enter a web page and leave the site without consulting any other pages. Such users have therefore only seen one page of the website. This is either because they immediately found the answer to their query (thanks to pertinent natural search engine optimisation), or because they were not interested in the content. (This depends on a number of factors. To analyse the traffic, a full analysis of the pages is required.)

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES INTERNAUTES GEOGRAPHIC ORIGINS OF INTERNET USERS





## PAGES LES PLUS CONSULTÉES MOST VIEWED PAGES

- 2021**
- 1 MARSEILLE CHANOT/FR
  - 2 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / TOUS LES PARTENAIRES/FR
  - 3 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / 50 LIEUX D'EXCEPTION
  - 4 MOTEUR DE RECHERCHE / PARTENAIRES
  - 5 AGENDA DES CONGRÈS
  - 6 PALAIS DE LA BOURSE / FR
  - 7 PALAIS DU PHARO / FR
  - 8 ORANGE VÉLODROME/FR
  - 9 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / HÔTEL AVEC SALLES DE SÉMINAIRE / FR
  - 10 CONTACTEZ-NOUS / FR

- 2020**
- 1 AGENDA DES CONGRÈS/FR
  - 2 MARSEILLE CHANOT/FR
  - 3 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / TOUS LES PARTENAIRES/FR
  - 4 FORTIN DE CORBIÈRE/FR
  - 5 RECHERCHEZ / PARTENAIRES / FR
  - 6 CHOISISSEZ MARSEILLE / CHIFFRES CLÉS
  - 7 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / 50 LIEUX D'EXCEPTION
  - 8 PALAIS DE LA BOURSE / FR
  - 9 BUREAU DES CONGRÈS/FR
  - 10 PALAIS DU PHARO / FR

- 2019**
- 1 MARSEILLE CHANOT/FR
  - 2 AGENDA DES CONGRÈS/FR
  - 3 FORTIN DE CORBIÈRE/FR
  - 4 MOTEUR DE RECHERCHE / PARTENAIRES
  - 5 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / TOUS LES PARTENAIRES/FR
  - 6 ORGANISEZ VOTRE ÉVÉNEMENT / 50 LIEUX D'EXCEPTION
  - 7 PALAIS DE LA BOURSE / FR
  - 8 BUREAU DES CONGRÈS/FR
  - 9 PALAIS DU PHARO / FR
  - 10 CONTACTEZ-NOUS / FR

## MODE DE CONNEXION DES INTERNAUTES INTERNET USERS MEANS OF CONNECTION



### MOBILE

30 122 - 53,01%  
9 978 - 33,83%  
15 111 - 34,50%



### TABLETTE / TABLET

1 992 - 3,51%  
627 - 2,13%  
1 672 - 3,82%



### ORDINATEUR / COMPUTER

24 705 - 43,48%  
18 886 - 64,04%  
27 020 - 61,69%

## PALAIS DU PHARO - CENTRE DE CONGRÈS

UN PALAIS  
QUI SURPLOMBE  
LA MÉDITERRANÉE  
POUR DES  
MANIFESTATIONS  
DE PRESTIGE



PALAIS DU PHARO

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 m<sup>2</sup>** 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 (entiièrement rénové en 2019) et d'un plateau d'exposition de 1 800 m<sup>2</sup>.

**Plus d'informations :**  
[palaisdupharo.marseille.fr](http://palaisdupharo.marseille.fr)



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

## PALAIS DU PHARO - CONFERENCE CENTER



A CONFERENCE  
CENTRE OVERLOOKING  
THE MEDITERRANEAN  
FOR PRESTIGIOUS  
EVENTS

**Number of events:**

87 (-51% versus 2019)

**Number of event days:**

125 (-51% versus 2019)

**Number of delegates:**

21,833 (-61% versus 2019)

### PHARO PALACE

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

The Palais du Pharo has **10,000 m<sup>2</sup>** of conference space, which are divided up as follows:

- The historic Palais comprises second 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 m<sup>2</sup> exhibition stage.

**More information:**  
[palaisdupharo.marseille.fr](http://palaisdupharo.marseille.fr)



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE

©VDM

## MARSEILLE CHANOT PALAIS DES CONGRÈS ET DES EXPOSITIONS



© CAMILLE MORIN

MARSEILLE CHANOT

UNE PARFAITE  
MODULARITÉ  
POUR PLUSIEURS  
ÉVÉNEMENTS  
SIMULTANÉS

Marseille Chanot, Palais des Congrès et des Expositions de Marseille, accueille les plus grands événements de Marseille et de sa région.

Sa surface totale de 17 hectares regroupe dans un seul espace sécurisé plus de 102 000 m<sup>2</sup> de surfaces extérieures et 51 000 m<sup>2</sup> couverts :

- Palais des Congrès et Palais des Arts : 21 salles et 2 auditoriums de 200 à 1200 places
- Palais des Evénements et de l'Europe : 11 500 m<sup>2</sup> au total, jusqu'à 10 000 personnes et un amphithéâtre de 1600 à 3200 places
- Palais de la Méditerranée, Palais Phocéen et Grand Palais : 27 000 m<sup>2</sup> au total

La parfaite modularité du site autorise aussi la tenue de plusieurs événements simultanés : 250 congrès, conventions, salons grand public ou professionnels, conférences, spectacles, concours et examens... en bénéficiant chaque année.

Marseille Chanot est directement relié aux gares ferroviaires et routières par le métro, à l'aéroport par tunnels et au reste du monde par une infrastructure internet à la pointe de la technologie. Le site dispose de 1800 places de parking, directement accessibles depuis les autoroutes.

Engagée depuis 2002 dans le développement durable, la SAFIM, gestionnaire

de Marseille Chanot et première société organisatrice de salons du Sud-Est est certifiée ISO 20121 Management Durable des Événements.

**Plus d'informations :**  
[marseille-chanot.com](http://marseille-chanot.com)

### Activité 2021

En 2021 l'activité de Marseille Chanot a été impactée par la crise sanitaire COVID 19, même si les premiers décrets interdisant complètement l'accueil du public ont été progressivement remplacés par des mesures moins contraignantes.

132 événements ont été accueillis à Marseille Chanot en 2021 contre 257 en 2019, dernière année de référence hors crise sanitaire, soit une baisse de 48% (le nombre de congrès baisse de 60% et celui des salons de 53%).

Le CA des événements accueillis s'élève à 8,6 m€ HT en 2021, soit une baisse de seulement 13% par rapport à 2019 mais une progression de 245 % par rapport à 2020.

L'activité a fortement redémarré en septembre 2021, et a été marquée par l'accueil au sein de Marseille Chanot de 3 événements majeurs : Congrès Mondial de la Nature de l'IUCN, Congrès National des Sapeurs-Pompiers de France et le rassemblement "Au Large avec Ignace".

## MARSEILLE CHANOT EXHIBITION AND CONVENTION CENTER



IUCN CONGRESS OPENING CEREMONY

THE PERFECT  
SOLUTION  
FOR SEVERAL  
EVENTS  
ALL AT THE SAME  
TIME

Marseille Chanot, Marseille's Exhibition and Convention Center, hosts the greatest events that come to Marseille and the region.

The total surface area of this secure venue is 17 hectares, with 102,000 m<sup>2</sup> of outdoor space and 51,000 m<sup>2</sup> indoors:

- Convention Center and Palais des Arts : 21 rooms and 2 auditoriums with a capacity ranging between 200 and 1,200
- Event Center and Palais de l'Europe: 11,500 m<sup>2</sup> in total, up to 10,000 people and an amphitheatre with a capacity of 1,600 to 3,200
- Palais de la Méditerranée, Palais Phocéen and Grand Palais: 27,000 m<sup>2</sup> in total

This venue is completely modular, meaning that several events can be held here at the same time: 250 congresses, conventions, public or professional trade fairs, conferences, shows, contests and examinations all choose this venue every year.

Marseille Chanot has a direct connection to the railway and bus stations thanks to the metro, to the airport via tunnels and to the rest of the world thanks to cutting-edge internet facilities. There are 1,800 parking spaces directly on-site, accessible from the motorways.

The management of Marseille Chanot, the SAFIM, has been committed to sustainable development since 2002 and was the first

trade fair organising company in south east France to be ISO 20121-certified, for the sustainable management of events.

**Find out more:**  
**[marseille-chanot.com](http://marseille-chanot.com)**

### 2021 Activity

In 2021, Marseille Chanot was impacted by the COVID-19 pandemic, even if the first measures preventing venues from opening their doors to the public were progressively replaced by other less restrictive measures.

132 events were held at Marseille Chanot in 2021, versus 257 in 2019, the last year of reference prior to the pandemic, representing a decrease of 48% (the number of conventions dropped by 60% and the number of trade fairs by 53%).

The turnover from the events held was €8.6M before tax in 2021, representing a decrease of only 13% versus 2019, and an increase of 245% compared to 2020.

The activity took off in September 2021 and the highlights for Marseille Chanot were 3 major events in particular: The IUCN World Conservation Congress, the National Firefighters of France Congress, and the 'Au Large avec Ignace' event.

## MARSEILLE CHANOT PALAIS DES CONGRÈS ET DES EXPOSITIONS

Le Congrès National des Sapeurs-Pompiers de France a occupé la quasi-totalité du site durant 4 jours. Le grand public ainsi que les congressistes ont pu profiter de multiples installations spécifiques en extérieur ou intérieur comme par exemple La Grande Caserne, une immersion dans le monde des pompiers, installée dans le Grand Palais.

Pour le rassemblement "Au large avec Ignace", une plénière à 360 degrés a été mise en place dans le Palais des Évènements, permettant ainsi d'accueillir ensemble 8 000 participants.

### Focus sur le Congrès Mondial de la Nature de l'IUCN

Par bien des aspects, cet événement a été hors normes :

- Chiffre d'affaires de 4 millions d'€ HT, soit 73% de plus que le World Water Forum de mars 2012, qui était jusque-là l'opération la plus importante jamais facturée dans l'historique de Marseille Chanot (2,3 m d'€ HT).
- Mobilisation de l'ensemble des acteurs : État, Région, Département, Métropole, Ville, UPE, CCIAMP, Office Métropolitain du Tourisme et des Congrès...
- Ouverture par le Président de la République Emmanuel Macron, en présence de nombreuses personnalités dont Christine Lagarde, présidente de la BCE ou encore l'acteur Harrison Ford.
- 6000 participants sur place et 3500 en ligne pour le congrès, plus de 25 000 visiteurs scolaires et grand public pour les « Espaces Génération Nature ».
- Plus de 4 années de travail, de la phase de candidature débutée en juillet 2017 au débrief d'octobre 2021.



VUE AÉRIENNE MARSEILLE CHANOT

Tout au long de 2021, la SAFIM a également mobilisé ses équipes et ses nombreux sous-traitants pour accueillir des activités en lien avec la crise, affirmant ainsi son rôle sociétal :

- La plus emblématique étant le Centre Municipal de Vaccination où jusqu'à 3000 personnes par jour étaient reçues. Deux ministres et le Premier ministre Jean Castex sont venus visiter ce centre.
- Le laboratoire Synlab avec ses importantes capacités de dépistage.
- Plus de 13 concours ou examens, permettant à des milliers de candidats de passer leurs épreuves en toute sécurité grâce aux surfaces proposées par Chanot. Une promotion entière de futurs professionnels de santé a ainsi passé l'intégralité de son concours de première année à Chanot.

Autre fait marquant : plus que jamais attentive à l'impact des événements sur l'environnement, et héritière de bonnes pratiques découlant du Congrès Mondial de La Nature, la SAFIM a notamment instauré de nouvelles procédures et produit une communication spécifique aux actions de Développement Durable de Marseille Chanot, dans le prolongement du renouvellement de la certification ISO 20 121 en février 2021.

L'ensemble de ces actions ont permis de maintenir les capacités de l'entreprise et de délivrer en 3 mois, de septembre à novembre, plus de 7 millions d'€ HT de chiffre d'affaires sur le métier « accueil », soit l'équivalent de 62 % du CA de l'année 2019 (hors produits divers), mais aussi d'accueillir la Foire internationale de Marseille, l'événement phare de la région, non comptabilisée dans ces chiffres.

## MARSEILLE CHANOT EXHIBITION AND CONVENTION CENTER

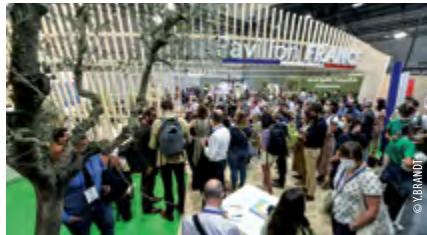
The National Firefighters of France Congress took over almost the entire venue for 4 days. The general public and conference delegates were able to take advantage of the multiple facilities, both indoors and outdoors, such as La Grande Caserne (the great fire station) where visitors could see what it's like inside a fire station, set up inside the Grand Palais.

For the 'Au Large avec Ignace' event, a 360-degree plenary session was held in the Palais des Evenements, with capacity for 8,000 participants.

### A closer look at the IUCN World Conservation Congress

This was an extraordinary event for many reasons:

- Turnover of €4 million before tax, representing 73% more than the World Water Forum in March 2012, which up until then, represented the most significant amount ever invoiced in the history of Marseille Chanot (€2.3 m before tax).
- All players got involved: State, Region, Department, Urban community, City, UPE, CCIAMP, Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau, etc.
- The French President Emmanuel Macron was there to officially open the event, and several other well-known names such as Christine Lagarde, president of the ECB and actor Harrison Ford were also present.
- The Congress welcomed 6,000 participants on-site and 3,500 online, as well as 25,000 schoolchildren and the general public to the 'Nature Generation Areas'.
- Over 4 years of hard work, from the application phase that began in July 2017, to the post-event debriefing in October 2021.



PAVILLON FRANCE - IUCN

Throughout 2021, the SAFIM played an important societal role by getting the teams and the many subcontractors involved in various initiatives related to the pandemic.

- The most well-known of these was the Centre Municipal de Vaccination where up to 3,000 people were welcomed every day to receive their vaccination. Two French ministers and the French Prime Minister Jean Castex came to visit the centre.
- The Synlab laboratory where testing was done on a large scale.
- More than 13 competitions or examinations, allowing thousands of candidates to take their examinations in complete safety thanks to the vast surface area of this venue. An entire year group of future health professionals were able to take all their first year examinations at Chanot.

Another remarkable fact: SAFIM is now more than ever aware of the impact of events on the environment, and in an effort to carry on the good practices triggered by the World Conservation Congress, they launched new procedures and a communication campaign devoted to Marseille Chanot's Sustainable Development actions. The ISO 20121 certification was also renewed for the venue in February 2021.

All these efforts contributed to keeping the organisation afloat and in the space of 3 months, from September to November, they recorded a turnover of over €7 million before tax for the events department, representing 62% of turnover for 2019 (not excluding miscellaneous products), and also allowed the venue to host the Marseille International Fair, the region's star event, not included in these figures.

## WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE CENTRE DE CONGRÈS & SÉMINAIRES



EN HYPER  
CENTRE

UNE ACTIVITÉ  
EN HAUSSE DE 61%  
PAR RAPPORT À 2020  
MAIS TOUJOURS  
EN RETRAIT PAR RAPPORT  
À 2019

### JARDIN DES VESTIGES

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

Des équipements modernes et fonctionnels en hyper centre : Wi-fi, avec fibre optique, visio conférence.

- 1 salle plénière de 400 m<sup>2</sup>
- 11 salles de réunion de 50 m<sup>2</sup> à 137 m<sup>2</sup>
- 1 foyer Agora sonorisé de 400 m<sup>2</sup> pour espace d'exposition et restauration debout
- 1 terrasse de 250 m<sup>2</sup>

Le site bénéficie d'une accessibilité optimale : gare Saint-Charles à 10 min à pied, aéroport international Marseille Provence à 30 min en voiture ou en navette, 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.

**Nombre total d'événements accueillis en 2021 sur nos 3 lieux :** 628 sur les 3 sites du City Center, Sky Center et Palais de la Bourse contre 386 en 2020 soit une hausse de 61%. Le nombre est toujours en baisse par rapport à 2019 quand nous avions accueillis 797 événements.

Nous avons vu une **forte demande sur le mois de septembre** pendant lequel nous avons généré 26% du CA annuel, 92 événements.

L'arrivée du nouveau variant Omnicron beaucoup plus contagieux a effrayé de nombreux clients. Même si les restrictions gouvernementales n'ont pas empêché la tenue des gros événements, **15 événements confirmés en novembre et décembre 2021 ont été annulés, représentant un CA de 40K€.**

La tendance des **réservations de dernière minute** continue à se poursuivre avec une moyenne de 66 jours entre la réception de la demande et la date de l'événement contre 93 jours en 2019.

**CA 2019 pour les 3 lieux :** 1 701 112,95€  
**CA 2020 pour les 3 lieux :** 535 704,52€  
**CA 2021 pour les 3 lieux :** 969 150,58€

Plus d'informations :  
[wtcmp.com](http://wtcmp.com)

## WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE CONFERENCE & SEMINAR CENTER

IN THE INNER  
CITY CENTRE



VIEUX-PORT

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

Modern, functional amenities in the inner city: optical fibre, WiFi and videoconference facilities.

- 1 x 400 m<sup>2</sup> plenary room
- 11 x 50 m<sup>2</sup> to 137m<sup>2</sup> meeting rooms
- 1 Agora meeting hall fitted with a sound system, measuring 400 m<sup>2</sup>, with space for exhibitions and high bar tables
- 1 x 250 m<sup>2</sup> 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 a 30-minute drive or bus ride. 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.

ACTIVITY  
UP BY 61%  
COMPARED TO 2020  
BUT STILL  
DOWN COMPARED  
TO 2019

**Total number of events hosted in 2021 across our 3 venues:** 628 in the 3 venues: City Center, Sky Center and Palais de la Bourse, versus 386 in 2020, representing an increase of 61%. This number is still lower than in 2019 when we hosted 797 events.

We recorded **high demand for September** and as such, we generated 26% of our annual turnover in this month alone, with 92 events.

The arrival of the much more contagious, Omicron strain, scared away many of our clients. Even if the restrictions imposed by the French government did not prevent major events from being held, **15 events that had been confirmed for November and December were cancelled, representing a turnover of €40K.**

The trend of **last minute reservations** continued with an average of 66 days between the booking date and the date of the event, compared to 93 days in 2019.

**2019 turnover for the 3 venues:** 1 701 112,95€  
**2020 turnover for the 3 venues:** 535 704,52€  
**2021 turnover for the 3 venues:** 969,150.58€

**More information:**  
[wtcmp.com](http://wtcmp.com)

## WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE SKY CENTER LA MARSEILLAISE



EN HAUTEUR  
AU CŒUR  
D'EUROMÉDITERRANÉE

HIGH ABOVE  
THE HEART  
OF EUROMÉDITERRANÉE  
DISTRICT

© E. LAMY

LE SKY CENTER LA MARSEILLAISE

Conçue par l'architecte Jean Nouvel, la Tour La Marseillaise s'élève à plus de 130 mètres au-dessus du quartier Euroméditerranée. Au 30<sup>ème</sup> et dernier étage, 900m<sup>2</sup> d'espaces haut-de-gamme sont entourés d'un jardin suspendu et bénéficient d'une vue à 360° sur Marseille.

- 6 salles de réunion modulables de 50 à 160m<sup>2</sup>
- Equipement audiovisuel intégré de dernière génération
- Cocktail jusqu'à 500 personnes

La **Sky Experience** a été lancée au Sky Center et permet aux clients de personnaliser leur évènement autour des 5 sens.

Designed by architect Jean Nouvel, La Marseillaise tower rises more than 130 meters above the Euroméditerranée district.

On the 30<sup>th</sup> and last floor, 900 sqm of top-of-the-range spaces are surrounded by a hanging garden and boasts a 360° panoramic view of Marseille.

- 6 adjustable meeting rooms from 50 to 160 sqm
- State-of-the-art technology
- Cocktail up to 500 persons

The **Sky Experience** was launched at the Sky Center, allowing customers to personalise their event around the theme of the 5 senses.



© WTCMP

LE SKY CENTER - ORION



VIEUX-PORT TRAVERSÉ EN FERRY BOAT

# MUSÉES, SITES ET EXPOSITIONS

## MUSEUMS, SITES AND EXHIBITIONS

**RETOUR EN FORCE  
DE LA CULTURE**  
STRONG COMEBACK  
FOR CULTURE

MUSÉES / FONDATIONS / SITES MUSEUMS / FOUNDATIONS / SITES	NOMBRE DE VISITEURS EXPOSITIONS PERMANENTES ET TEMPORAIRES NUMBER OF VISITORS PERMANENT AND TEMPORARY EXHIBITIONS		
	2019	2020	2021
CENTRE DE LA VIEILLE CHARITÉ (MUSÉE D'ARCHÉOLOGIE MÉDITERRANÉENNE, MUSÉE DES ARTS AFRICAINS-OcéANIENS-AMÉRINDIENS) / MUSEUM OF MEDITERRANEAN ARCHAEOLOGY, MUSEUM OF AFRICAN-OCEANIA-AMERICAN INDIAN ARTS	206 281	108 726	105 187
MUSÉE D'HISTOIRE DE MARSEILLE / THE MARSEILLE HISTORY MUSEUM (+ MÉMORIAL DE LA MARSEILLAISE)	82 256	35 814	25 891
MUSÉE DES BEAUX ARTS (PALAIS LONGCHAMP)	52 564	29 301	28 680
MUSÉE CANTINI CANTINI MUSEUM	44 931	18 342	18 602
BORÉLY - MUSÉE DE LA FAÏENCE, DES ARTS DÉCORATIFS, DE LA MODE CERAMICS MUSEUM, DECORATIVE ARTS, FASHION	36 843	25 579	14 452
MUSÉUM D'HISTOIRE NATURELLE (PALAIS LONGCHAMP) MUSEUM OF NATURAL HISTORY PALAIS LONGCHAMP	36 739	25 703	53 875
MUSÉE GROBET-LABADIÉ / MUSEUM GROBET-LABADIÉ	25 366	5 672	1 683
LE PRÉAU DES ACCOULES	18 247	6 058	5 908
MUSÉE DES DOCKS ROMAINS / ROMAN DOCKS MUSEUM	13 298	1 777	426
JARDIN BOTANIQUE DU PARC BORÉLY / BOTANIC GARDENS BORÉLY PARK	9 130	1 481	
MAC MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN / MUSEUM OF CONTEMPORARY ART	6 599	2 971	2 701
MÉMORIAL DE LA MARSEILLAISE / LA MARSEILLAISE MEMORIAL	4 467	1 128	1 254
MÉMORIAL DES DÉPORTATIONS / DEPORTATIONS MEMORIAL	1 689	9 659	2 714
BMVR (BIBLIO ALCAZAR) / BMVR (ISLAMIC ARTS)	NC	NC	2 002
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>538 410</b>	<b>272 211</b>	<b>263 375</b>
CHÂTEAU D'IF	<b>106 956</b> EXHIBITION IN PARTNERSHIP WITH THE MUCEM BASED ON THE THEME OF ISLAND TIME ARTIST DAVID RENAUD WAS GIVEN CARTE BLANCHE FOR THIS EXHIBITION EXPOSITION EN PARTNERSHIP AVEC LE MUCEM SUR LE THEME DE L'ISLE ARTISTE DAVID RENAUD A ÉTÉ DONNÉE LA BLANCHE CARTE POUR CETTE EXPOSITION	<b>28 871</b>	<b>41 752</b> AVEC 4 MOIS DE FERMETURE EN DÉBUT D'ANNÉE WITH 4 MONTHS CLOSURE AT THE BEGINNING OF THE YEAR
MUCEM MUSÉE DES CIVILISATIONS DE L'EUROPE ET DE LA MÉDITERRANÉE MUCEM: MUSEUM OF EUROPEAN AND MEDITERRANEAN CIVILISATIONS	<b>430 168</b> ESPACES MUSÉE MUSEUM SPACES	<b>185 131</b> ESPACES MUSÉE MUSEUM SPACES	<b>293 547</b> ESPACES MUSÉE MUSEUM SPACES
<b>- TOTALITÉ DU SITE / ENTIRE SITE</b>	<b>1 207 663</b>	<b>721 129</b>	<b>806 649</b>

MUSÉES / FONDATIONS / SITES MUSEUMS / FOUNDATIONS / SITES	NOMBRE DE VISITEURS EXPOSITIONS PERMANENTES ET TEMPORAIRES NUMBER OF VISITORS PERMANENT AND TEMPORARY EXHIBITIONS		
	2019	2020	2021
BASILIQUE NOTRE-DAME DE LA GARDE DONT MUSÉE ET ATELIER DES DÉCOUVERTES / INCLUDING THE MUSÉE ET ATELIER DES DÉCOUVERTES	<b>2 252 128</b> TOTALITÉ DU SITE / ENTIRE SITE THE MUSEUM HAS BEEN CLOSED SINCE MARCH 2018 THE MUSEUM HAS BEEN CLOSED SINCE MARCH 2018	<b>1 801 704</b>	<b>1 912 045</b>
MUSÉE REGARDS DE PROVENCE / THE REGARDS DE PROVENCE MUSEUM	<b>45 708</b>	<b>17 932</b>	<b>12 519</b>
CHÂTEAU DE LA BUZINE	<b>86 100</b> 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	<b>28 144</b>	<b>59 363</b>
FRICHE BELLE DE MAI - TOTALITÉ DU SITE / ENTIRE SITE - EXPOSITIONS / EXHIBITION - CINÉMA LE GYPTIS/ CINEMA LE GYPTIS	450 000 60 000 37 000	208 000 29 000 13 200	400 000 10 000 7 000

GESTION MAIRIE DE MARSEILLE  
MARSEILLE MUNICIPALITY MANAGEMENT

GESTION ETAT  
STATE MANAGEMENT

PRIVÉS ET GESTION EXTERNALISÉE  
PRIVATE AND OUTSOURCED MANAGEMENT



LA BUZINE

L'activité culturelle de 2021 a été marquée en tout début d'année par plus de 4 mois de fermeture des musées et lieux culturels, puis avec réouverture avec des consignes sanitaires strictes (port du masque, jauge visiteurs, inscription au préalable ..). Malgré tout, on a senti que le public avait été privé d'expositions, de visites et autres loisirs et les chiffres montrent d'ailleurs, un retour en force de l'attractivité culturelle de Marseille. Certaines expositions programmées ont pu être maintenues et le public était au rendez-vous.

### **Les expositions 2021 dans les structures culturelles de Marseille**

#### **Musées de Marseille**

##### **- Musée d'Archéologie méditerranéenne**

**Michel Eiselhor: La Syrie en noir et blanc**

Du 15 juin 2020 au 19 septembre 2021

##### **- Musée des Beaux-Arts**

**La peste dans les collections permanentes du musée des Beaux-Arts de Marseille**

Du 19 septembre 2020 au 31 mai 2021

##### **- Centre de la Vieille Charité**

**Le surréalisme dans l'art américain**

Du 12 mai au 26 septembre 2021

##### **- Préau des Accoules**

**La symphonie des couleurs, ou comment peindre la musique**

Du 19 mai 2021 au 31 août 2021

##### **- Château Borély**

**Souffles : 10 designers. 10 ans. 10 vases.**

**Une exposition en partenariat avec le Cirva et la villa Noailles**

Du 12 juin 2021 au 07 novembre 2021

The cultural sector in 2021 witnessed 4 months closure at the beginning of the year for museums and cultural venues, then when they were allowed to reopen, they had to impose strict health & safety measures (face masks, limited visitor capacity, prior reservations, etc.). In spite of this, the general public had felt deprived of exhibitions, tours and other leisure activities and so the figures reflected this, as Marseille's cultural sector experienced a strong comeback. Some scheduled exhibitions went ahead and the visitor numbers were satisfactory.

### **2021 exhibitions in the cultural venues of Marseille**

#### **Marseille Museums**

##### **- The Museum of Mediterranean Archaeology**

**Michel Eiselhor: Syria in black and white**

From 15 June 2020 to 19 September 2021

##### **- Museum of Fine Arts**

**The plague in the permanent collections of Marseille's Museum of Fine Arts**

From 19 September 2020 to 31 May 2021

##### **- The Vieille Charité Centre**

**Surrealism in American art**

From 12 May to 26 September 2021

##### **- Préau des Accoules Museum**

**The symphony of colours, or how to paint music**

From 19 May 2021 to 31 August 2021

##### **- Château Borély**

**Glassblowing: 10 designers. 10 years. 10 vases. Exhibition held in partnership with the Cirva and Villa Noailles**

From 12 June 2021 to 7 November 2021



**- Centre de la Vieille Charité**

**25 000 Jokes - Paola Pivi**

Du 24 juin 2021 au 12 septembre 2021

**- Musée d'Histoire**

Marseille en temps de peste, 1720-1722

Du 8 octobre 2021 au 30 janvier 2022

**- Centre de la Vieille Charité**

**Flux-Eric Bourret**

Du 28 octobre 2021 au 27 février 2022

**- Musée Cantini**

**Jules Perahim (1914-2008). De l'avant-garde à l'épanouissement, de Bucarest à Paris**

Du 26 novembre 2021 au 24 avril 2022

**- The Vieille Charité Centre**

**25,000 Jokes - Paola Pivi**

From 24 June 2021 to 12 September 2021

**- History Museum**

Marseille during the plague, 1720-1722

From 8 October 2021 to 30 January 2022

**- The Vieille Charité Centre**

**Flow-Eric Bourret**

From 28 October 2021 to 27 February 2022

**- The Cantini Museum**

**Jules Perahim (1914-2008). From Avant-Garde to fulfilment, from Bucharest to Paris**

From 26 November 2021 to 24 April 2022



## LE SURREALISME DANS L'ART AMERICAIN

DALÍ / ERNST / TANGUY / POLLOCK / ROTHKO / BOURGEOIS

CENTRE DE LA VIEILLE CHARITÉ JUSQU'AU 26.09.21

[musees.marseille.fr](http://musees.marseille.fr) ARTE BeauxArts VILLE DE MARSEILLE



## **Mucem**

- « **Jeff Koons Mucem** »  
19 mai - 18 octobre 2021 :  
182 932 personnes (1375 par jour)
- « **Civilization - Quelle époque!** »  
19 mai - 15 août 2021 :  
78 575 personnes (1007 par jour)
- « **Déflagrations** »  
19 mai - 29 août 2021 :  
34 605 personnes (385 par jour)
- « **Le grand Mezzé** »  
à partir du 19 mai 2021 :  
120 910 personnes (620 par jour)
- « **Connectivités** »  
à compter du 19 mai 2021 :  
103 046 personnes (557 par jour)

## **La Buzine**

### **Expositions :**

- **Guit'art Légendes - quand la guitare se fait œuvre d'art**  
(parrainée par Louis Chedid) mai - juin 2021
- **Montand : la grande exposition du centenaire, l'exposition hommage à l'artiste aux mille vies.** (expo parrainée par Costa Gavras) - juillet - décembre 2021
- « **100% rock » l'expo hors les murs du château de la Buzine** à la Foire de Marseille 24 septembre 4 octobre 2021

### **Spectacles :**

- Deux créations originales à l'intention du public familial avec les comédies musicales :
- **Le Magicien d'Oz, et Aladin, le conte des mille et une nuits**  
octobre et décembre 2021
  - **Le festival du patrimoine** - 3 jours de concert et visites - septembre 2021
  - **Jazz** : plein succès avec des concerts à guichet fermé tous les mois

## **Regards de Provence**

- « **Blachon en liberté !** »  
du 1<sup>er</sup> juillet 2020 à 20 juin 2021  
Dans le cadre de la Biennale d'Art contemporain MANIFESTA 13 à Marseille :
- « **Local Heroes, Marseille & Berlin** »  
du 12 septembre 2020 au 13 juin 2021
- « **De la collection à l'atelier** »  
du 29 juin au 28 novembre 2021
- « **Marseille, de Port en Ports** »,  
du 15 décembre 2021 au 15 mai 2022.

## **Mucem**

- « **Jeff Koons Mucem** »  
19 May - 18 October 2021:  
182,932 people (1,375 per day)
- « **Civilisation - What an era!** »  
19 May - 15 August 2021:  
78,575 people (1,007 per day)
- « **Deflagrations** »  
19 May - 29 August 2021:  
34,605 people (385 per day)
- « **The Great Mezze** »  
from 19 May 2021:  
120,910 people (620 per day)
- « **Connectivity** »  
from 19 May 2021:  
103,046 people (557 per day)

## **La Buzine**

### **Exhibitions:**

- **Guit'art Legends - when the guitar becomes a work of art**  
(sponsored by Louis Chedid) May - June 2021
- **Montand: the great exhibition of the century, exhibition in tribute to the singer with a thousand lives.** (exhibition sponsored by Costa Gavras) - July - December 2021
- « **100% rock' » exhibition beyond the walls of the Château de la Buzine** at Marseille International Fair from 24 September to 4 October 2021

### **Shows:**

- Two original, musical creations for families:
- **The Magician of Oz, and Aladdin, the story of a thousand and one nights**  
October and December 2021
  - **The Heritage Festival** - 3 days of concerts and tours - September 2021
  - **Jazz:** a great success for these concerts which were sold out every month

## **The Regards de Provence Museum**

- « **Blachon, free!** »  
from 1 July 2020 to 20 June 2021  
As part of the MANIFESTA 13 contemporary art biennial in Marseille:
- « **Local Heroes, Marseille & Berlin** »  
from 12 September 2020 to 13 June 2021
- « **From the collection to the workshop** »  
from 29 June to 28 November 2021
- « **Marseille, from Port to Port** »,  
from 15 December 2021 to 15 May 2022.

### **Friche Belle de Mai**

- **En attendant Omar Gatlato – Exposition collective, Triangle France Astérides**  
Du 12 février au 16 mai 2021
- **Stirring the Pot - Emeka Ogboh - Fræme**  
Du 4 juin au 24 octobre 2021
- **Barzakh – Lydia Ourahmene - Triangle France Astérides**  
Du 4 juin au 24 octobre 2021

### **Friche Belle de Mai**

- **Waiting for Omar Gatlato – Collective exhibition, Triangle France Astérides**  
From 12 February to 16 May 2021
- **Stirring the Pot - Emeka Ogboh - Fræme**  
From 4 June to 24 October 2021
- **Barzakh – Lydia Ourahmene - Triangle France Astérides**  
From 4 June to 24 October 2021



# 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			
	2019	2020	2021	
 (1)	<b>COLORBÜS TOUR MARSEILLE</b> TOURIST SMALL TRAIN	<b>142 000</b> EVOLUTION 18-19 +18.3%	<b>16 000</b> EVOLUTION 19-20 -88.73%	<b>35 000</b> EVOLUTION 20-21 +118%
 (2)	<b>PETIT TRAIN TOURISTIQUE</b> TOURIST SMALL TRAIN	<b>290 000</b> EVOLUTION 18-19 +20.8%	<b>98 125</b> EVOLUTION 19-20 -66%	<b>116 000</b> EVOLUTION 20-21 +18%
 (3)	<b>GRANDE ROUE DE MARSEILLE</b> MARSEILLE BIG WHEEL	<b>110 000</b> EVOLUTION 18-19 +37.5%	<b>NC</b>	<b>140 000</b> EVOLUTION 19 +27%
 (4)	<b>VISITES DES CALANQUES EN BATEAU</b> BOAT TRIPS TO THE CALANQUES NATIONAL PARK (INCLUDES CHÂTEAU D'IF) ► ICARD MARITIME ► CROISIÈRE MARSEILLE CALANQUE	<b>176 197</b> EVOLUTION 18-19 +18.2%	<b>123 324</b> EVOLUTION 19-20 -30%	<b>NC</b>
 (5)	<b>NAVETTES</b> <b>FRIOUL-IF EXPRESS</b> SHUTTLES FRIOUL-IF EXPRESS TRANSDEV	<b>508 680</b> EVOLUTION 18-19 +2%	<b>357 021</b> EVOLUTION 19-20 +30%	<b>501 062</b> EVOLUTION 20 +40% EVOLUTION 19 -1.4 %

SOURCE : VILLE DE MARSEILLE / CITY OF MARSEILLE

(1) COLORBÜS © 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) COLORBÜS © 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 ©



COLORBUS CORNICHE



COLORBÜS

©MP



COLORBÜS

©MP

## COLORGROÜP

**Nouvelle organisation** pour un meilleur service : mise en valeur du système digital.

### Axes principaux envisagés pour la reprise :

Attirer une clientèle régionale.

Garder à l'esprit de pouvoir accueillir une clientèle internationale.

Oser, surprendre, et faire vivre une expérience inoubliable à nos touristes.

Communiquer et rassurer les clients sur la sécurité sanitaire de notre activité.

Faire découvrir les adresses marseillaises et les points de vues spectaculaires.

### Mesures et consignes sanitaires pour la sécurité de tous :

- Mise en place d'affiche informative pour la clientèle en faveur des gestes barrières à adopter.

- Assainissement de l'espace d'accueil et des différents véhicules.

- Port du masque obligatoire durant toute la visite pour la protection de chaque voyageur.

- Distance de sécurité à respecter autant que possible entre les autres voyageurs.

- Ouverture à ciel ouvert permettant à l'air de circuler librement.

- Kits de nettoyage pour les conducteurs et les agents d'accueil.

- Mise en disposition de gel hydroalcoolique.

### Nouveau produit :

Pass Color Région Sud au tarif attractif de 15€ pour deux journées au lieu de 22€.

**Plus d'informations : [colorbus.fr](http://colorbus.fr)**

## COLORGROÜP

**New organisation** for a better service: enhancement of digital systems.

### Envisaged priorities for the resumption of activity:

To attract regional customers.

To stay prepared for the return of international customers.

To be bold, take tourists by surprise and make sure they enjoy a memorable experience.

To communicate and reassure customers that we operate in Covid-safe conditions.

To show them the sights, attractions and spectacular views of Marseille.

### Sanitary measures and recommendations for the safety of all:

- Creation of an information poster inviting customers to adopt preventive gestures.

- Sanitation of reception areas and vehicles.

- Mandatory face masks for the entire duration of tours to protect each traveller.

- Safe distances to be kept between travellers whenever possible.

- Open-top vehicles to allow air to circulate.

- Cleaning kits for drivers and reception staff.

- Hand sanitizer to be provided.

### New product:

Southern Region Color Pass for two days at the attractive price of €15 instead of €22.

**Further details : [colorbus.fr](http://colorbus.fr)**

## LES INSOLITES À TERRE



MOBILBOARD

© COLORGROUP

## SURPRISING ACTIVITIES ON GROUND



COLOREVENT

© COLORGROUP

### MOBILBOARD BY COLORGROÜP 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.

**Plus d'informations : [mobilboard.com](http://mobilboard.com)**

### MOBILBOARD BY COLORGROÜP 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.

**More information: [mobilboard.com](http://mobilboard.com)**

### 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.

**Plus d'informations : [colorgroup.fr](http://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.

**More information: [colorgroup.fr](http://colorgroup.fr)**

## LES INSOLITES À TERRE



MOBILBOARD

## OM TOUR

Les coulisses de l'Orange Vélodrome vous ouvrent leurs portes. Plongez au cœur de l'histoire de l'Olympique de Marseille, son mythe, sa légende.

À travers un parcours libre, vous allez découvrir un lieu unique, jalonné de nombreuses anecdotes, d'histoires incroyables et de contenus originaux. Cette expérience inédite vous fera accéder au vestiaire, au bord pelouse et à de nombreux lieux en exclusivité. De la naissance d'un club, à son épopée européenne, de la construction d'un stade mythique à son évolution contemporaine, tout vous sera dévoilé pour comprendre ce qui fait de l'Olympique de Marseille et son stade, une histoire si unique. Une aventure inédite et complète qui vous permettra assurément de faire le plein de souvenirs et d'émotions !

En 2021, 59 000 visiteurs ont été accueillis sur 106 jours d'ouverture dont 38 000 en juillet /août.

**Plus d'informations : [om.fr](http://om.fr)**

## SURPRISING ACTIVITIES ON GROUND

## OM TOUR

Go behind the scenes of the Orange Velodrome.

Take a plunge into the history, myths and legends behind the Olympique de Marseille football club. This unguided tour reveals some original content and a unique venue with many incredible stories to tell. You'll enjoy the unique and exclusive experience of standing at the edge of the pitch and visiting various sites, including the locker rooms. From the birth of the club to its European epic and from the building of the legendary stadium to its contemporary evolution, you'll find out everything you need to know to understand the extraordinary story of the Olympique de Marseille football club and stadium. An adventure like no other, complete with emotions, and one that you'll never forget!

In 2021, 59,000 visitors were welcomed over 106 days, including 38,000 in July and August.

**More information: [om.fr](http://om.fr)**

## LES INSOLITES À TERRE



©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 2021, CycloPub a permis à près de **1 300** personnes de découvrir Marseille en gyropode.

**Plus d'informations :**  
[cyclopub.com](http://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 2021, CycloPub allowed around **1,300** people to discover Marseille by segway.

**More information:**  
[cyclopub.com](http://cyclopub.com)

## SURPRISING ACTIVITIES ON GROUND



©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 2021, les Tuk-Tuk ont transporté **1 200** passagers.

**Plus d'informations :**  
[tuktukmarseille.com](http://tuktukmarseille.com)

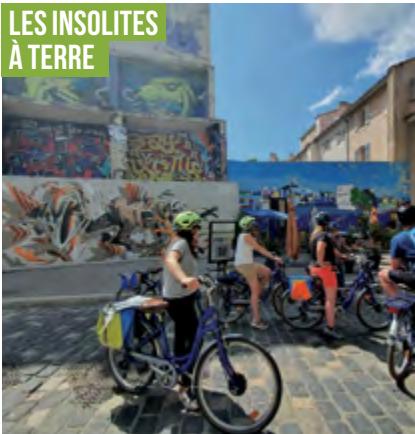
### TUK-TUK RIDES

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 2021, Tuk-Tuks transported **1,200** passengers.

**More information:**  
[tuktukmarseille.com](http://tuktukmarseille.com)

## LES INSOLITES À TERRE



© JOOMIC

TOUR DE MARSEILLE EN VÉLO ÉLECTRIQUE, FADA BIKE

### FADA BIKE, MARSEILLE EN VÉLO ÉLECTRIQUE

Fada Bike propose aux visiteurs des circuits (accompagnés) à vélo à assistance électrique 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 tours pour les groupes.

En 2021, Fada Bike a permis à **2 000** personnes de découvrir la ville au cours de 588 excursions.

**Plus d'informations : [fada.bike](http://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. Under the Famille Plus seal of approval, this service provider proposes a range of joint or private scheduled excursions as well as bespoke tours and group tours.

In 2021, Fada Bike permitted **2,000** people to discover the city on 588 excursions.

**More information: [fada.bike](http://fada.bike)**

## SURPRISING ACTIVITIES ON GROUND



© 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 trottinettes 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 2021, **2 678** visiteurs ont découvert Marseille en Trolib.

**Plus d'informations : [trolib.com](http://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 2021, **2,678** visitors discovered Marseille by Trolib.

**More information: [trolib.com](http://trolib.com)**

## LES INSOLITES EN MER

## SURPRISING ACTIVITIES AT SEA



©DUNE

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 2021, DUNE a guidé **2 100** plongeurs, **1 100** snorkelleurs et **200** apnéistes.

Plus d'informations : [dune-world.com](http://dune-world.com)

### BEAUTIFUL UNDERSEA ADVENTURES BY DUNE

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 2021, DUNE accompanied **2,100** scuba divers, **1,100** snorkellers and **200** free divers.

More information: [dune-world.com](http://dune-world.com)



CATAMARAN DANS LES CALANQUES

### LEVANTIN : BALADES EN CATAMARAN

La compagnie Levantin propose des croisières en catamaran de jour ou en soirée pour découvrir les calanques et les archipels phocéens. Avec ses 300 m<sup>2</sup> de confort optimal, le navire amiral « Ecolorato » est le plus grand catamaran de day charter d'Europe.

**Nombre de passagers reçus en 2021 :  
20 000 +70% par rapport à 2020  
et +42% par rapport à 2019.**

2021 est une année de reprise avec le retour des événements d'entreprises en petits groupes mais aussi des événements privés.

Les clients en croisières partagées ont été également très présents, la formation à la navigation (avec nuit à bord, cours théoriques et pratiques) et les croisières longues en Méditerranée ont très bien fonctionné les mois où nous pouvions naviguer.

**Plus d'informations : [levantin.fr](http://levantin.fr)**

### LEVANTIN: CATAMARAN TRIPS

Levantin offers catamaran trips in the daytime or evening, to explore the Calanques and archipelagos of Marseille. The 'Ecolorato' offers 300 m<sup>2</sup> of ultimate comfort, making it the biggest day charter catamaran in Europe.

**Number of passengers in 2021:  
20,000 +70% versus 2020  
and +42% versus 2019.**

2021 was a year of recovery with the return of corporate events in small groups, and also the return of private events.

The number of visitors on shared group boat trips was also very satisfactory, and skipper training (with an overnight stay on-board, theory and practical lessons) and long cruises in the Mediterranean were particularly successful for the months we were able to set sail.

**More information: [levantin.fr](http://levantin.fr)**



# GRANDS ÉQUIPEMENTS

## LARGE FACILITIES

UNE ANNÉE  
ENCORE PARALYSÉE  
A YEAR  
SHUT DOWN AGAIN

### FRÉQUENTATION PAR ÉQUIPEMENT DE 2017 À 2019 VISITOR NUMBERS BY TYPE OF FACILITY, 2017-2019

ÉQUIPEMENTS FACILITIES	NOMBRE DE SPECTATEURS NUMBER OF SPECTATORS		
	2019	2020	2021
LE SILO	<b>131 487</b> ÉVOLUTION 18-19 +5,3%	<b>42 838</b> 34 ÉVÉNEMENTS / EVENTS	<b>43 024</b> 40 ÉVÉNEMENTS / EVENTS
PALAIS OMNISPORTS MARSEILLE GRAND EST	<b>289 706</b> ÉVOLUTION 18-19 +8,7%	NC	<b>125 776</b>
PALAIS DES SPORTS	<b>240 000</b> ÉVOLUTION 18-19 +50%	<b>29 432</b> ÉVOLUTION 19-20 -87,74%	<b>81 103</b> ÉVOLUTION 20-21 +175,56%
LE DÔME	<b>178 490</b> ÉVOLUTION 18-19 -19,2%	NC	<b>62 692</b>
LE STADE ORANGE VÉLODROME	<b>1 125 784</b> ÉVOLUTION 18-19 -22%	NC	<b>920 000</b>

SOURCE : VILLE DE MARSEILLE - SERVICE TOURISME ET CONGRÈS / CITY OF MARSEILLE - TOURISM DEPARTMENT

Tout comme les grands événements, les grands équipements de la ville ont été très impactés par la crise sanitaire. Les grands rassemblements étant interdits, ils n'ont donc fonctionné que très partiellement durant l'année 2020 et la plupart ont été fermés 6 mois en 2021.

Durant le deuxième semestre, l'**Orange Vélodrome** a connu une très forte affluence les soirs de match avec en moyenne 55 000 supporters, et durant l'été, l'exposition Rolling Stones a attiré 80 000 visiteurs. La fréquentation en 2021 est exceptionnelle compte tenu du 1<sup>er</sup> semestre en arrêt d'activité.

Les chiffres de fréquentation des années précédentes des principaux grands équipements de la ville ont été laissés volontairement pour montrer l'impact économique induit que génèrent ces sites les soirs de matches, de concerts ou autres (hôtel, taxi, restaurants, bars...).

Just like the big events, the city's key amenities were also heavily impacted by the health crisis. With the ban on large gatherings, they operated only partially during the year 2020 and most of them were closed for 6 months in 2021.

During the second half of the year, the **Orange Velodrome** recorded very high visitor numbers on match days with an average of 55,000 supporters, and in the summer, the Rolling Stones concert attracted 80,000 visitors. The visitor numbers for 2021 were exceptional, bearing in mind that the first half of the year was at a standstill.

The previous years' visitor numbers for the city's key amenities have been deliberately included in order to show the spillover effect on the economy relating to the use of hotels, taxis, restaurants, bars, etc. on match nights, concert evenings, etc.



ORANGE VELODROME

# ESPACES NATURELS

NATURAL AREAS

## SURFRÉQUENTATION DES CALANQUES

OVER-CROWDING AT THE CALANQUES

### LE PARC NATIONAL DES CALANQUES

**3 millions de visiteurs par an dont 75% de locaux**

**2 millions sur terre**

**1 million en mer**

En 2021, année une nouvelle fois marquée par la crise sanitaire, la fréquentation du Parc national a fortement augmenté sur les ailes de saison. Au premier trimestre, certains weekends ont ainsi connu un volume de fréquentation similaire à ceux des grands weekends de printemps d'avant la crise. Ce phénomène, imputable au fort besoin de la population locale de se ressourcer dans la nature, constitue une transformation des usages qui pourrait s'installer dans la durée et interroge sur la capacité du territoire de continuer à bénéficier de temps de quiétude.

La fréquentation en haute-saison est restée forte, avec des pics légèrement inférieurs à ceux de l'année 2020. Le constat d'une hyper-fréquentation des sites phares (Sormiou, Sugiton, Port-Pin, En Vau, Figuerolles...) persiste et conforte une dynamique de fond observée bien avant la crise sanitaire.

#### Fait marquant:

L'année 2021 a été marquée par une prise de parole remarquée du Parc national et de ses partenaires autour des enjeux de surfréquentation. Les problématiques rencontrées sur le territoire ont très largement alimenté un débat de société sur la surfréquentation des espaces naturels aux échelles locale, nationale et internationale. Le Parc national et ses acteurs apparaissent aujourd'hui en pointe pour trouver des solutions permettant de croiser l'accueil d'une fréquentation importante, la préservation de l'expérience visiteur et la nécessaire protection d'un site fragile.

### THE CALANQUES NATIONAL PARK

**3 million visitors per year, 75% of which are locals**

**2 million on ground**

**1 million at sea**

2021 was once again impacted by the pandemic and visitor numbers to the National Park rose significantly during the extremities of the season. In the first quarter, visitor numbers similar to long weekends in the spring before the pandemic were even recorded for some weekends. This could be explained by the strong desire of the local population to get out into the great outdoors, and has resulted in a transformation of habits which could continue into the long-term, therefore calling into question the future peace-and-quiet of the region's natural environment.

Visitor numbers in the peak season remained high, with peaks slightly lower than those of 2020. Exceptionally high numbers for the iconic sites (Sormiou, Sugiton, Port-Pin, En Vau, Figuerolles, etc.) persisted, therefore confirming the trend observed well before the pandemic.

#### Remarkable fact:

2021 witnessed a noteworthy declaration from the National Park and its partners about the issues they were facing due to over-crowding. The problems encountered in the area led to a public debate about over-crowding in natural areas, on a local, national and international level. The National Park and everyone involved are now working hard to find solutions to consolidate high visitor numbers, the preservation of the visitor experience and the essential need to protect this fragile environment.

## Initiatives introduites en 2021

- Expérimentation de capteurs nouvelle génération pour recueillir des données de fréquentation plus précises et les restituer en temps réel aux visiteurs via l'appli *Mes Calanques*.
- Interdiction du mouillage à En Vau et Port Pin pour protéger l'herbier de Posidonie et maintien de la navigation pour sauvegarder des opportunités de découverte par voie maritime de ces deux sites emblématiques.
- Retrait des voitures du Cap croisette permettant un apaisement significatif du site et réservant un accès piéton à un site paysager majeur de Marseille.
- Renforcement des moyens humains alloués à l'accueil et à la sensibilisation du public, notamment grâce à un partenariat avec l'Office Métropolitain de Tourisme des Congrès de Marseille.
- Adoption d'une mesure expérimentale de contingentement pour l'accès à la Calanque de Sugiton pour mise en œuvre en 2022.



EN MER, EN-VAU EST DÉSORMAIS APAISÉE  
GRÂCE AUX MESURES ENCADRANT LE MOUILLAGE

## Initiatives introduced in 2021

- New-generation sensors were tested, to record more accurate information about visitor numbers and to provide this data in real time on the *Mes Calanques* app.
- Mooring was banned in En Vau and Port Pin to protect the Posidonia meadow, and sailing was authorised in an effort to provide opportunities to explore these two iconic sites from the waters.
- Cars were banned from Cap Croisette, restoring peace-and-quiet to the area and only pedestrians are now granted access to one of Marseille's major landscaped areas.
- Extra staff was provided for welcome services and public awareness campaigns, in particular thanks to the Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau.
- Introduction of an experimental quota system to access the Calanque de Sugiton, expected to be implemented in 2022.



A TERRE, LA CALANQUE D'EN-VAU CONNAIT UNE TRÈS FORTE FRÉQUENTATION

# PORTS DE PLAISANCE

## YACHT HARBOURS

PLAN D'EAU  
EXCEPTIONNEL  
AN EXCEPTIONAL  
WATERSURFACE

### DONNÉES 2021 DES PORTS DE PLAISANCE (\*) 2021 YACHT HARBOURS DATA (\*)

PORTS HARBORS	NOMBRE D'ANNEAUX NUMBER OF RINGS	NOMBRE DE NUITÉES DE PASSAGES BATEAUX/AN NUMBER OF OVERNIGHT BOAT TRIPS / YEAR	DURATION MOYENNE DE SÉJOUR AVERAGE TRIP DURATION	NOMBRE DE NAVIRES NUMBER OF SHIPS
VIEUX-PORT (*) OLD PORT (*)	3200	6116	15 JOURS DAYS	400
FRIOUL	725	7272	5 JOURS DAYS	1475
POINTE ROUGE	1200			
AUTRES PORTS MARSEILLE OTHER MARSEILLE HARBORS	750	1093	24 JOURS DAYS	46
<b>TOTAL MARSEILLE</b> <b>SUBTOTAL MARSEILLE</b>	<b>5875</b>	<b>14481</b>	<b>8 JOURS</b> <b>DAYS</b>	<b>1921</b>

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

### FRÉQUENTATION 2021 DES YACHTS (DE PLUS DE 24 MÈTRES) 2021 YACHT TRAFFIC (MORE THAN 24 METRES LONG)

VIEUX- PORT OLD PORT	2019	2020	2021
NOMBRE DE YACHTS ACCUEILLIS NUMBER OF YACHTS ACCUEILLIS	12	20	15

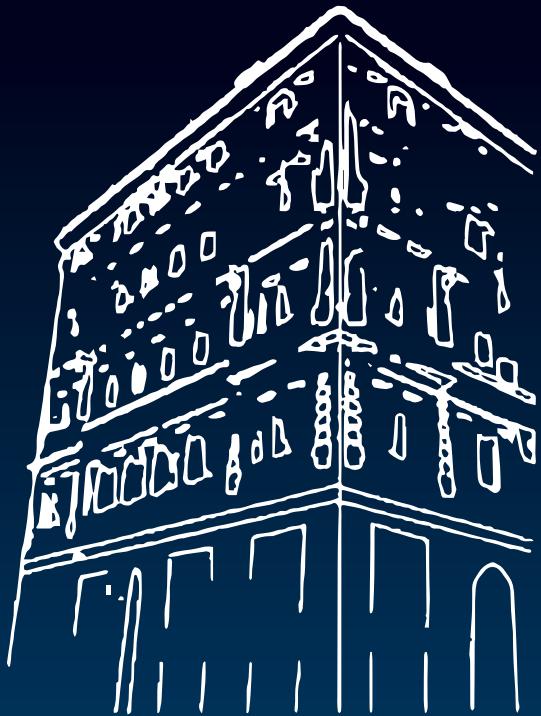


© SHUTTERSTOCK OMITCH

VIEUX-PORT



VIEUX-PORT



**FOLLOW US!**



**#ChooseMarseille**

**Marseille**  
OFFICE DE TOURISME  
ET DES CONGRÈS

**M**ARSEILLE  
Experience!

**M** BUREAU DES CONGRÈS  
AIX-MARSEILLE  
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](http://www.marseille-tourisme.com)

Dans le cadre de nos actions en faveur de l'environnement, nous proposerons 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, OMTCM. Tous droits réservés. All rights reserved.

**IMPRIM' VERT**