

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



## *L'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille remporte un Trophée Cas d'Or digital pour sa stratégie d'acquisition*

Après sa transformation digitale entreprise depuis 2019, l'Office de Tourisme a adopté une stratégie digitale gagnante, et remporte le Cas d'OR digital de la stratégie d'acquisition en partenariat avec l'agence Digimood.

### Un challenge de taille : avoir un site à la hauteur de Marseille, **2ème ville de France**

La stratégie digitale de l'Office de Tourisme se doit de répondre à plusieurs objectifs :

- Etre le premier média de référence sur la destination Marseille sur les thématiques de visites et découverte de ville, tant sur le site que sur les réseaux sociaux
- Promouvoir Marseille en dehors de la saison estivale
- Développer les ventes et la visibilité des prestataires locaux d'activités

La transformation digitale est le fruit d'un projet collectif, impliquant tous les services de l'Office de Tourisme, notamment l'accueil et la communication pour bien connaître les attentes de nos visiteurs. Elle nécessite également une certaine synergie entre les différentes parties prenantes, agence web, agence SEO et Office de Tourisme. Les compétences en interne ont par ailleurs été renforcées, avec des postes dédiés au community management, montage de vidéo ou à la rédaction de contenus.

## Des résultats marquants obtenus en à peine 3 ans

- Plus de **10 000** pages ont été créées sur notre site depuis la refonte
- Un meilleur positionnement : **+320% d'augmentation de mots clés** positionnés sur Google vs 2019
- Une forte croissance des visites issues du référencement naturel : **+530% de sessions** en 2022 vs 2019
- Les ventes en ligne ont doublé sur Marseille Expérience
- Le nombre d'abonnés sur Instagram est passé de 30 à 60k
- Le compte TikTok @marseilletourisme, crée il y a un peu plus d'un an, figure dans le Top 5 des villes stars de TikTok, avec 12 400 abonnés et plus d'1,8 milliard de vue sur l'ensemble des vidéos (communauté majoritairement marseillaise)

[www.marseille-tourisme.com](http://www.marseille-tourisme.com)  
[@instagram/choosemarseille](https://www.instagram.com/choosemarseille)

[www.marseilleexperience.com](http://www.marseilleexperience.com)  
[@TikTok/MarseilleTourisme](https://www.tiktok.com/@MarseilleTourisme)

## Les perspectives pour l'avenir

L'objectif est dorénavant de diriger les internautes vers un tourisme plus durable, via plusieurs missions fixées : faire venir des visiteurs hors saison estivale, mieux répartir les flux et désengorger les sites les plus fréquentés, le tout pour promouvoir un tourisme plus éco-responsable.

Par ailleurs, l'Office de Tourisme a lancé il y a environ un an la mise en place du roadBOOK, un outil qui permet de proposer des carnets de voyage numériques personnalisés en fonction des appétences des touristes, et de les diriger vers des pépites du territoire moins connues, mais tout aussi intéressantes. Les roadBOOKs seront adaptés pour les grands événements à venir, Coupe du Monde de Rugby et JO 2024, et proposeront des offres adaptées aux actualités du moment.

Les challenges restent nombreux, mais en 3 ans et en pleine crise sanitaire, l'Office de Tourisme a accompli une transformation digitale d'envergure pour faire briller la destination Marseille sur le web !

*L'agence Digimood est une agence de marketing digital (SEO/SEA/SMA), spécialisée dans la visibilité en ligne d'entreprises notamment dans le tourisme. Elle compte environ 60 collaborateurs en France.*

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



### Contact Presse

Anne DALLAPORTA

[adallaporta@marseille-tourisme.com](mailto:adallaporta@marseille-tourisme.com)

06 73 86 09 78