



©HelloFrance

CHIFFRES CLÉS / KEY FIGURES 2022

Observatoire local du tourisme / *Tourism observatory*



VILLE DE
MARSEILLE



marseilleexperience.com

CHIFFRES CLÉS À RETENIR



57 KM DE FAÇADE MARITIME
dont 20 km de calanques



300 JOURS DE SOLEIL PAR AN



1^{ER} PORT DE FRANCE

4^{ème} de Méditerranée
7^{ème} mondial de transit
14^{ème} mondial pour la croisière



2^{ÈME} ET PLUS ANCIENNE VILLE DE FRANCE

870 000 habitants
(estimation source INSEE 2019)
Fondée il y a 2 600 ans



1153 EVENEMENTS MICE

2022 une année historique
+18% d'événements par rapport à 2019
585 885 journées congressistes



9 766 CHAMBRES
(hôtels et résidences hôtelières)



2^{ÈME} VILLE DE TOURNAGE DE FRANCE

493 tournages, 1 434 jours de tournage
13 longs-métrages,
11 fictions TV, séries et téléfilms



7% DE L'ÉCONOMIE LOCALE



5 MILLIONS DE TOURISTES
niveau équivalent à 2019



1.47 MILLION DE CROISÉRISTES

+ 572 escales
Retour à un trafic de croisière
dynamique équivalent à 2017



23 673 EMPLOIS DIRECTS

(données 2021 +13,5% par rapport à 2020)



**DANS LE TOP 50 MONDIAL DES
VILLES DE CONGRÈS**

43^{ème} place du classement mondial,
34^{ème} place du classement européen
et 3^{ème} ville française.
(données classement ICCA 2022)



57KM OF COASTLINE

Including 20km of creeks



300 DAYS OF ANNUAL SUNSHINE



THE N°1 LEADING PORT IN FRANCE

4th in the Mediterranean
7th among the world's transit ports
14th among the world's cruise ports



**THE OLDEST AND SECOND BIGGEST CITY
IN FRANCE**

with an estimated population
of 870,000 inhabitants
(source: INSEE 2019)
Founded 2,600 years ago



1 153 MICE EVENTS

2022, a historical year
+18% of events compared to 2019
585 885 congress days



9 766 ROOMS TO STAY IN

(In hotels and aparthotels)



**2ND MOST POPULAR CITY
AS A FILMING LOCATION IN FRANCE**

493 film shootings/1,434 days
13 feature-lengths films, 11 TV
series, fictions and shows



7% OF THE LOCAL ECONOMY



5 MILLION TOURISTS
equivalent to 2019



1.47 MILLION CRUISE PASSENGERS

+ 572 port calls
Back to a dynamic cruise traffic
equivalent to 2017



23, 673 DIRECT JOBS GENERATED

(data from 2021 +13.5% since 2020)



RANKED AMONG THE WORD'S TOP50

43rd in the World ranking, 34th in the
European ranking and 3rd French city
of congress.
(as ranked ICCA 2019)

KEY FIGURES TO REMEMBER



SOMMAIRE CONTENT

- 7 Place du tourisme dans l'activité économique marseillaise
Role of tourism in Marseille's economic activity
- 10 Hébergement touristique
Tourist accommodation
- 34 Transports
Transport
- 52 Croisière et grande plaisance
Cruise ship and large yachts
- 58 Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille
Marseille Metropolitan Tourist Office and Convention Bureau
- 112 Industrie des Rencontres Professionnelles
Professional conferences and meetings
- 124 Pôle observatoire & développement durable
Pôle observatoire & développement durable
- 130 Musées, sites et expositions
Museums, sites and exhibitions
- 132 Espaces naturels
Natural areas
- 142 Ports de plaisance
Yacht harbours





PLACE DU TOURISME DANS L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE 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 2022 Marseille a accueilli :

5 millions de touristes ayant séjourné en hébergement marchand et non marchand un niveau équivalent à 2019.

1.47 millions de croisiéristes avec 572 escales, un niveau équivalent à 2017

L'impact économique du tourisme est estimé à **7% de l'économie locale** et a généré 23 673 emplois directs (données 2021).

In 2022 Marseille welcomed:

5 million tourists staying in commercial and non-commercial accomodations. Equivalent to 2019.

1.47 million cruise passengers with 572 port calls, equivalent to 2017

The economic impact of tourism is estimated at **7% of the local economy** and generated 23 673 direct jobs (data from 2021)

TAXE DE SÉJOUR EN 2022

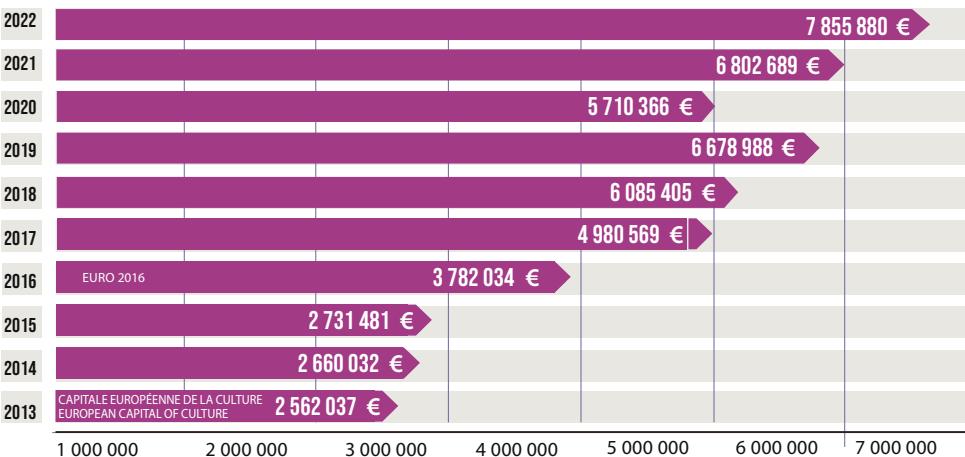
En 2022, le produit de la taxe de séjour collectée entre le 1er janvier et le 31 décembre 2022 s'élève à 8 641 459€.

TOURIST TAX IN 2022

For 2022, the tourist taxes revenue collected between the 1st of January and the 31st of December 2022 is 8 641 459€.

EVOLUTION DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE DE 2013 À 2022

DEVELOPMENT OF TOURIST TAX IN MARSEILLE FROM 2013 TO 2022



(*) Données comptables dernier trimestre n-1 jusqu'au 3^{ème} trimestre de l'année n / (*) Accounting Data for last quarter n-1 to 3rd quarter of year n
SOURCE VILLE DE MARSEILLE - RÉGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE - CITY TAX AUTHORITY

Informations : www.taxedesejour.ofeaweb.fr

RÉPARTITION PAR TYPE D'HÉBERGEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR À MARSEILLE EN 2020, 2021, 2022
 DISTRIBUTION OF TOURIST TAX BY ACCOMMODATION TYPE IN MARSEILLE IN 2020, 2021, 2022

TYPE ET CLASSEMENT PAR HÉBERGEMENT TYPE AND CLASSIFICATION BY ACCOMMODATION	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2020 2020 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2021 2021 TOURIST TAX AMOUNT	MONTANT TAXE DE SÉJOUR 2022 2022 TOURIST TAX AMOUNT
HÔTEL 1*	43 874 €	46 910,77 €	63 690,96 €
HÔTEL 2*	268 587 €	354 877,23 €	438 276,49 €
HÔTEL 3*	630 227 €	1 122 319,39 €	1 156 045,78 €
HÔTEL 4*	1 144 242 €	1 704 573,50 €	1 848 980,01 €
HÔTEL 5*	218 446 €	330 752,40 €	493 898,50 €
HÔTEL NON CLASSE UNCLASSIFIED HOTEL	90 458 €	94 196,29 €	238 817,04 €
MEUBLÉ DE TOURISME 1* VACATION RENTAL 1*	5 272 €	7 727,30 €	11 115,72 €
MEUBLÉ DE TOURISME 2* VACATION RENTAL 2*	17 754 €	9 568,35 €	6 378,50 €
MEUBLÉ DE TOURISME 3* VACATION RENTAL 3*	11 693 €	8 271,45 €	13 302,30 €
MEUBLÉ DE TOURISME 4* VACATION RENTAL 4*	585 €	523,28 €	456,32 €
MEUBLÉ DE TOURISME NON CLASSE ^(**) UNCLASSIFIED VACATION RENTAL	2 654 254 €	2 324 914,76 €	3 341 492,78 €
AIRBNB	2 527 350 €	1 491 829,20 €	-
AUTRES OTHERS	243 786 €	294 386 €	-
MEUBLÉ PRÉFECTURE PREFECTURE RENTAL	53 303 €	53 310,24 €	67 476,76 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 2* HOTEL RESIDENCE 2*	1 467 €	1 424,61 €	3 098,70 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 3* HOTEL RESIDENCE 3*	420 240 €	490 925,74 €	610 999,20 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE 4* HOTEL RESIDENCE 4*	54 884 €	109 067,92 €	132 107,12 €
RÉSIDENCE HÔTELIÈRE NON CLASSE UNCLASSIFIED HOTEL RESIDENCE	46 745 €	57 088,42 €	154 913,78 €
AUBERGE COLLECTIVE GROUP LODGE	236 €	17 106,3 €	30 264,29 €
CHAMBRE D'HÔTES 1* BED AND BREAKFAST 1*	809 €	48,14 €	0,00 €
CHAMBRE D'HÔTES 2* BED AND BREAKFAST 2*	643 €	499,66 €	446,54 €
CHAMBRE D'HÔTES 3* BED AND BREAKFAST 3*	194 €	288,01 €	87,98 €
CHAMBRE D'HÔTES 4* BED AND BREAKFAST 4*	-	-	-
CHAMBRE D'HÔTES NON CLASSE UNCLASSIFIED BED AND BREAKFAST	6 244 €	7269,14 €	7 188,84 €
PORT DE PLAISANCE YACHT HARBOR	40 200 €	60 828,29 €	21 962,30 €
CAMPING CAMP SITE	-	147,84 €	237,24 €
TOTAL	5 710,366 €	6 802 689,63 €	8 641 460,22 €

SOURCEVILLE DE MARSEILLE - RÉGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE - CITY TAX AUTHORITY

(*) Sur l'exercice 2021, AIRBNB a collecté et reversé 2845 232,78 €. (**) BOOKING a collecté et reversé 289 717,01 €.

(*) For the year 2021, AIRBNB collected and contributed €2,845,232,78. (**) BOOKING collected and contributed €289,717,01

**EMPLOI TOURISTIQUE ET
ÉTABLISSEMENTS DE TOURISME
À MARSEILLE EN 2022^(*)**

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

En 2021 (*), Marseille compte :

23 673 emplois dans le tourisme contre 20 858 en 2020 soit une augmentation de **13,5%**.

69% 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 2021 (252 162 emplois) est de 9,4% contre **8,6%** en 2020.

3 590 établissements employeurs de tourisme, contre 3 243 en 2020 (+ 10,7%).

**TOURISM EMPLOYMENT
AND ESTABLISHMENTS IN MARSEILLE
IN 2022^(*)**

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

In 2021 (*), Marseille counts:

23 673 jobs in the tourism industry against 20 858 in 2020, an increase of **13,5%**.

69% of the touristic waged employments are concentrated in the hospitality and restaurant industry.

The touristic employment's rate in the total private waged employment of the city in 2021 (252 162 jobs) is of 9.4% against **8,6%** in 2020.

3 590 tourist establishments against 3 243 in 2020 (+10,7%).



© JGYUNG OMTCM

VIEUX-PORT

RÉPARTITION DE LA FILIÈRE TOURISME-ART DE VIVRE EN 2020 ET 2021
 BREAKDOWN OF THE ART-OF-LIVING TOURISM SECTOR IN 2020 & 2021

MARSEILLE	2020	2021	RÉPARTITION
CULTURE CULTURE	1 124	1 320	6%
HÉBERGEMENT ACCOMMODATION	2 321	2 480	10%
LOISIRS LEISURE ACTIVITIES	993	1 256	5%
PATRIMOINE-SPÉCIALITÉS HERITAGE & SPECIALITIES	1 441	1 357	6%
RESTAURATION RESTAURANTS	11 640	13 865	59%
TOURISME D'AFFAIRES BUSINESS TOURISM	269	296	1%
TRANSPORTS TRANSPORTS	3 070	3 099	13%
TOURISME & ART DE VIVRE ART OF LIVING TOURISM	20 858	23 673	100%

(**) Cette catégorie intègre les recettes versées par les plateformes de réservation en ligne.

(***) This category includes revenue from online booking platforms.

(*) Données comptables dernier trimestre 1 jusqu'à 3^{ème} trimestre de l'année n

(**) Accounting Data for just quarter n-1 to 3rd quarter of year n

SOURCEVILLE DE MARSEILLE - RÉGIE DE LA TAXE DE SÉJOUR / CITY OF MARSEILLE - CITY TAX AUTHORITY

HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

Tourist accommodation

UNE OFFRE
ÉQUILIBRÉE
A BALANCED
OFFER



NOUVEAUX ÉTABLISSEMENTS

MAISON JUSTE RÉSIDENCE HÔTELIÈRE - 18 CHAMBRES

La Maison Juste est conçue pour aller à l'essentiel : passer une bonne nuit dans un lieu unique à Marseille.

Chez Juste, ils ont mélangé le meilleur de l'hôtellerie, du AirBnB et du coliving dans un seul et même lieu en plein cœur de Marseille. La Maison Juste c'est votre chambre privée et c'est aussi un salon pour chiller avec du café gratuit toute la journée et un jardin au calme pour se rencontrer.

La maison a été fièrement réhabilitée par des architectes, artisans et designers locaux. La majorité de leurs produits, du parquet au savon, est issue des meilleures filières locales et françaises.

Chez Juste pas d'attente inutile, votre mobile vous ouvre toutes les portes en sécurité. Il n'y a pas de réception sur place. Téléchargez leur application sur votre téléphone pour recevoir votre clé digitale, pour commander votre petit-déjeuner, ou encore pour découvrir leurs bonnes adresses du quartier.

Plus d'informations : www.justejuste.com

NEW HOTELS

MAISON JUSTE HOSPITALITY RESIDENCE - 18 ROOMS

La Maison Juste was conceived to go back in essence : have a good night of sleep in a unique location in Marseille.

At Juste, they have mixed the best of co-living, hospitality and AirBnB in one place located in the heart of Marseille.

La Maison Juste is your private room but also a living room to chill with some free coffee all day long and a quiet garden pour enjoy meetings.

The house was proudly restored by local architects, craftsmen, and designers. The majority of their produce, from the wooden floors to the soap, are from the best french and locals chains.

At Juste there is no unnecessary waiting, your mobile phone opens you all the doors securely. There is no front desk on location. Download their app on your phone pour receive your digital key, to order breakfast or even discover all the good addresses in the neighborhood.

More information: www.justejuste.com



© MEININGER

MEININGER MARSEILLE CENTRE LA JOLIETTE 194 CHAMBRES - 572 LITS

Le 4^{ème} établissement hybride de la chaîne Meininger a ouvert ses portes à une clientèle individuelle mais surtout groupe au cœur de l'ancien quartier portuaire de Marseille. Le nouveau concept d'auberge de jeunesse, revu et corrigé façon Meininger, s'installe dans le projet de rénovation urbaine Euroméditerranée.

Il est situé à deux pas du Mucem et des hangars transformés en lieux d'affaires et de loisirs, Les Terrasses du Port et autres Docks de Marseille.

L'architecture d'intérieur vous plonge dans une atmosphère maritime, rappelant le vieux port mais aussi les calanques avec des teintes naturelles, des mosaïques colorées et des détails en forme d'arabesques modernes.

Un établissement Meininger est destiné en priorité aux groupes, notamment de jeunes, d'où la présence d'équipements comme une cuisine commune, une buanderie avec lave-linge et sèche-linge, mais aussi des équipements de loisirs comme un terrain de pétanque dans la cour-jardin intérieure, agrémentée d'arbres fruitiers.

L'immeuble a été construit selon les normes Haute Qualité Environnementale pour respecter l'esprit développement durable et le confort des résidents.

Plus d'informations : www.meininger.com

MEININGER MARSEILLE CENTRE LA JOLIETTE 194 ROOMS - 572 BEDS

The 4th hybrid establishment of the Meininger group has opened its doors to an individual but foremost bundled at the heart of the old harbor neighborhood of Marseille. this new hostel concept, correct the Meininger way, plant its roots in the Euromediterranean urbanism renovation project.

It's located right next to the Mucem and the hangars transformed into work and leisure places, Les Terrasses du Port and others Marseille Docks.

The designer takes you into a maritime atmosphere, remembering the old harbour but also the coves with natural tint, colorfull mosaics and details in modern shaped arabesque designs.

A Meininger establishment is destined in priority to groups, especially youth, explaining the presence of equipments like a shared kitchen, a laundry room with washing machines and dryers but also leisure equipments like a pétanque court, in the indoor backyard embellished with fruit trees.

The building was constructed according to the High Environmental Quality norms in order to respect the sustainable spirit and the residents' comfort.

More information: www.meininger.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	79	6 431	14 438
HÔTELS NON CLASSÉS NON-CLASSIFIED HOTELS	23	670	1 623
TOTAL	102	7 101	16 061

RÉSIDENCES DE TOURISME TOURISM AND SIMILAR TYPE RESIDENCES	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS NUMBER OF ESTABLISHMENTS	NOMBRE D'APPARTÉMENTS 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
TOTAL	24	2 231

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 D'HÔTELS 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	3	3,8%	187	3%	428
2 ÉTOILES 2 STARS	19	24%	1 340	22%	3 188
3 ÉTOILES 3 STARS	31	39,2%	2 193	31,4%	4 527
4 ÉTOILES 4 STARS	22	27,8%	2 347	37,4%	5 404
5 ÉTOILES 5 STARS	4	5,2%	364	6,2%	891
TOTAL	79	100%	6 431	100%	14 438

EVOLUTION DU PARC HOTELIER 2012-2022 DEVELOPMENT IN THE HOTEL SECTOR

EVOLUTION 2011 À 2021 DU PARC HÔTELIER CLASSE DEVELOPMENT MADE BETWEEN 2012 AND 2022 CLASSIFIED

ANNÉES YEARS	NOMBRE D'HÔTELS CLASSEES NUMBER OF HOTEL CLASSIFIED	NOMBRE DE CHAMBRES NUMBER OF ROOMS
2022	79	7099
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



© NHOW

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CHAMBRES D'HÔTEL PAR CATÉGORIE DE 2012 À 2022 CHANGES IN THE NUMBER OF HOTEL ROOMS PER ESTABLISHMENT RATING FROM 2012 TO 2022

ANNÉES YEARS	NOMBRE DE CHAMBRES PAR CATÉGORIE / NUMBER OF ROOMS PER CATEGORY				
	1*	2*	3*	4*	5*
2022	187	1 340	2193	2 347	364
2021	116	1 392	2 256	2 283	364
2020	101	1 554	2 284	2 273	364
2019	101	1 454	2 284	2 273	364
2018	101	1 454	2 483	2 116	364
2017	82	1 533	1 918	2 052	364
2016	136	1 732	1 859	1 888	364
2015	273	1 441	1 956	1 584	364
2014	273	1 441	1 944	1 584	364
2013	486	1 378	1 857	1 585	344
2012	521	1 215	1 835	1 584	150

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 31st, 2021

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.

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.

PERFORMANCES HOTELIÈRES À MARSEILLE EN 2022 HOTELS PERFORMANCE IN MARSEILLE IN 2022

PERFORMANCES HOTELIÈRES CUMULÉES DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2022 - VILLE DE MARSEILLE
HOTEL CUMULATIVE PERFORMANCES FROM 1ST JANUARY TO 31ST DECEMBER 2022 - CITY OF MARSEILLE

	Taux d'occupation Occupancy rate			Prix Moyen Average price			RevPAR		
	2022	Evol. vs 2021 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2022	Evol. vs 2021 (en %)	Evol. vs 2019 (en %)	2022	Evol. vs 2021 (en %)	Evol. vs 2019 (en %)
SUPER-ÉCONOMIQUE SUPER BUDGET	73,6%	11,7	2,1	60,6€	8,4%	14,0%	44,6€	28,8%	17,4%
ÉCONOMIQUE BUDGET	71,2%	19,0	-2,6	83,6 €	11,7%	18,2%	59,5€	52,3%	14,0%
MOYEN DE GAMME MID-RANGE	67,6%	18,9	-0,2	120,9 €	10,8%	19,6%	81,8€	53,9%	19,2%
HAUT DE GAMME TOP OF THE RANGE	66,0%	15,8	-2,0	194,0€	6,2%	20,7%	128,0€	39,8%	17,2%
RÉSIDENCES RESIDENCES	74,5%	6,6	-1,5	61,7 €	15,1%	13,8%	46,0€	26,2%	11,6%
GLOBAL/ OVERALL	71,0%	13,9	-0,8	96,6 €	13,1%	17,9%	68,6€	40,7%	16,7%

SOURCE MKG - NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 87 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 7 957 CHAMBRES
SOURCE MKG-NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 87 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 7 957 ROOMS IN TOTAL.

L'année 2022 se clôture sur une très bonne note ; l'attractivité de Marseille s'est confirmée avec un retour en force des clientèles touristiques, qu'elles soient françaises ou européennes, de loisirs ou d'affaires. Le besoin de voyager après deux années marquées par une anxiété générale, de partir pour de courts ou de plus longs séjours, un profond désir hédoniste, notamment lors de city-breaks... tout cet ensemble a fortement profité à la destination.

The year 2022 ends on a very good note : Marseille's attractivity has been confirmed with a strong resurgence of the touristic clientele, either french or european, for leisure or business. The need to travel after two years marked with a general anxiety, to leave on short or longer stays, a deep hedonistic desire, espacially for city breaks... This whole strongly benefits the destination.

Grâce à ce contexte favorable, les hôtels et résidences de Marseille ont terminé l'année avec un taux d'occupation annuel de 71,0%, soit à peine 0,8 point de moins qu'en 2019. En parallèle, les prix moyens ont explosé : +17,9% au global pour atteindre 96,6€ HT. Cela peut s'expliquer par un parc qui a profité des fermetures lors de la crise pour effectuer des rénovations et augmenter la proposition de valeur, le contexte inflationniste, mais aussi par l'absence temporaire des groupes qui tirent les prix moyens vers le bas.

Comme en 2021, les hôtels super-économiques se sont montrés les plus résilients, avec un taux d'occupation de 73,6% qui progresse de 2,1 points comparé à 2019. Cette surperformance par rapport aux autres segments est permise grâce à une moindre dépendance aux flux internationaux, et à une base de clientèle professionnelle contrainte aux déplacements : ouvriers, transporteurs par exemple.

Les résidences enregistrent le plus haut taux d'occupation de la ville : 74,5%, mais encore en baisse de 1,5 point comparé à 2019. Le bon taux d'occupation des résidences réside dans leur business model qui cible les moyens et longs séjours, qui mécaniquement augmentent le taux d'occupation, généralement au détriment du prix moyen. En effet, leur prix moyen de 61,7€ est du même ordre que celui des hôtels super-économiques à 60,6€ - les deux en progression de 14% par rapport à 2019.

Les hôtels économiques occupent la 3^{ème} place du podium avec un taux d'occupation aussi très satisfaisant de 71,2%, bien qu'il baisse de 2,6 points par rapport à 2019. En réalité, cette baisse est à relativiser car le marché a absorbé la création courant 2022 de l'hôtel MEININGER Marseille Centre La Joliette de 574 lits, qui a mécaniquement dilué les flux pour les autres établissements des créneaux d'entrée de gamme.

Enfin, les hôtels haut de gamme enregistrent le plus bas taux d'occupation : 66,0%, et qui baisse de 2 points. Néanmoins, cette performance reste satisfaisante, d'autant plus couplée à un prix moyen de 194€, qui augmente de 20,7% comparé à N-3. À noter que ce créneau a pâti plus longuement que ses homologues du retour tardif des clientèles de congressistes, corporate grands comptes, et internationales.

Thanks to this favourable context, hotels and residences of Marseille end the year with a 71% annual occupancy rate, so a little 0.8 points under 2019. Meanwhile, prices have exploded : +17% global to reach 96.6€ HT. It can be explained by a park which profited the closures during the pandemic to renovate and increase the value propositions, the inflationist context but also by the temporary absence of groups usually pushing the average prices down.

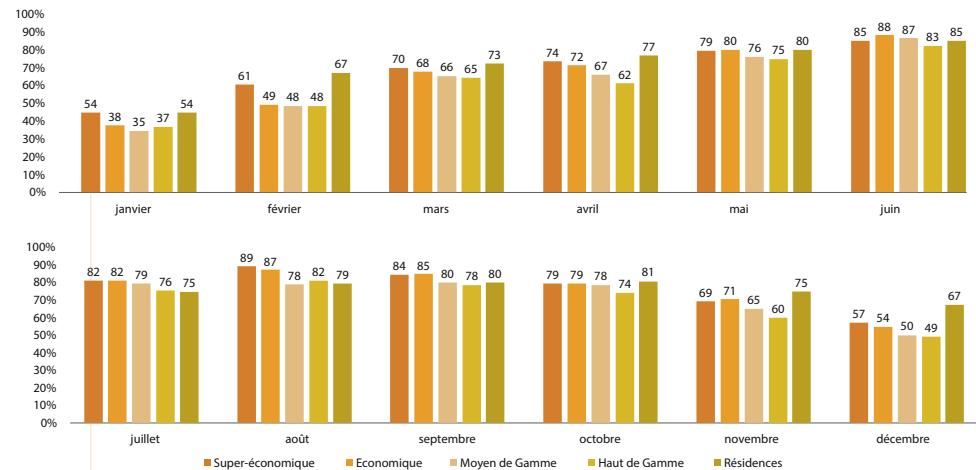
Like in 2021, super budget hotels have showned to be the most resilient, with a occupancy rate of 73.6%, progressing 2.1 points since 2019. This super-performance in regards of the other segments is allowed by a smaller dependance to internationals flux, and to a professional clientele data base obligated to travel : for example workers and carriers.

Appartments buildings register the higher occupancy rate of the city : 74.5% but still declining 1.5 point since 2019. this good rate reside in their buisiness model targeting medium and long stays, which mecanically increases the occupancy rate, usually at the expense of the average price. In fact, their average pricenis 61.7€ and is of the same order as the super budget hotels at 60.6€. The pair being in progression of 14% since 2019.

Budget hotels are at the 3rd place of the podium with the very satisfying occupancy rate of 71.2% although it is declining 2.6 points since 2019. In reality, this drop is relative since the market absorbed mid 2022 the creation of the Meninger Hotel Marseille Centre La Joliette with 574 beds, which mecanically diluted the flows for the other entry level establishments.

Finally, high-ends hotels register the lowest occupancy rate : 66%, lowering 2 points. However, this performance remains satisfying, even more when coupled with an average price of 194€ rising up to 20.7% since N-3. This segment suffered more because of the later return of its convention, corporate key accounts and internationals.

TAUX D'OCCUPATION 2022 MOIS PAR MOIS VILLE DE MARSEILLE (PAR CATÉGORIE)
CITY OF MARSEILLE 2022 MONTH-BY-MONTH OCCUPANCY RATE (PER CATEGORY)



SOURCES MKG- NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 87 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 7 957 CHAMBRES

SOURCE MKG- NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 87 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 7 957 ROOMS IN TOTAL.

PERFORMANCES HÔTELIÈRES 2022 COMPARÉES AVEC D'AUTRES VILLES FRANÇAISES (HÔTELS + RÉSIDENCES)
2022 HOTEL PERFORMANCES COMPARED WITH OTHER FRENCH CITIES (HOTELS AND RESIDENCES)

	Taux d'occupation/ Occupancy rate		Prix moyen Average price			RevPAR			
	2022	Evol. vs 2021 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2022	Evol. vs 2021 (en %)	Evol. vs 2019 (en pts)	2022	Evol. vs 2021 (en %)	Evol. vs 2019
BORDEAUX	67,7%	13,9	-7,4	84,7€	14,9%	7,2%	57,3€	44,6%	-3,4%
LYON	68,1%	18,2	-2,4	93,8€	11,3%	5,7%	63,9€	51,9%	2,1%
MONTPELLIER	68,1%	14,1	-3,3	81,2€	10,4%	10,7%	55,3€	39,3%	5,6%
NICE	63,5%	22,5	-3,5	175,6€	24,4%	23,6%	111,6€	92,5%	17,2%
TOULOUSE	61,2%	16,5	-6,2	78,8€	13,4%	6,5%	48,2€	55,4%	-3,3%
MARSEILLE	71,0%	13,9	-0,8	96,6 €	13,1%	17,9%	68,6€	40,7%	16,7%

SOURCES MKG- PM ET REVPAR SONT EN HT - NOTE: LES PERFORMANCES SONT PRÉSENTÉES À L'ÉCHELLE DES VILLES

SOURCES MKG - AVERAGE PRICES AND REVPAR ARE EXCL.TAXES



En 2022, les hôtels et résidences de la ville de Marseille enregistrent un taux d'occupation supérieur aux autres villes françaises comparées, avec une surperformance comprise entre +3 points (vs. Lyon, Montpellier) et +10 points (vs. Toulouse). De plus, Marseille est la seule ville à atteindre un taux d'occupation proche de son niveau de 2019.

Dans l'ensemble, toutes les destinations ont retrouvé des niveaux d'activité corrects. Néanmoins, les destinations urbaines comme Lyon et Bordeaux, et littorales comme Montpellier se distinguent avec des taux d'occupation de l'ordre de 68%, tandis que Nice et Toulouse sont plus en retrait : respectivement 63,5% et 61,2%.

En effet, Toulouse reste affectée par une reprise tardive dans le secteur aéronautique, et Nice par le retour tardif de la clientèle internationale de loisirs. À noter toutefois que malgré un niveau d'occupation correct, Bordeaux est loin de son potentiel, avec un différentiel de -7,4 points d'occupation comparé à 2019.

Toutes les destinations voient leur prix moyen augmenter : entre +5,7% à Lyon et +23,6% à Nice ; Marseille enregistre la deuxième plus forte hausse derrière Nice.

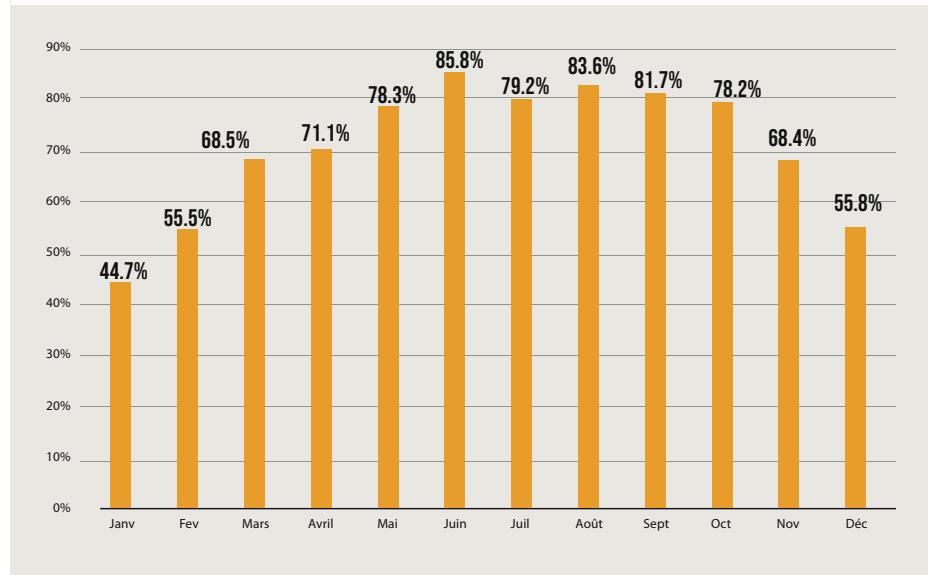
In 2022, hotels and apartment buildings of the city of Marseille register an occupancy rate superior to the other french cities compared, with a super-performance included between + 3 pts (Vs. Lyon Montpellier) and +10 pts (Vs. Toulouse). Moreover, Marseille is the only city reaching its occupancy rate close to the 2019 rate.

Overall, all the destinations have reached usual levels of activities. However, urban destinations such as Lyon and Bordeaux, and coastlines like Montpellier distinguish themselves with an occupancy rate in the order of 68% whereas Nice and Toulouse are little bit behind, respectively at 63.5% and 61.2%.

In fact, Toulouse remains affected by a late recovery in the aeronautic field and Nice by the delayed come back of the international leisure clientele. To be noted however that despite a good occupancy rate, Bordeaux is far from reaching its potential, with a difference of 7.4 pts of occupation compared to 2019.

All of the destinations see their average prices augmenting : between +5.7% in Lyon and +23.6% in Nice, marseille being the second highest raise behind Nice.

TAUX D'OCCUPATION MOIS PAR MOIS 2022 - VILLE DE MARSEILLE
MARSEILLE 2022 OCCUPANCY RATE PER MONTH



SOURCES MKG- NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 87 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 7 957 CHAMBRES .
SOURCE MKG -NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 87 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 7 957 ROOMS IN TOTAL.

• Malgré un début d'année encore marqué par la crise du Covid, dès lors que les restrictions furent toutes levées, les clientèles ont répondu présentes et le marché a retrouvé un rythme d'activité normal. Cela s'est traduit par une forte montée en charge à partir du mois de mai, favorisée par une météo clémente, avec des taux d'occupation compris entre 70% et 80%, un niveau au-dessous duquel le marché n'est pas redescendu avant novembre.

• En effet, l'été a été très bon, avec un pic d'occupation à 85,8% en juin, qui était caractérisé par une bonne complémentarité entre clientèles d'affaires et de loisirs. L'activité événementielle a permis de dynamiser le marché avec notamment plusieurs congrès ce mois, ainsi que le festival Marsatac (40 000 festivaliers estimés).

Despite a year still marked by the pandemic, the customer have been showing up as the restrictions were lifted and we found a regular rhythm of activities back. It was shown by a strong attendance in May due to a nice weather. The occupancy rate was between 70% and 80%, just one step behind what the market was until November.

The summer was very good, with an occupancy rate of 85.5% in June, which was characterised by a good complementarity between business and leisure customers. Event organization allowed the market to be more dynamic, especially thanks to several conventions and the Marsatac music festival (40 000 attendees estimated).

EVOLUTION DES PERFORMANCES HÔTELIÈRES CUMULÉES DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2022/2021
EVOLUTION OF HOTEL CUMULATIVE PERFORMANCES FROM 1ST JANUARY TO 31ST DECEMBER 2022/2021



SOURCES MKG- NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 87 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 7 957 CHAMBRES .
SOURCE MKG -NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 87 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 7 957 ROOMS IN TOTAL.

• Ce graphique présente les performances mois par mois pour chaque indicateur (TO, PM & RevPAR) par rapport à l'année 2021. 0 étant la valeur de référence de l'année n-1.

• De janvier à juin, les taux d'occupation sont en très forte hausse comparé à N-1, quand l'activité des hôtels était encore fortement impactée par la crise sanitaire. Il y a un rebond très fort en avril, en effet en avril 2021 de nouvelles mesures restrictives étaient mises en place par le gouvernement : interdiction des déplacements interrégionaux, couvre-feu et invitation à télétravailler au maximum.

• À partir du second semestre, les évolutions sont plus modérées, l'activité commençait déjà à reprendre des couleurs à partir de juillet 2021. Le prix moyen progresse quant à lui chaque mois par rapport à 2021.

This graphic represents the monthly performances for each indicator (Occupancy rate (TO), Average Price (PM) and RevPAR) compared to 2021, 0 being the reference value for year n-1.

From **January to June**, the occupancy rates are strongly rising compared to n-1, when hotels were still very impacted by the pandemic. We see a strong bounce in **April** explained by the restrictions of April 2021 ordered by the government : no interregional trips, curfew and working from home as much as possible.

Starting from the **second semester**, the evolution is more temperate. The average price is progressing month after month compared to 2021.

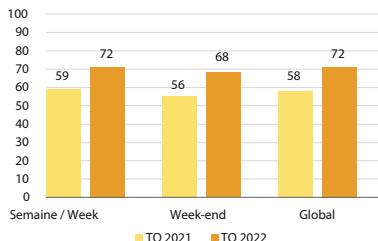
PERFORMANCES HÔTELIÈRES SEMAINE – WEEK-END CUMULÉES DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE VILLE DE MARSEILLE
 PERFORMANCES HÔTELIÈRES SEMAINE – WEEK-END CUMULÉES DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE VILLE DE MARSEILLE

PÉRIODE / PERIOD	Taux d'occupation Occupancy rate			Prix moyen Average price			REVPAR		
	2022	Evol. vs 2021 (en pts)	Evol. vs 2019 (en pts)	2022	Evol. vs 2021 (en %)	Evol. vs 2019 (en pts)	2022	Evol. vs 2021	Evol. vs 2019
SEMAINE / WEEK	72,5%	13,9	-2,1	96,8	13,3%	14,5%	70,1	40,1%	11,3%
WEEK-END	68,0%	11,7	1,1	100,9	11,6%	23,3%	68,6	34,8%	25,3%
GLOBAL	70,6%	12,9	-0,7	98,5	12,5%	18,0%	69,5	37,8%	16,8%

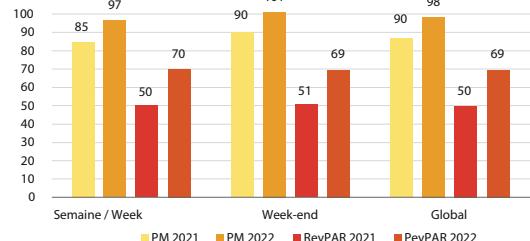
SOURCES MKG - NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 66 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 6 855 CHAMBRES
 SOURCE MKG - NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 66 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 6 855 ROOMS IN TOTAL.



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



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



SOURCES MKG - NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 66 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 6 855 CHAMBRES
 SOURCE MKG - NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 66 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 6 855 ROOMS IN TOTAL.

- La bonne complémentarité des clientèles de loisirs et d'affaires à Marseille se traduit par une faible différence d'occupation au cours de la semaine : les hôtels et résidences ont enregistré un taux d'occupation moyen de 72,5% du lundi au jeudi, contre 68,0% du vendredi au dimanche.

- La fréquentation du week-end a progressé de 1,1 point comparé à 2019, signe que la reprise a été stimulée par la clientèle de loisirs, grâce à l'attractivité de la destination auprès de cette cible.

- Cette dernière est d'autant plus stratégique qu'elle génère un prix moyen supérieur : 100,9€ de prix moyen le week-end (+23,3% versus 2019) contre 96,8€ la semaine (+14,5%).

- Grâce à la progression générale du prix moyen, le RevPAR progresse tout au long de la semaine. Néanmoins, la croissance est encore plus forte le week-end : +25,3% contre +11,3% du lundi au jeudi.

The good complementarity between the business and leisure clientele in Marseille is translated by a low difference in the occupancies during the week : Hotels and apartment buildings have registered an average occupancy rate of 72.5% from Monday to Thursday against 68% from Friday to Sunday.

The week-end's attendance has notably increased 1.1 pts compared to 2019, a sign that the leisure clientele has stimulated the resuming of the activities, thanks to the attractivity of the destination.

- It ends up being even more strategic because it generates a superior average price : 100.9€ on the week end (+23.3% compared to 2019) against 96.8€ during the week (+14.5%).

- Thanks to the general progression of the average price, the revPARis progressing all week long. However, the growth is even more significant on the week end : +25.3% against +11.3% from Monday to Thursday.

TOP 10 DES NATIONALITÉS CUMULÉES DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2022 VS 2021
 TOP 10 CUMULATIVE NATIONALITIES FROM 1ST JANUARY TO 31ST DECEMBER 2022 VS 2021

Pays / Countries	Global 2022
France	74,8%
Royaume-Uni/UK	2,9%
Allemagne/Germany	2,8%
Espagne/Spain	1,8%
Italie/Italy	1,7%
Suisse/Switzerland	1,6%
Etats-Unis/USA	1,6%
Belgique/Belgium	1,6%
Algérie/Algeria	1,0%
Pays-Bas/Netherlands	1,0%
Autres/Others	9,2%

Pays / Countries	Global 2021
France	88,9%
Allemagne/Germany	1.4%
Belgique/Belgium	1.3%
Suisse/Switzerland	1.3%
Royaume-Uni/UK	1.2%
Etats-Unis/USA	1,1%
Italie/Italy	0.9%
Espagne/Spain	0.6%
Pays-Bas/Netherlands	0.5%
Luxembourg/Luxembourg	0.2%
Autres/Others	2,6 %

SOURCES MKG- NOTE : BASÉ SUR UN ÉCHANTILLON DE 66 HÔTELS ET RÉSIDENCES REPRÉSENTANT 6 855 CHAMBRES
 SOURCE MKG - NOTE : BASED ON A SAMPLE OF 66 HOTELS AND APARTMENTS BUILDINGS REPRESENTING 6 855 ROOMS IN TOTAL.



Durée moyenne de séjour :
 1,6 jour en 2022 identique à 2021

Average length of stay :
 1,6 days in 2022 similar to 2021

• Le retour de la clientèle internationale se traduit par une part de marché en hausse de 14,1 points : en 2022, les clients étrangers ont généré un quart des nuitées hôtelières à Marseille. Cette part est similaire à ce qu'elle était en 2019.

• Les touristes étrangers proviennent principalement des pays européens de l'Ouest. Les marchés principaux sont le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et la Suisse, qui a eux seuls générés près de 11% des nuitées. À noter la montée du marché espagnol, qui ne représentait que 0,8% des nuitées en 2019, contre 1,8% en 2022.

• En plus long courrier, seul le marché étatsunien représente un potentiel de nuitées important pour la ville : 1,6% de nuitées en 2022, en recul de 0,8 point par rapport à 2019.

• The return of the international clientele can be seen in the rise of the market shares by 14.1 pts: in 2022 foreigners customers have generated a quarter of the hotels overnight stays in Marseille. It is very similar to what it was in 2019.

• Foreigners tourists mainly come from western european countries. The main markets are the United Kingdoms, Germany, Spain, Italy, and Switzerland. They, by themselves, generate almost 11% of the overnight stays. Let's bring forward the increase of the spanish market, it only was 0.8% in 2019 against 1.8% in 2022.

• For the longer haul, we only count the American market as an potential important overnight for the city : 1.6% of the overnight stays against -0.8 pt in 2019.

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

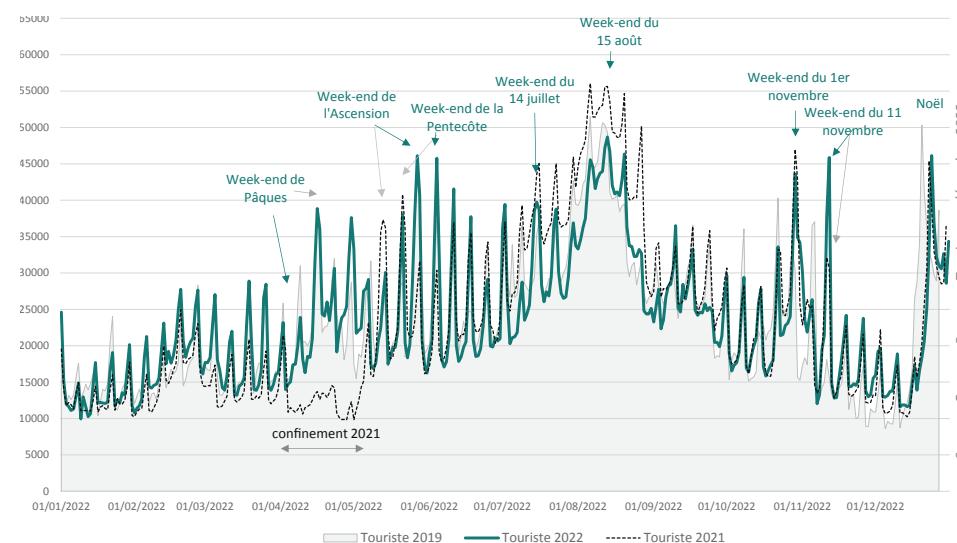
NUITÉES TOURISTIQUES À MARSEILLE EN 2022 VS 2019 ET 2021
 MARSEILLE TOURISM ROOM-NIGHTS, 2022 VS 2019 AND 2021

• Cette année, la ville de Marseille conserve un niveau de fréquentation touristique de la clientèle française comparable à celui de 2019 et de 2021 (+1%).

• Comme sur d'autres destinations dans le département, une saisonnalité plus élargie à Marseille cette année s'expliquant en partie par une météo caniculaire durant l'été et une météo particulièrement clément à l'automne ayant certainement permis un report de nuitées entre l'été et l'automne

• This year, the city of Marseille keeps its french customers rate equivalent to 2019 and 2021 (+1%)

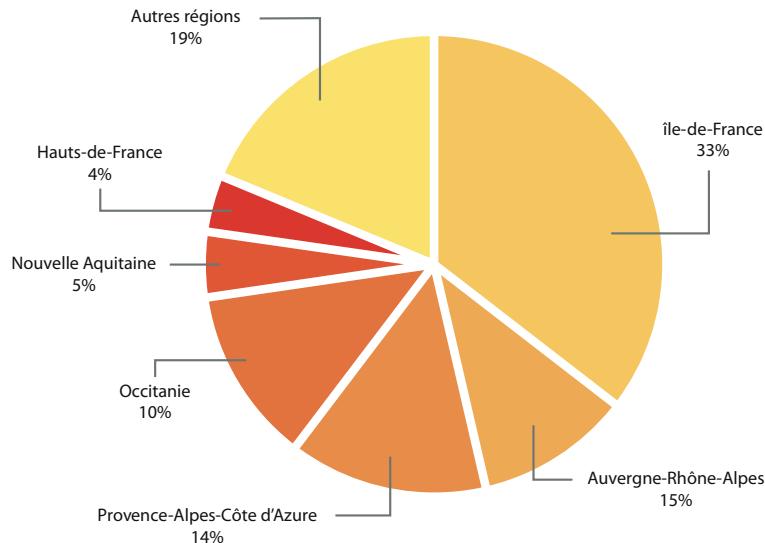
• Just like other destinations in the department, a very hot summer and nicer weather during autumn probably allowed the city to postpone overnight stays between summer and autumn.



ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAIS EXTRA DÉPARTEMENTALES ENTRE 2019 ET 2022
 EVOLUTION OF THE TOURISTIC OVERNIGHT STAYS EXTRA DEPARTMENTAL BETWEEN 2019 AND 2022.

Base 100 = le gain des nuitées en 2022 par rapport à 2019
 Base 100 : overnight stay gain in 2022 against 2019

RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES EXTRA DÉPARTEMENTALES À MARSEILLE PAR RÉGION - 2022
DISTRIBUTION OF THE THE FRENCH OVERNIGHT STAYS EXTRA DEPARTMENTAL IN MARSEILLE BY REGION - 2022



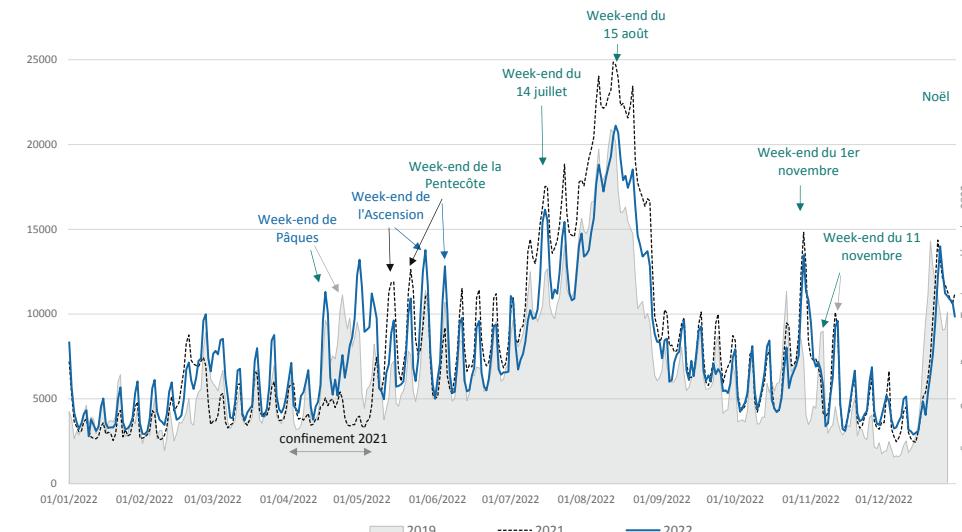
SOURCE : ORANGE - FLUX VISION TOURISME - PROVENCE TOURISME
SOURCE : ORANGE - FLUX VISION TOURISME - PROVENCE TOURISME

- La clientèle française est essentiellement originaire d'Île-de-France, d'Auvergne - Rhône-Alpes, de Provence - Alpes - Côte d'Azur et d'Occitanie. Ces 4 régions constituent à elles seules 72% des nuitées françaises réalisées à Marseille.

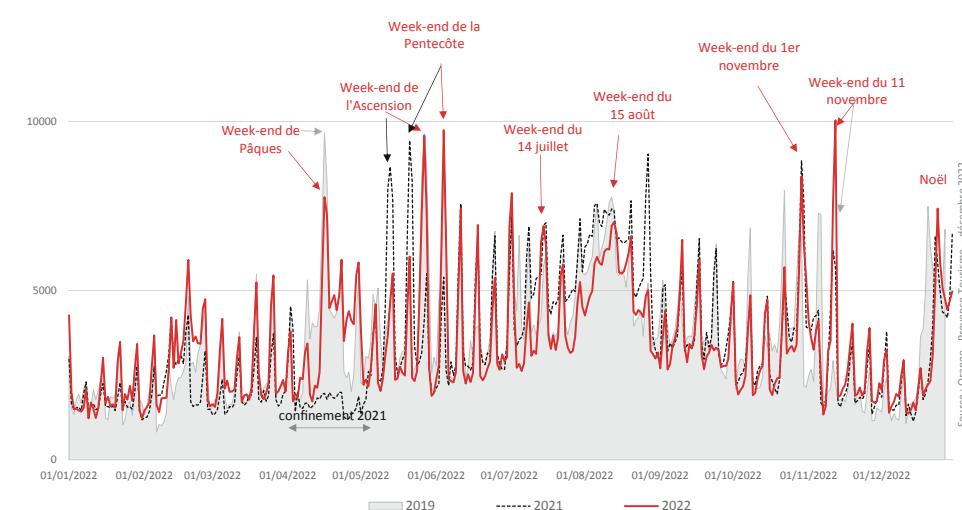
- Entre 2019 et 2022, on observe à Marseille un accroissement des nuitées d'Île-de-France (+14%), une quasi-stabilité des nuitées d'Auvergne - Rhône-Alpes et d'Occitanie (-3% et -2% respectivement) et un retrait des nuitées régionales (-11%).

- Aussi le poids et l'ordre des régions s'en sont vus modifiés. En effet, la part des nuitées franciliennes a augmenté de 4 points quand celle des nuitées régionales a reculé de 2 points. Cette dernière passe ainsi de la 2^{ème} de clientèle à Marseille à la 3^{ème}.

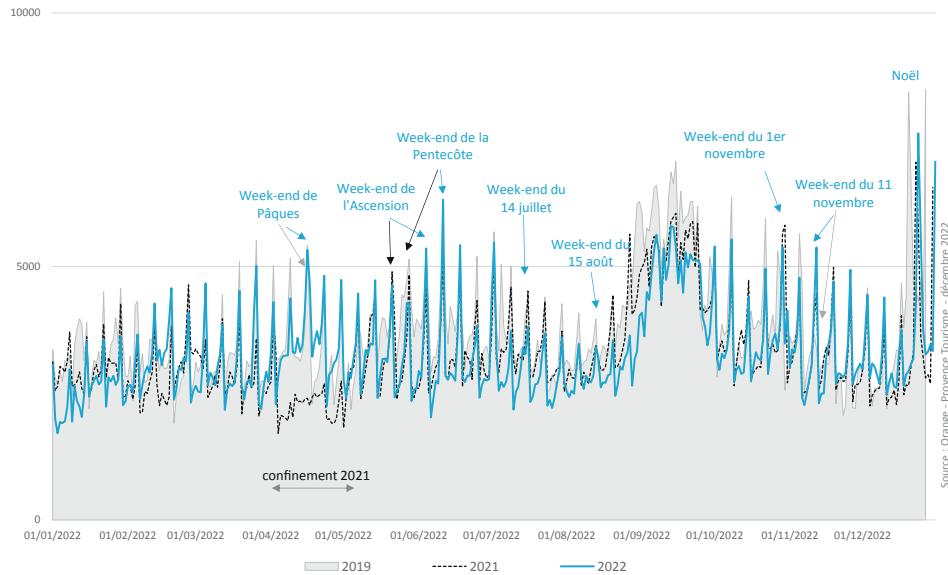
NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES À MARSEILLE - 2022 VS 2021 ET 2020
MARSEILLE ROOM-NIGHTS FOR TOURISTS FROM ILE-DE-FRANCE - 2022 VS 2021 AND 2019



NUITÉES TOURISTIQUES D'AUVERGNE - RHÔNE ALPES À MARSEILLE - 2022 VS 2021 ET 2019
MARSEILLE ROOM-NIGHTS FOR TOURISTS FROM AUVERGNE - RHÔNE ALPES - 2022 VS 2021 AND 2019



NUITÉS TOURISTIQUES DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR À MARSEILLE - 2022 VS 2021 ET 2019 OVERNIGHT STAYS FROM PROVENCE-ALPES - CÔTE D'AZUR IN MARSEILLE - 2022 VS 2021 AND 2019



• A noter que l'accroissement de cette clientèle en septembre est attribuable pour une grande partie à l'arrivée de nouvelles personnes (ex : étudiants) qui sont considérés à leur arrivée comme touristes avant de basculer comme résidents.

• It should be noted that the growth of that particular clientele in september is mainly due to the arrival of new persons such as students that are considered as tourist at their arrival before becoming residents.



LA LOCATION SAISONNIÈRE : L'OFFRE SEASONAL RENTAL : SUPPLY

NOMBRE DE LOGEMENTS ENTIERS PROPOSÉS À LA LOCATION JOUR APRÈS JOUR À MARSEILLE EN 2022 VS 2021 ET 2019 NUMBER OF SELF-SUFFICIENT RENTAL UNITS PROPOSED DAY AFTER DAY IN MARSEILLE FOR 2022 VS 2021 & 2019

• Nombre de logements entiers proposés à la location à Marseille en 2022 vs 2021 et 2019.

• Number of residence offered in Marseille in 2022, 2021 and 2019.

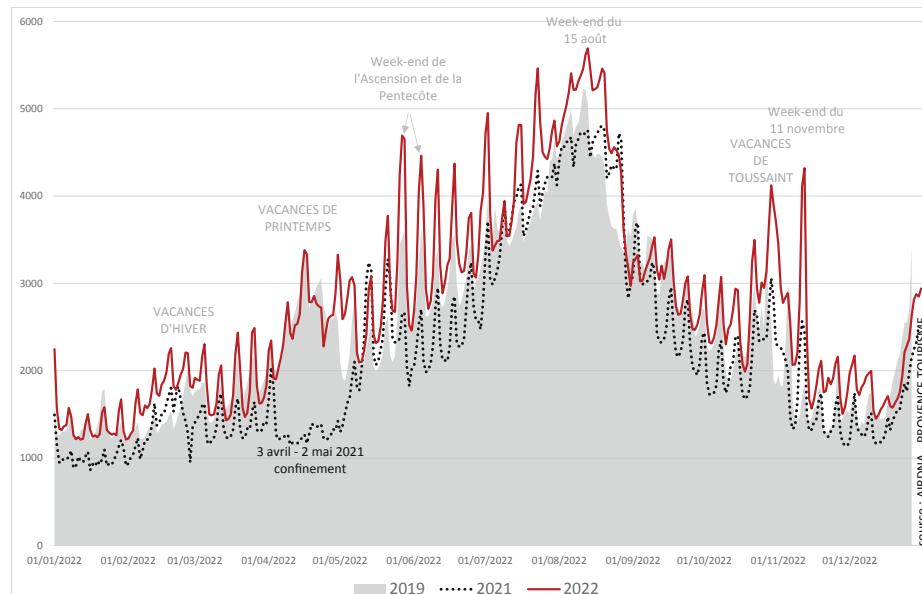


• Après 2 ans en retrait, le nombre de logements proposés à la location à Marseille en 2022 dépasse celui observé en 2019 (+9%).

• After 2 years held back, the number of residence offered for rent in 2022 exceeds the one from 2019 (+9%).

LA LOCATION SAISONNIÈRE : LA FRÉQUENTATION SEASONAL RENTAL : VISITOR NUMBERS

- Nombre de logements réservés à Marseille en 2022 vs 2019 et 2021.



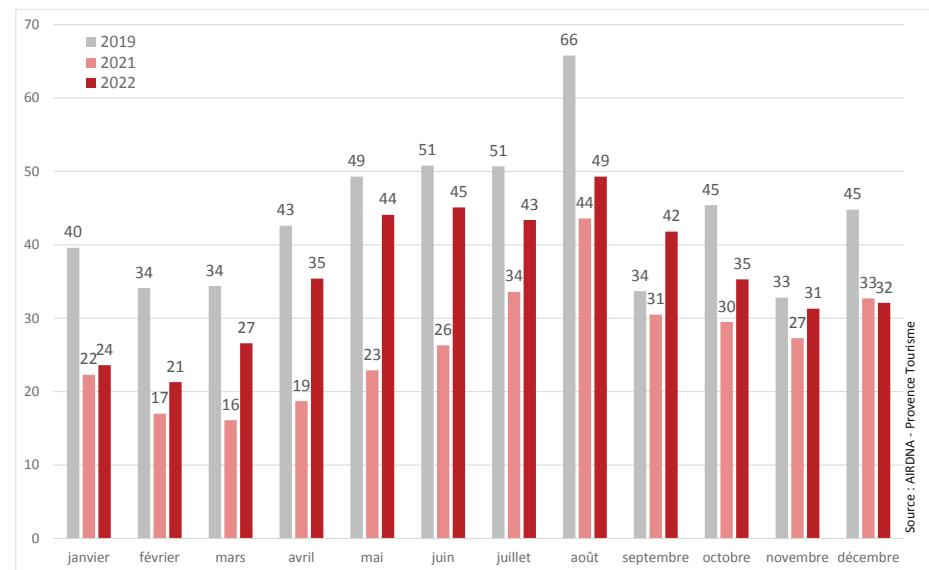
- Après 2 ans en retrait par rapport à 2019, la fréquentation de logements proposés à la location dépasse à partir de février la fréquentation observée en 2019. La location saisonnière affiche ainsi à Marseille une progression de 11% des nuits réservées par rapport à 2019.



- Number of residence booked in Marseille in 2022, 2021 and 2019.



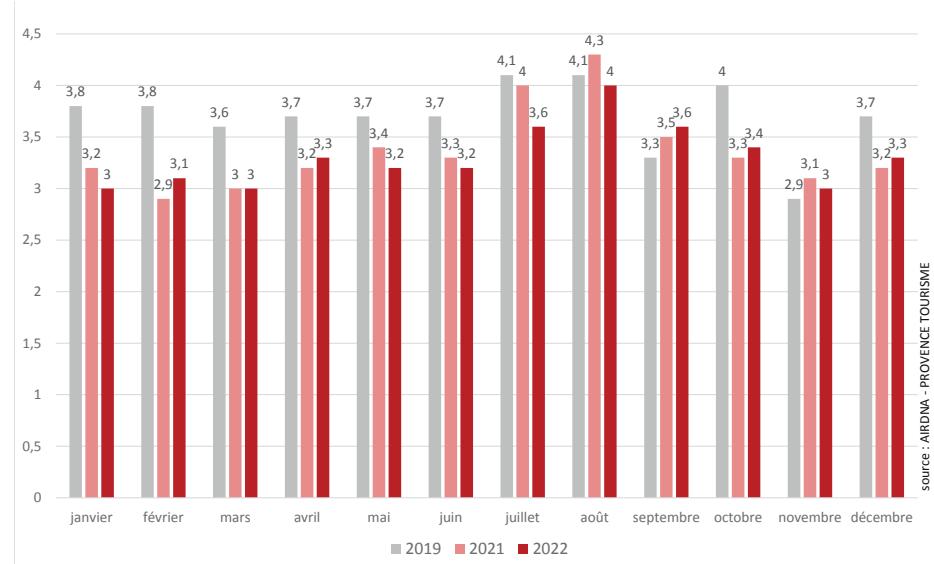
NOMBRE DE JOURS ENTRE LA RÉSERVATION ET LE DÉBUT DU SÉJOUR À MARSEILLE EN 2022 VS 2021 ET 2019.
NUMBER OF DAYS BETWEEN RESERVATIONS AND BEGINNING OF STAYS IN MARSEILLE IN 2022 VS 2021 AND 2019.



*Confinement 3 avril - 02 mai 2021

- Clé de lecture :** Pour un séjour qui débute au 1er janvier, celui-ci est réservé en 2022 24 jours avant alors qu'il était réservé en moyenne 40 jours avant en 2019.
- L'incertitude quant à l'évolution de la crise sanitaire a quasiment disparu en 2022 ce qui a permis aux vacanciers de réserver plus tôt.
- Néanmoins l'anticipation des séjours reste globalement moins importante que celle observée en 2019.
- Reading key :** For a stay starting 1st January, it's booked 24 days before in 2022 compared to 40 days prior in 2019.
- The uncertainty of the pandemic has almost completely disappeared in 2022 which has allowed the vacationers to book earlier.
- However the trips' anticipation remains lower than in 2019.

DURÉE MOYENNE DES SÉJOURS EFFECTUÉS EN LOCATION SAISONNIÈRE À MARSEILLE EN 2022 VS 2021 ET 2019
AVERAGE DURATION OF STAYS IN SEASONAL RENTAL IN MARSEILLE FOR 2022 VS 2021 AND 2019

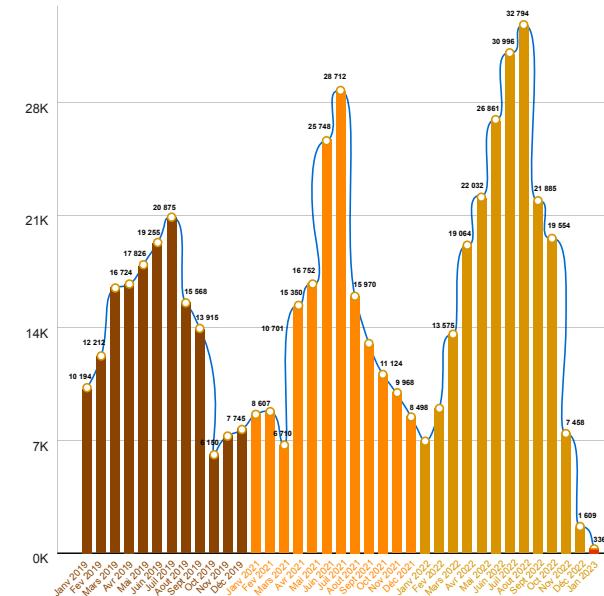


• La durée moyenne des séjours en location saisonnière s'est réduite ces dernières années. La conjoncture, bien que meilleure en 2022 n'aura pas permis un allongement de la durée de séjour à Marseille.

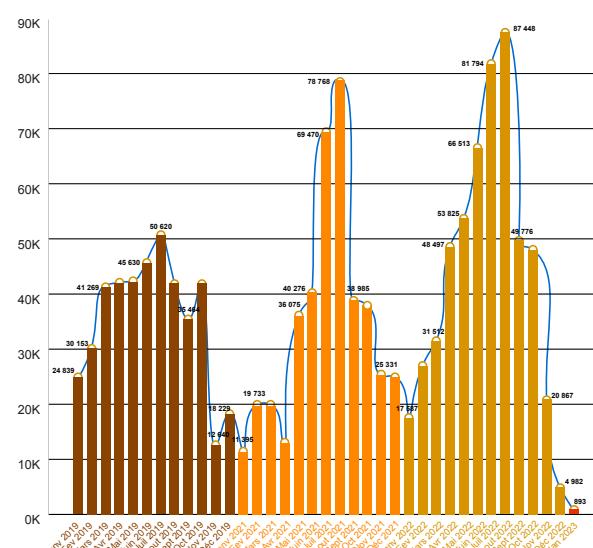
• The average length for a seasonal rent has reduced in the last years. The climate, as good as it is in 2022, could not allow an extension of the length of the stays in Marseille.

LES SÉJOURS EN MEUBLÉS DE TOURISME VENDUS PAR AIRBNB
TOURIST FURNISHED STAYS SOLD BY AIRBNB

NOMBRE DE SÉJOURS VENDUS PAR AIRBNB EN 2022 VS 2021 ET 2019
NUMBER OF STAYS SOLD BY AIRBNB IN 2022 VS 2021 AND 2019



NOMBRE TOTAL DE PERSONNES AYANT SÉJOURNÉ DANS UN MEUBLÉ RESERVÉ VIA AIRBNB EN 2022 VS 2021 ET 2019
NUMBER OF PEOPLE STAYING IN SEASONAL RENTAL IN 2022 VS 2021 AND 2019

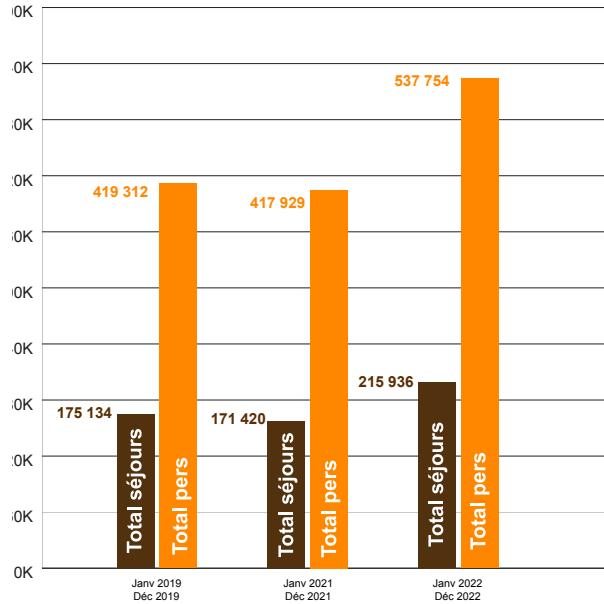


NOMBRE DE SÉJOURS VENDUS PAR AIRBNB EN 2019/2021/2022

NOMBRE TOTAL DE PERSONNES AYANT SÉJOURNÉ DANS UN MEUBLÉ RESERVÉ VIA AIRBNB 2019/2021/2022

NUMBER OF STAYS SOLD BY AIRBNB IN 2022 VS 2021 AND 2019

NUMBER OF PEOPLE STAYING IN SEASONAL RENTAL IN 2022 VS 2021 AND 2019

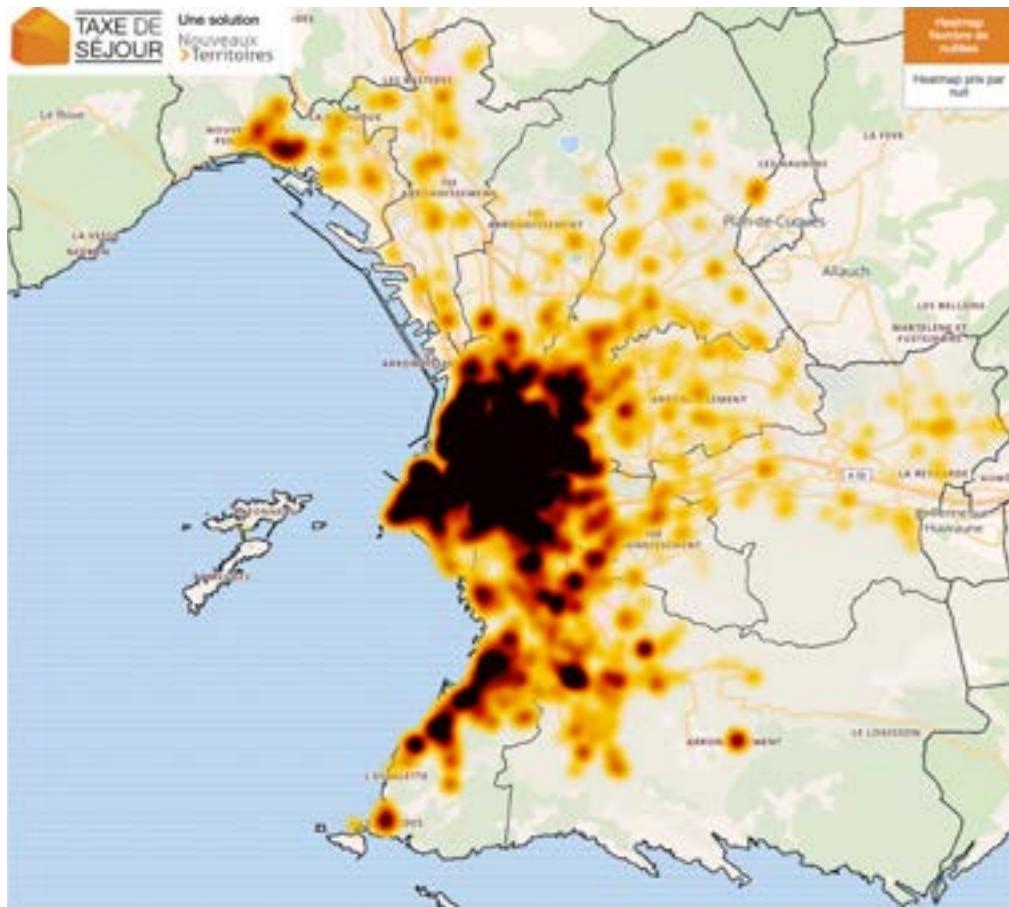


SOURCES : NOUVEAUX TERRITOIRES



HEATMAP DES SÉJOURS VENDUS PAR AIRBNB EN 2022

HEATMAP OF STAYS SOLD BY AIRBNB IN 2022



TRANSPORTS

TRANSPORT

L'AÉRIEN UNE DYNAMIQUE RETROUVÉE

AIRLINE TRAVEL
A RENEWED
DYNAMIC

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.

LE TRANSPORT AÉRIEN AIR TRANSPORT

Avec une fréquentation à près de 90% de celle d'avant la crise sanitaire, l'aérien continue de séduire comme un mode de transport des voyages longue distance. Ce dynamisme, porté par une sur-représentation des segments loisirs et affinitaires, permet à la plateforme aéroportuaire de maintenir sa position de deuxième aéroport régional français.

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.

With an utilisation rate at 90% from the one before the pandemic, airlines continue to seduce as a mode of transportation for long distances. Its dynamism allows the aeroportual hub, carried by a strong representation of the leisure segment, to maintain its place as the second biggest regional french airport.



LES ATOUTS DE LA PLATEFORME AÉROPORTUAIRE MARSEILLE PROVENCE THE MARSEILLE PROVENCE AIRPORT'S ASSETS

Une reprise post-Covid dynamique A dynamic return post Covid	Premier aéroport régional français avec le meilleur taux de reprise (89,9% vs. 2019). First regional french airport with the best recovery rate	Affaires / Business 15%
Une sur-représentation des segments les plus dynamiques A strong representation of the most dynamic segments	Équilibre entre les différentes raisons de voyager, avec un socle fort de voyageurs communautaires, dont de continuité territoriale. Balance between the different reasons for travelling, with a strong base of communitarian travellers, of which are territorial continuity.	Loisir/Leisure 54 %
Une connectivité en réponse aux besoins de son territoire A connectivity in response to the territory	34 ouvertures de lignes, avec une vocation communautaire ou d'import d'un tourisme à fort pouvoir d'achat en 2022. 34 new opening lines, with a will to communitarism or the import of a strong buying power tourism in 2022	Famille/Family 27 %
Une accessibilité plébiscitée An acclaimed accessibility	1/5 passager utilise les transports en commun, ce qui traduit l'intérêt de disposer d'une plateforme multimodale 1/5 of the passengers use public transport, which shows the interest of having a multimodal platform.	1/6 en 2019
Une réponse aux enjeux de durabilité du secteur A response to sustainable goals in the industry	#1 Aéroport Marseille Provence est le premier aéroport français à avoir engagé sa trajectoire de décarbonation du Scope 3. Avec son accréditation ACA 4 obtenue en 2022, il fait partie des 44 aéroports les plus vertueux au monde. The Marseille Provence Airport is the first to have engaged into a decarbonation of its Scope 3. With its ACA 4 labellisation gained in 2022, it is part of the 44 most virtuous airports in the world	
Un pari gagnant pour le maintien des investissements A winner bet to the investments	72 M€ investis en 2022. Un plan d'investissements sans précédent engagé pour répondre aux enjeux opérationnels et environnementaux d'avenir. 72M€ invested in 2022. It is the biggest investment plan ever to answer to operational and environmental issues.	39M€ en 2019
Un volontarisme social A social voluntariness	Aéroport Marseille Provence est revenu dès le 1er janvier au temps plein post-Covid pour préparer la reprise. Marseille Provence Airport came back full time post-covid on January 1st to be ready to resume activity.	

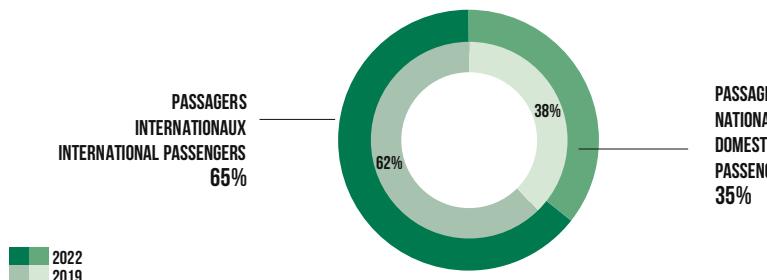
RENFORCER LA CONNECTIVITÉ AÉRIENNE DU TERRITOIRE REINFORCE THE AERIAL CONNECTIVITY OF THE TERRITORY

Le bilan global de trafic passagers fait ressortir une très large reconstruction du réseau aérien grâce notamment à une ouverture à l'international répondant aux aspirations affinitaires des provençaux et certains changements stratégiques ayant conduit plusieurs compagnies aériennes à profiter d'opportunités nouvelles pour opérer sur l'aéroport.

Preuve en est, le trafic vers l'Europe est quasiment revenu à son niveau historique de 2019 (-1,7 %). L'évolution du trafic vers l'Afrique du Nord affiche des disparités importantes : -40 % pour l'Algérie, dont la réouverture des frontières a été plus tardive, -6 % pour la Tunisie, +15 % pour le Maroc.

Sur le territoire national, tandis que le trafic vers Paris CDG poursuit son redressement (baisse ramenée à -8 % par rapport à 2019), la Navette sur Paris Orly affiche toujours un fort repli (-36 % par rapport à 2019).

RÉPARTITION DU TRAFIC AÉRIEN EN 2022 PAR RAPPORT À 2019 BREAKDOWN OF AIR TRAFFIC IN 2021, COMPARED TO 2019



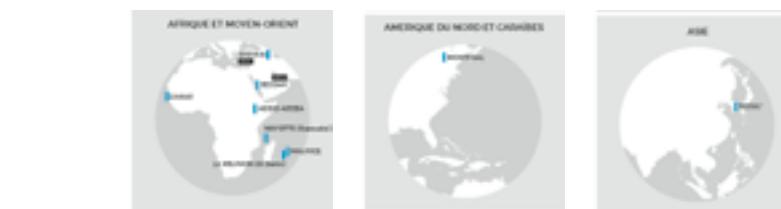
Les perspectives pour 2023 sont plutôt bonnes puisque plusieurs nouvelles lignes sont confirmées : Transavia (Erevan), Volotea (Florence, Copenhague, Oblia, Brest), Austrian Airlines (vienne), Air Serbia (Belgrade)

- 131 destinations, dont 9 nouvelles
- 34 compagnies aériennes, dont 2 nouvelles

The global report on traffic passengers shows a large reconstruction of the airline network. It is mostly due to the reopening of international flights answering the regional aspirations and some strategic changes that drove companies to operate on the airport on new opportunities.

the proof being, traffic towards Europe has almost come back to its historical level of 2019 (-1.7%) The evolution of the traffic toward north Africa shows some strong disparities : -40% for Algeria which opened its frontier later than the others, -6% for Tunisia, and +15% for Morocco.

On national territory, when the traffic toward Paris CDG keeps growing (Went up to -8%), the shuttle to Paris Orly is still strongly pulled back (-36% since 2019)



ENCOURAGER DES PROJETS STRUCTURANTS EN LIEN AVEC LE TERRITOIRE ENCOURAGE STRUCTURING PROJECTS IN SINK WITH THE TERRITORY.

Entre l'aéroport Marseille Provence et le territoire qui l'entoure, le lien est étroit. Le territoire est largement à l'origine de la demande de transport aérien.

Aéroport Marseille Provence apporte, par son activité mais aussi son poids en tant qu'aménageur et employeur, des retombées économiques qui bénéficient au dynamisme de son territoire.

Between the Marseille Provence Airport and its surrounding territory, the link is narrow. The territory is a strong origin for the airline transportation demands.

The Marseille Provence Airport benefits from its activity but also as a heavy employer with strong economical fallout beneficiary to the territory.



NAVETTES © AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

Compte tenu de la prise de conscience de l'urgence écologique, et dans un contexte de hausse du prix des hydrocarbures, les transports en commun ont le vent en poupe.

En témoigne, notamment, la fréquentation de la ligne LeCar 91 (1 170 000 passagers en 2022, +6 % par rapport à 2019) ou encore le nombre grandissant de passagers ayant recours au train pour leurs trajets jusqu'à la plateforme.

Pour la première fois, le seuil des 200 000 voyageurs en train a été dépassé en 2022.

Aéroport Marseille Provence soutient, par ailleurs, le projet de liaison par câble qui, dès 2027, doit permettre aux passagers de gagner le terminal 1 depuis la gare de Vitrolles - Aéroport Marseille Provence en seulement six minutes, avec un départ toutes les six minutes.

Ce projet structurant pour l'accès à la plateforme aéroportuaire sera un atout considérable pour atténuer la perception de rupture de charge pour les usagers.

Taking into consideration the ecological emergency and with the rise of the hydrocarbons' prices, public transportation has the wind in its sails.

The bus line LeCar 91's attendance.

For the first time, the number of train passengers exceeded 200 000. Pour la première fois, le seuil des 200 000 voyageurs en train a été dépassé en 2022.

The Marseille Provence Airport supports the liaison project for 2027. It will be able to allow the passengers to get to the 1st Terminal of the airport from the Vitrolles train station in only 6 minutes with a departure every 6 minutes.

By facilitating access to the airline platform, this project will be a considerable asset to decrease the rupture perception in the charges for the users.

Compte tenu de la prise de conscience de La transition vers une économie bas carbone est un des piliers de la stratégie de croissance vertueuse déployée par Aéroport Marseille Provence.

Depuis 2021, une trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre sur les émissions directement maîtrisées est définie (-90 % par rapport au niveau de 2013). Elle vise l'atteinte du « Net Zero Carbon » en 2030, objectif pleinement aligné avec l'engagement formulé dans l'Accord de Paris – limiter le réchauffement global à +1,5 °C.

Le bilan 2021 du gestionnaire aéroportuaire montre une baisse de -2 % des émissions (en location-based) par rapport à 2020 tandis que le trafic a enregistré une progression de +38 %.

En 2022, l'obtention de l'Aeroport Carbon Accreditation Niveau 4 « Transformation » illustre d'ailleurs la reconnaissance d'un degré d'engagement et d'une trajectoire de réduction des émissions alignés avec les objectifs climatiques mondiaux.

L'enjeu est d'aller encore plus loin. Ne maîtrisant directement que 1% des émissions de la plateforme aéroportuaire, le gestionnaire Aéroport Marseille Provence a travaillé sur une trajectoire de réduction de sa plateforme – premier aéroport français à se prêter à l'exercice.

Des études d'opportunité et de faisabilité ont été initiées en 2022 sur ces différents leviers.

Elles seront suivies, en 2023, par l'élaboration d'un plan de transition assorti d'un calendrier de mise en œuvre. Ces actions pourront, entre autres, intégrer un projet de filière territoriale de production et de consommation locales de carburants durables d'aviation – ou SAF (sustainable aviation fuel).

Taking into consideration the wish to get to an economy low in carbon is a pillar in a growth strategy deployed by the Marseille Provence Airport.

Since 2021, a reduction trajectory of the greenhouse gas emissions on the directly controlled emissions is defined (-90% compared to the level of 2013). It aims to achieve the "Net Zero" Carbon" in 2030. An achievement fully aligns with the wishes made in the Paris Agreement – limiting global warming at +1,5 °C..

The 2021 balance sheet of the airport manager shows a decrease of -2% in emissions (location-based) compared to 2020 while traffic has recorded a +38% increase.

In 2022, the acquisition of the Airport Carbon Accreditation Level 4 "Transformation" illustrates the recognition of a level of commitment and an emissions reduction trajectory in line with the global climate objectives.

The challenge is to go even further. Directly controlling only 1% of the emissions from the airport platform, the manager Airport Marseille Provence worked on a reduction trajectory of its platform – the first French airport to do so.

Desirability and feasibility studies were initiated in 2022 on these different levers.

They will be followed in 2023 by the creation of a transition plan with a timetable for implementation. These actions may, inter alia, incorporate a territorial production chain project and local sustainable aviation fuel consumption.

Un autre levier de décarbonation est celui de la sobriété énergétique.

En ligne avec les attentes du Décret Eco Energie Tertiaire, Aéroport Marseille Provence se donne pour objectif de réduire de 40 % la consommation énergétique de ses aérogares et autres bâtiments de la concession d'ici 2030 (par rapport à 2019).

Emblématique de cette ambition, la nouvelle centrale thermo-frigorifique a propulsé la plateforme dans l'ère de la sobriété. En 2022, les gains sont réels : 44 % d'économies sur la consommation de gaz naturel utilisée pour le chauffage, 41 % sur la consommation d'eau, 58 % sur la consommation d'électricité dédiée à la production de froid.

Le projet global porté par l'Aéroport Marseille Provence inclut aussi entre autres la production d'énergie solaire photovoltaïque par ombrrière. La première phase est prévue pour 2024 en lien avec la livraison du parking P4.

COEUR D'AÉROPORT THE HEART OF THE AIRPORT



Another levers for decarbonation is energetic sobriety.

In line with the expectations of the Eco Tertiary Energy Decree, Marseille Airport Provence aims to reduce 40% of its energy consumption in the terminals and other buildings of the concession by 2030 (compared to 2019).

Emblematic of this ambition, the new thermo-cooling plant propelled the platform into the era of sobriety. In 2022, the gains are real : 44% of savings on the consumption of natural gas used for heating, 41% on water consumption, 58% on electricity consumption dedicated to the production of cold.

The overall project led by the Marseille Provence Airport includes, between other, photovoltaic solar energy production with shades. The first phase is planned for 2024 in connection with the p4 parking.

2021-2022 a aussi été marqué par le lancement de travaux structurants du terminal 1, projet nommé « Cœur d'aéroport ». Pour rappel, ce projet a pour ambitions techniques de fluidifier les parcours des voyageurs entre les différentes zones aéroportuaires, de réaménager les zones commerciales et renforcer la sûreté du traitement des bagages en soute.

Plus qu'un simple projet de rénovation des infrastructures, c'est aussi tout l'accompagnement du passager qui est repensé. Aéroport Marseille Provence mise, notamment, sur le déploiement de solutions digitales. Passer les points de contrôle grâce à son smartphone, sans avoir à présenter de carte d'accès ni de pièce d'identité : c'est la promesse du parcours biométrique qu'Aéroport Marseille Provence souhaiterait proposer. Le dispositif reposera sur la reconnaissance faciale. Pour en bénéficier, les passagers n'auraient qu'à créer une empreinte biométrique en utilisant leur smartphone.

Deuxième projet d'envergure : envoyer des alertes personnalisées pour donner aux passagers une vision globale et en temps réel de leur parcours jusqu'au vol (étapes, temps, services, options possibles...). Cette ambition serait complétée d'un outil de guidage pour les clients cherchant un point d'intérêt ou bien désirant visualiser leur parcours en 3D.

En plus de contribuer à rendre les passagers acteurs de leur parcours, Aéroport Marseille Provence souhaite aussi transformer l'aéroport en un lieu de vie et d'envie(s). Pour valoriser l'ensemble de la richesse du territoire – produits, gastronomie, savoir-faire et l'identité locale – l'offre de restauration et de retail sera complètement repensée. Pour les jeunes voyageurs, des espaces dédiés aux 8 – 18 ans offriront une expérience mémorable reposant notamment sur des dispositifs digitaux. Enfin, pour les voyageurs affaires, une offre packagée permettra d'accéder à un parcours VIP : coupe-file, salon, places de parking privilégiées, portage des bagages...

2021-2022 was also marked by the launching of structuring work of Terminal 1, a project named "Core airport." As a reminder, this project aims to, by technical ambitions, streamline the journey of passengers between the different airport areas, to redevelop the commercial areas and enhance security handling of hold baggage.

More than a renovation project for the infrastructures, it's all the support given to the passengers that is rethought. Marseille Provence Airport bets on the deployment of digital solutions. Pass the checkpoints with smartphones, without having to present access cards or identifications: it's the promise of the biometric path that Marseille Provence Airport would like to propose. The mechanism would be based on facial recognition. To benefit from it, passengers would only have to create a biometric fingerprint using their smartphone.

The second major project: sending personalized alerts to give to passengers a global view and in real time of their journey (stages, time, services, possible options...). This ambition would be complemented by a tool for guidance for clients looking for a point of interest or wishing to visualize their route in 3D.

In addition to help making passengers the actors of their journey, Marseille Provence Airport wants to transform the airport into a place of life and desires. To enhance the richness of the territory – products, gastronomy, know-how and local identity – the catering and retail offer will be completely rethought. For young people spaces dedicated to the 8 – 18 years old will offer a memorable experience based, inter alia, on digital. Finally, for business travellers, a packaged offer will allow access to a VIP course: skip the line, lounge, seats privileged parking, luggage carrier...

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.

LA DESSERTE 2022 INTERSECTEUR PACA
THE 2022 SERVICING PACA INTERSECTOR

LA DESSERTE 2022 INTERSECTEURS PACA

Base Mardi période B,

Dont OUIGO

All = Aller/Retour

(-/+/-) = Evolutions 2022 vs 2021



SOURCE SNCF - DIRECTION COMMERCIALE



LA GARE SAINT-CHARLES - SAINT-CHARLES RAILWAY STATION © MCALEFF

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 in 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^{re} et 2^e 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 (1st and 2nd 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 :

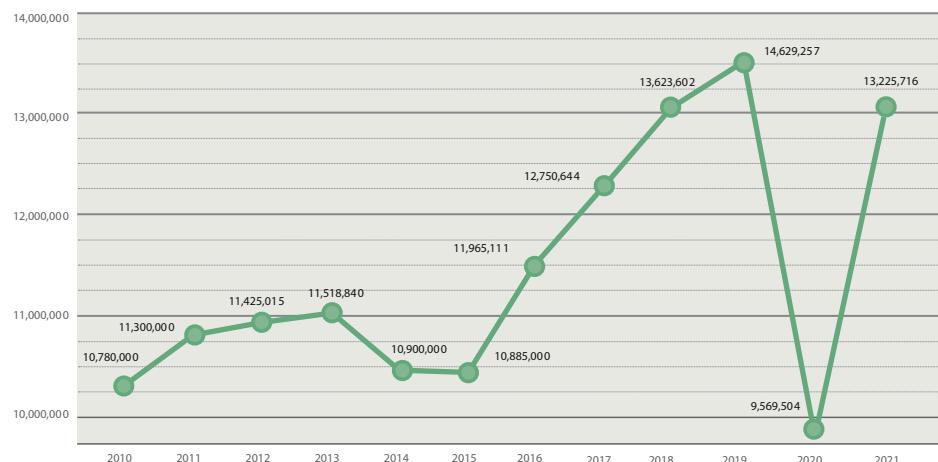
- AVE vers Barcelone et Madrid, via Montpellier-Saint-Roch ;
- TGV inOui vers Francfort-sur-le-Main ;
- TGV Lyria vers Genève, via Lyon-Part-Dieu et Bellegarde (liaison estivale) ;
- Thalys vers Bruxelles et Amsterdam (liaison estivale) ;
- TGV inOui vers Bruxelles (toute l'année) ;
- TGV inOui vers 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 2021

EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC IN SAINT-CHARLES RAILWAY STATION FROM 2010 TO 2021



SOURCE GARE ET CONNECTION MARSEILLE DONNÉES 31 DECEMBRE 2022 - SOURCE GARE ET CONNEXION MARSEILLE DATA AS AT 31ST DECEMBER 2022



LE TRANSPORT MARITIME DE PASSAGERS THE PASSENGER SHIPPING INDUSTRY (CRUISE SHIPS AND FERRIES)

2022, UNE ANNÉE
DE TOUS LES RECORDS
THE 2022 SERVICING PACA
INTERSECTOR

ÉVOLUTION DU TRAFIC EVOLUTION OF TRAFFIC

En 2022, le port de Marseille Fos réalise 190 millions d'Euros de chiffre d'affaires, une croissance de 16%, grâce à la hausse de 3% de son trafic maritime, de 10% de ses recettes domaniales et du retour de l'activité passagers. 77 millions de tonnes de marchandises ont été traitées en 2022, avec de nouveaux records battus notamment sur le conteneur maritime et ferroviaire, le gaz naturel et sur le nombre d'escales de croisière.

60 millions d'Euros ont été investis en 2022, permettant la poursuite ou la réalisation de nombreux projets d'aménagement. En véritable outil au service de la souveraineté, le port de Marseille Fos s'affirme en tant que haut lieu des transitions économique, écologique et numérique.

LES PASSAGERS SONT DE RETOUR PASSENGERS ARE BACK

3 millions de voyageurs accueillis en 2022, soit le double de 2021 ! 1,51 million de personnes ont voyagé sur les lignes régulières, dont plus de 700 000 à bord des ferries corses et plus de 800 000 à bord des ferries à destination du Maghreb.

Première année pleine sans aucune restriction sanitaire, 2022 est même en croissance de 19% par rapport à 2019, avant pandémie. Ce sont les traversées algériennes qui ont connu la plus grande progression, avec 27 % de passagers en plus par rapport à 2019.

La croisière a établi un record d'escales en 2022 : 573 escales de navires, dont 74 propulsés au GNL. Ils ont accueilli 1,43 million de passagers, c'est 400 000 croisiéristes de moins qu'en 2019. Plus d'escales, mais moins de passagers, le marché des croisières se remet progressivement de la crise sanitaire.

In 2022, the Marseille Fos harbour made EUR 190 million in turnover, a growth of 16%, thanks to the increase in 3% of its maritime traffic, 10% of its state revenues and the return of passenger activity. 77 million tons of goods were processed in 2022, with new records broken in particular on the maritime and rail container, the natural gas and on the number of ports of call cruise.

60 million euros were invested in 2022, allowing the continuation or enforcement of many development projects. As a genuine tool at the service of sovereignty, the port of Marseille Fos is asserting itself as a centre of economic, acologic and digital transitions.

3 million passengers welcomed in 2022, twice that we have in 2021 ! 1.51 million people have traveled on regular lines, of which more than 700 000 are Corsican ferries and more than 800 000 on board of ferries toward the Maghreb.

First full year without any health restriction, 2022 is in growth of 19% compared to 2019, before pandemic. The Algerian crossings have seen the greatest increase, with 27% more passengers than in 2019.

Cruises have set a record of stopovers in 2022: 573 ship calls, of which 74 powered by LNG. They welcomed 1.43 million passengers, it is 400,000 cruise passengers less than 2019. More stopovers, but fewer of passengers, the cruise market is gradually recovering from the health crisis.

ÉVOLUTION DU TRAFIC PASSAGERS DE 2010 À 2022 EVOLUTION OF PASSENGER TRAFFIC BETWEEN 2010 AND 2022



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.



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.



Disponibilités en temps réel :
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.

Availability in real time:
www.marseille.fr/mairie/actualites/application-mobile-marseille-tout-marseille-dans-une-appli



MALMOUSQUE © E.LAMY OMTM



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 Commun

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

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



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

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

The Ferry Boat

Traversée aller/retour du Quai d'Honneur devant l'Hôtel de Ville jusqu'à la Place aux Huiles.
www.ferryboat-marseille.com



Seasonal shuttle service

Seasonal shuttle service direct 40-minute crossing Vieux-Port/Pointe Rouge/les Goudes Vieux-Port/L'Estaque



CROISIÈRE ET GRANDE PLAISANCE

CRUISE SHIP AND LARGE YACHTS

UNE REPRISE DYNAMIQUE
POST-COVID
A DYNAMIC
POST COVID RETURN



Malgré des restrictions sanitaires appliquées à l'activité de croisière jusqu'au 2 mars 2022 (excursions bulles, pass-sanitaire sur les lieux d'accueil touristique), le port de Marseille a su maintenir sa position de leader des ports de croisière en France avec une saison marquée par une belle programmation des escales et le retour des passagers internationaux.

UNE REPRISE DYNAMIQUE POST COVID A DYNAMIC START POST COVID

En 2022, le port de Marseille a accueilli 573 escales et 1,4 M passagers croisière, ce qui représente 82% des passagers accueillis en 2019.

Par ailleurs, 26 compagnies de croisière ont renouvelé leur confiance auprès de la destination en programmant des escales régulières tout au long de l'année, à l'image de MSC Croisières, Costa Croisières, Aida Cruises, Royal Caribbean Int. ou encore Viking Cruises.

Despite health restrictions on cruise activity to the 2 March 2022 (excursions bubbles, sanitary-pass on tourists spots), the port of Marseille has maintained its leading position in the ports of cruise in France with a marked season by a beautiful programming of stops and the return of international passengers.

In 2022, the port of Marseille welcomed 573 port stops and 1.4 Million cruise passengers which represent 82% of all passengers welcomed in 2019.

On the other side, 26 cruise ship companies have renewed their trust in the destination by programming regular port stops all year long like MSC Croisières, Costa Croisières, Aida Cruises, Royal Caribbean Int. or Viking Cruises.

UNE ACTIVITÉ AVEC DES PICS AUX AILES DE SAISON AN ACTIVITY WITH HIGHS AT THE SEASON'S WINGS.

Marseille accueille tout au long de l'année des navires de croisière en escale. En y regardant de plus près, nous observons **deux pics de fréquentation** distincts.

En effet, au **printemps**, et plus précisément au mois d'avril, les paquebots viennent se repositionner pour la saison en Méditerranée occidentale, augmentant le nombre d'escales de croisière et de passagers. A l'**automne**, de la même manière, avant le départ des navires vers les zones chaudes, on note une augmentation du nombre de croisiéristes sur le **territoire Marseille Provence**.

Malgré les idées reçues, la saison estivale ne représente pas **une période de fréquentation majeure** de l'activité de croisière. En effet, certains navires se repositionnent dans le nord de l'Europe à ce moment-là. Et c'est au bénéfice du territoire Marseille Provence qui accueille alors massivement le tourisme "terrestre" pour les vacances d'été.

Les escales ont été programmées du 1er janvier au 31 décembre principalement en fin de semaine de janvier à mars et de façon plus homogène en semaine entre avril et octobre.

Marseille welcomes port stops cruise ships all year long. When we look closely, we distinguish two types of frequency highs very distincts.

In the spring, more precisely in April, ships come in to be positioned for the Mediterranean occidental season, increasing the number of port calls and passengers. In autumn, right before the ships leave for warmer destination, we can see an increase in the number of cruise passengers in Marseille.

Despite popular ideas, the summer season does not represent a major period of attendance in cruise activity. Indeed, some ships are repositioning in the northern Europe at that time. It is much appreciated by the Marseille Provence territory which massively hosts "terrestrial" tourism for the summer holidays.

Cruise stops have been organized from January 1 to December 31 mainly on the week ends from January to March and more spread out during the week days from April to October.





Les mois les plus chargés ont été les mois d'octobre avec 87 escales et le mois d'avril avec 59 escales.

Autre fait marquant pendant cette saison, le retour de l'ensemble des compagnies de croisière majoritairement américaines et avec elles, la clientèle extra-européenne qui étaient les grands absents de la saison 2021 (Américains, Australiens, Brésiliens...).

LES ENJEUX DE LA REPRISE DES CROISIÈRES POUR LE TERRITOIRE THE CHALLENGES OF THE RETURN OF CRUISES FOR THE TERRITORY

Durant cette saison, l'enjeu principal pour l'ensemble des opérateurs de croisière a été d'offrir aux passagers croisière en transit un accueil de qualité sur l'ensemble du territoire Marseille Provence, en organisant des excursions dans la cité phocéenne (Vieux – Port, La Corniche, Notre-Dame de la Garde), sans oublier les villes alentours comme Aix-en-Provence, Cassis, Avignon, également très plébiscitées par les croisiéristes.

L'observation des flux a conduit le Club à poursuivre le quota d'autocars mis en place en octobre 2020 sur le site de Notre Dame de la Garde (limite à 4 autocars par navire par demi-journée) et à poursuivre l'observation sur d'autres sites.

DES ESCALES RENFORCÉES AU TERMINAL J4 REINFORCED PORT STOPS AT THE J4 TERMINAL

L'année 2022 a également été une belle saison pour le terminal J4- La Joliette qui a vu le retour de nombreuses compagnies de luxe qui n'avaient pu reprendre les opérations en 2021 en raison des restrictions Covid, telles que, Silversea, Regent Seven Seas, Azamara Cruises... Ces escales illustrent la volonté du GPMM de développer les escales de petite croisière à Marseille.

The busiest months were the months of October with 87 port stops and April with 59 cruise stops.

Another highlight for the season, a majority of the american cruise companies came back and with them, their extra-european customers who were absent from the 2021 season (americans, australians, brasiliens...).

During the season, the major achievement for cruise operators was offer a high quality welcoming to passengers throughout the whole territory of Marseille Provence by organizing excursions in the phocéan city (Vieux-Port, la Corniche, and Notre-Dame de la Garde) and in the cities surrounding like Aix-en-Provence, Cassis and Avignon. High demanded destinations by the cruise passengers.

Flows observation conducted the Club to pursue the bus quota in place since October 2020 on the site of Notre-Dame de la Garde (limited to 4 bus by ship by half-day) and to pursue this observation on other sites.

The year 2022 has been a very nice season for the J4 terminal at La Joliette. Many luxurious companies such as Silversa, Regent Seven Seas, Azamara Cruises... came back after missing the 2021 season due to Covid. These port stops illustrate the GPMM's will to develop small cruises port stops in Marseille.

CHIFFRES CLÉS DE LA CROISIÈRE EN 2022 CRUISE KEY FIGURES OF 2022



ESCALE INAUGURALE 2022 INAUGURAL CRUISE STOPS 2022

Au total 9 escales inaugurales ont été accueillies aux terminaux croisière de Marseille avec des navires récents dotés d'équipement de dernière technologie et plus respectueux de l'environnement, à l'image du Costa Toscana propulsé au GNL et dernier fleuron de la compagnie Costa Croisières le dimanche 6 mars 2022, ou encore de Aida Cosma, propulsé aussi au GNL (groupe Costa), le 28 avril 2022.

A total of 9 inaugural cruise stops have been counted at the cruises terminals of Marseille with ships recently equipped with brand new technologies more respectful toward the environment, like the Costa Toscana propelled with GNL and the last of the Costa Croisières flagship or the Aida Cosma, also propelled by GNL (Costa Group).

POURSUITE DES ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX PRIS PAR LES OPÉRATEURS DE CROISIÈRE ANTICIPANT LES ÉCHÉANCES INTERNATIONALES THE PURSUIT OF THE ENVIRONMENTAL ENGAGEMENTS TAKEN BY CRUISE OPERATORS ANTICIPATING INTERNATIONAL DEADLINES

Après une première édition en octobre 2019 avec comme angle principal la transition éco-énergétique des navires de croisière baptisée "Blue Maritime Summit Marseille Provence – Cruise Initiatives", la seconde édition de l'événement a été co-organisée conjointement par le Club de la Croisière Marseille Provence, le Port de Marseille Fos, l'Union Maritime & Fluviale Marseille-Fos et le Comité Marseillais des Armateurs de France.

After a first edition in October 2019 with the eco-energetic transition of cruise ships as a principal subject, the second edition of the "Blue Maritime Summit Marseille Provence Cruise Initiatives" co-organized by the Marseille Provence Cruise Club, the Port of Marseille-Fos, the Marseille-Fos Fluvial and Maritime Union and the Marseille Committee of French shipowners.



Lors de la seconde édition du "Blue Maritime Summit Marseille Provence – Port & Sea Initiatives" le jeudi 20 octobre 2022, la charte croisière durable Méditerranée a été présentée par le Directeur Interrégional de la Mer Méditerranée Eric Levert et Mme la Directrice Générale CLIA Europe Marie-Caroline Laurent puis signée par M. Le Secrétaire d'Etat chargé de la Mer Hervé Berville et les armateurs de croisière.

La charte croisière durable Méditerranée unifiée portant engagements des compagnies de croisière naviguant dans les eaux de Méditerranée sous juridiction française. Ce document contraignant a été signé par la DIRM Méditerranée, la CLIA Europe et les différentes compagnies de croisière membres. La charte porte sur 13 engagements qui anticipent la réglementation en vigueur sur des aspects tels que la qualité de l'air, le traitement des eaux usées, la sobriété énergétique, le type de carburant utilisé, la biodiversité, etc.

Grâce à cette charte, la réduction de la pollution atmosphérique par les navires via l'utilisation de carburant à teneur réduite en soufre sera mise en place dès 2023. Par ailleurs, les navires de croisière adapteront leur activité en cas de pic de pollution à terre.

During the second edition of the Blue Maritime Summit Marseille Provence, "Port and Sea Initiatives", a chart for sustainable cruises on the Mediterranean was presented by the Interregional Director of the Mediterranean, Sea Eric Levert and the CLIA Europe Chief Executive, Marie-Caroline Laurent. It was then signed by Hervé Berville, the State Secretary for the Sea, and the cruise shipowners.

The sustainable Mediterranean cruise chart is engaged with the cruise companies navigating in the Mediterranean waters under french jurisdiction. This constraining document was signed by the DIRM Méditerranée; the CLIA Europe and the different cruise company members. The chart carries 13 engagements anticipationg futur regulations such as the quality of air, the sewage treatment plant, energetic sobriety, the types of fuel used or biodiversity, etc.

Thanks to this chart, the atmospheric pollution's reduction of the cruise ships by using low sulfur fuel will be introduced by 2023. Moreover, cruise ships will have to adapt their activities depending on the pollution peak.

CONTRÔLE DE LA QUALITÉ DE L'AIR DANS LE PORT DE MARSEILLE-FOS

QUALITY CONTROL OF THE AIR IN THE PORT OF MARSEILLE-FOS

La Direction Interrégionale de la Mer Méditerranée (DIRM Med) a publié le **rapport 2022 des concentrations d'oxydes de soufre (SOx)** issues de la combustion des carburants des navires.

Les contrôles sont répartis annuellement par Etat en proportion de l'intensité du trafic maritime de chaque port. Au total, **230 inspections** à bord ont été effectuées dans le Port de Marseille-Fos en 2022 par les services de l'Etat.

Pour compléter ces inspections des émissions de SOx, entre fin septembre et fin décembre 2022 dans les bassins Est (Marseille), **82 contrôles** ont été effectués **par drones renifleurs**, conduisant à 4 constats d'infraction pour des cargos, mais **aucun pour des navires à passagers (ferries & croisière)**.

Le drone est équipé de différents capteurs permettant l'analyse en direct des émissions de gaz (SOx, NOx et CO2) au cœur du panache des fumées.

Les 32 navires de croisière du Port de Marseille-Fos ont été contrôlés conformes, montrant les engagements de la "Charte Croisière Durable en Méditerranée" lancée par l'Etat français et signée par la majorité des armateurs de croisière en octobre 2022 lors de l'événement "Blue Maritime Summit Marseille Provence - Port & Sea Initiatives"

Club de la Croisière Marseille Provence
 C'est une **association** loi 1901, composée de **5 salariés permanents et d'un président bénévole**. Le Club agit pour **encourager et coordonner** la transition éco-énergétique du secteur, **informer et coordonner** les acteurs clés de l'accueil des passagers, **accompagner** les adhérents, analyser les évolutions du marché de la croisière, **représenter** les acteurs du territoire et **promouvoir** la destination Marseille Provence.

The Interregional Board of the Mediterranean Sea (DIRM Med) published the **2022 report on the sulfer oxyde concentrations (SOx)** from the fuel combustion of the ships.

inspections are organized by the Government proportionnaly to the intensity of the maritime traffic in each port. In total, **230 inspections** were made by the government's services in the port of Marseille-Fos in 2022.

To complete these inspections of the SOx emissions, between the end of september and the end of december 2022 in the east ponds of marseille, **82 controls** were made **by snifer drones**, conducting to 4 infractions for cargos but **non for ships transporting passengers (ferries and cruises)**.

The drone is equipped with different sensors enabling live analysis of emissions of gases (SOx, NOx and CO2) at the heart of the plume fumes.

The **32 cruise ships** in the Port of Marseille-Fos have been checked for compliance, showing that the commitments of the "Sustainable Mediterranean Cruise" launched by the French State and signed by the majority of cruise ship owners in october 2022 during the "Blue Maritime Summit Marseille Provence - Port & Sea Initiatives"

Marseille Provence Cruise Club
 This is a **1901 law association**, composed of **5 permanent employees and one president volunteer**. The Club acts to **encourage and coordinating** the energy-efficient transition of the sector, **informing and coordinating** stakeholders keys to passenger reception, accompany members, analyze developments in the cruise market, **representing** the players of the territory and **promoting** the Marseille Provence destination.

OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE MARSEILLE

MARSEILLE TOURIST OFFICE
AND CONVENTION BUREAU
marseille-tourisme.com

2022,
UN RETOUR
À LA NORMALE,
VOIRE MIEUX !

A RETURN TO NORMAL
OR EVEN BETTER



L'année 2022 marque enfin le retour d'une activité touristique (presque) à la normale après deux années difficiles dues à la pandémie du Covid.

Avec 70% de touristes français, la Ville de Marseille a tiré son épingle du jeu pour les saisons 2020 et 2021, et l'année 2022 est marquée par le retour des clientèles européennes et nord-américaines, particulièrement impatientes de voyager. Ainsi dès le Printemps la fréquentation touristique a fait un bond malgré le contexte anxiogène provoquée par la guerre en Ukraine.

La grande évolution dans cette consommation touristique, et pas que touristique, réside dans la réservation de dernière minute, aussi bien pour les séjours de loisirs que pour les congrès et salons professionnels. L'autre tendance est le besoin avide de découvrir, de visiter après deux années de frustration, de partager des expériences, de sortir de sentiers battus.

The year 2022 finally marks the return of a tourist activity (almost) normal after two difficult years due to the pandemic.

With 70% French tourists, the City of Marseille has done well for the 2020 and 2021 seasons, and 2022 is marked by the return of European and North American customers, particularly eager to travel. So from Spring onwards, the tourist traffic has surged despite the anxiety-provoking context provoked by the war in Ukraine.

The big change in consumption tourism, and not only tourism, resides in last minute booking, as well for leisure stays and for conferences and trade shows. The other trend is the eager need to discover, to visit after two years of frustration, sharing experiments, thinking outside the box.

La saison a donc été à la hauteur de nos attentes, sans les clientèles asiatiques qui devraient voyager à nouveau, avec notamment la clientèle chinoise qui pourrait se déplacer dès l'été 2023.

Ainsi l'aéroport Marseille Provence, les hôtels et locations saisonnières, les prestataires touristiques affichent des chiffres quasiment revenus au niveau de 2019, année de référence, voire mieux certains mois.

Concernant l'Office de Tourisme et des Congrès qui a accompagné les professionnels tout au long de cette crise, les équipes ont repris leur mission de prospection et de communication, notamment en vue de la Coupe du Monde de Rugby à l'automne 2023, leur mission d'accueil des publics dans toute la Ville, et aussi des workshops, salons, accueils de presse, éductours, et visites guidées.

Côté développement durable, l'office a poursuivi les travaux entamés dès 2020, avec la certification ISO 20 121 renouvelée pour la 2^{ème} année, 32 établissements labellisés clef verte, accompagnement des restaurateurs vers le label Ecotable et l'obtention du label Destination Innovante et Durable ...

L'observation touristique se renforce pour analyser justement ces nouveaux types de consommation et les flux touristiques.

Les 4 axes stratégiques en 2022 en période post-covid restent : promouvoir une offre de tourisme durable, faire revenir les clientèles étrangères, observer et bien entendu accueillir.

L'année 2023 se présente bien avec de fortes demandes de la part des agences et organisateurs d'événements d'entreprise, et de beaux rendez-vous culturels et sportifs viendront renforcer l'attractivité de la ville en France mais aussi en Europe.

So the season was up to our standards expectations, without the asian clientele who should travel again, including the chinese clientele that could move by summer 2023.

Thus Marseille Provence airport, hotels and seasonal rentals, service providers tourism show revenue at the 2019 level, our reference year, and better for some months.

Concerning the Tourist Office and Convention Bureau who accompanied the professionals throughout this crisis, the teams resumed their prospecting and communication mission, particularly in view of the Rugby World Cup in fall of 2023, their mission to host audiences throughout the city, and also workshops, trade fairs, press conferences, educational tours, and guided tours.

In regards of the sustainable development, the Office has continued the work started in 2020, with the renewed ISO 20 121 certification for the 2nd year, 32 establishments with the key label green, support for restaurant owners towards the Ecotable label and obtaining the label Innovative and Sustainable Destination...

Tourism observation is being stepped up to analyze precisely these new types of consumption and tourist flows.

The 4 strategic axes in 2022 in period post-covid remain: promoting an offer of sustainable tourism, bringing foreign customers back, observe and of course welcome.

The year 2023 looks good with strong requests from agencies and organizers of corporate events, and beautiful cultural and sporting events that will strengthen the attractiveness of the city in France but also in Europe.

PÔLE ACCUEIL & INFORMATION WELCOME & INFORMATION DESK

L'Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille accueille **363 jours par an** les touristes et les habitants 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 édités en 5 langues (Français, anglais, allemand, italien et espagnol)



© E.LAMY - OMTCM

La saison 2022 a été exceptionnelle avec : **+ 28,64%** de français vs 2019
Et seulement **-1,77%** d'étrangers vs 2019.
93 094 personnes renseignées à l'accueil en 2022 vs **81 909** en 2019 - Soit **+13,66%**

The 2022 season was exceptional with **+28.64%** of French vs 2019 and only **-1.77%** of foreigners vs 2019.
93 094 persons solicited our help at the front desk in 2022 vs **81 909** in 2019, so **+13.66%**



DISPOSITIF HORS LES MURS "HORS LES MURS" (BEYOND THE WALLS) INITIATIVE

Pour la 2^{ème} saison, mise en place du dispositif d'accueil hors les murs :

50 saisonniers a minima bilingues et ayant une parfaite connaissance de la ville et de son offre culturelle et touristique, étaient positionnés sur plusieurs points :
Calanques : les Goudes, Callelongue, les Logissons, Luminy et le Frioul
Le Vieux-Port – kiosque l'Eté Marseillais
Notre Dame de la Garde
Mucem/Cosquer
L'aéroport
La gare

Les conseillers en séjour étaient présents en avant saison dans les Calanques pendant les week-ends fériés et ont renseigné et sensibilisé près de 10 000 personnes.

PÂQUES : 3362 PERSONNES DONT 1731 AUX LOGISSONS
EASTER : 3362 people informed, including 1731 at LES LOGISSONS

ASCENSION : 3880 PERSONNES DONT 1090 AUX LOGISSONS
ASCENSION : 3880 people informed, including 1090 at LES LOGISSONS

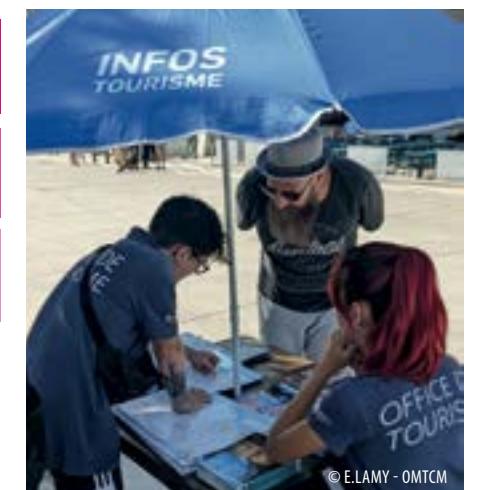
PENTECÔTE : 2615 PERSONNES DONT 1115 AUX LOGISSONS
PENTECOST : 2615 people informed, including 1115 at LES LOGISSONS

**TOP 3
DES SITES LES PLUS FRÉQUENTÉS :**
VIEUX-PORT
LOGISSONS
GARE SAINT-CHARLES

For the 2nd season, the off-wall docking:

50, at least bilingual, seasonal workers with a perfect knowledge of the city and its cultural and touristic offers were positioned on several points:
Calanques: the Goudes, Callelongue, Logissons, Luminy and le Frioul
Le Vieux-Port - Eté Marseillais kiosk
Notre Dame de la Garde
Mucem/Cosquer
The airport
The train station

The residence counselors were present before season in the Calanques on public holidays and have provided information and sensitized nearly 10,000 people.



© E.LAMY - OMTCM

49 600 personnes renseignées et sensibilisées en juillet et août.

Soit sur la saison 2022, près de **60 000** personnes renseignées et accueillies par les équipes hors les murs.

49 600 persons where taken into the care of our stay advisors in July and August.

So almost **60 000** persons out of the front desk during the 2022 season.

LES MISSIONS DES CONSEILLERS EN SÉJOUR : TRAVEL ADVISORS MISSIONS

Accueillir, informer, sensibiliser

Mais aussi

Traductions, conceptions de circuit, recueil de données, rédaction d'articles, mise à jour de la documentation... les conseillers en séjour travaillent en transversalité avec de nombreux services de l'office.

Leurs missions :

- Avec le service Digital pour les traductions, la mise en place d'Avizi (GRC), le contenu du Roadbook, la saisie Apidae, le projet « Fédérer les pros », et l'offre Tourisme et Handicap
- Avec le service Commercialisation pour la gestion des Citypass, le suivi des prestataires Marseille Expérience
- Avec le service Communication pour la remise à jour du plan et des sous-mains
- Avec le service Réceptif/Visites guidées : lien entre les demandes des visiteurs et la programmation
- Avec l'ensemble des services dans la cadre la Marque Qualité Tourisme



BUREAU D'ACCUEIL CANEBIÈRE 2022 ©MTOMTCM

Accueillir, informer, sensibiliser

But also,

Translations, circuit designs, book data, writing articles, updating documentation... stay advisors work in transversality with many services of the office.

Their missions:

- With the Digital Translation Service, the establishment of Avizi (GRC), the Roadbook, the Apidae typing, the project "Federating the pros", and the offer Tourism and Disability
- With the Marketing Service for the Citypass management, providing monitoring for Marseille Experience
- With the Communication service for the update plan and subhands
- With the Reception/Guided Tours service: link between visitor requests and programming
- With all services within the framework of The Quality Tourism Brand

COMMERCIALISATION ET DIGITAL MARKETING AND DIGITAL

En 2022, 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

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

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 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.

In 2022, the digital transformation of the Tourist and Convention Office keeps on growing.

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

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

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 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 MARSEILLE EXPÉRIENCE

2022, marque une bonne reprise pour Marseille Expérience ! 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

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.

A ce jour, 50 prestataires proposent 150 activités sur : Marseilleexperience.com



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.

2022, a good recovery for Marseille Expérience ! 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

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.

To date, 50 providers offer 150 activities on : Marseilleexperience.com

DES ACTIVITÉS VARIÉES POUR DÉCOUVRIR MARSEILLE ET ENVIRONS VARIOUS ACTIVITIES TO DISCOVER MARSEILLE AND ITS SURROUNDINGS



LES ACTIVITES TOURISTIQUES ET CULTURELLES TOURIST AND CULTURAL ACTIVITIES

La market place Marseille Experience propose donc 150 activités touristiques et culturelles grâce à 50 prestataires locaux référencés pour leur professionnalisme et leur engagement pour un tourisme plus durable.

Quelques exemples se prestations :

Visiter Marseille : Colorbüs : Un circuit de 18 km à travers les principaux quartiers d'1 heure environ, ponctué d'arrêts où les passagers peuvent monter ou descendre à leur guise pour visiter et reprendre un bus suivant pour poursuivre leur circuit.

Le petit train : 3 balades en 6 langues au choix pour découvrir Marseille tranquillement : Notre-Dame de la Garde, Le Vieux-Marseille et en été le Frioul.

OM Tour stadium : Une découverte des coulisses de l'Orange Vélodrome comme vous ne les avez jamais vues et plongez au cœur de l'histoire de l'Olympique de Marseille. Une expérience inédite qui vous permettra assurément de faire le plein de souvenirs et d'émotions !

Gastronomie & Traditions : Le Mx : Installé dans les Docks de la Joliette, le Mx est un lieu et un concept à part : à la fois restaurant, boutique, espace muséal, bar... dont le thème est l'anis, sous toutes ses formes !

Do Eat Better Experience : Ce sont des tours gastronomiques et des expériences culinaires étonnantes qui vous montreront comment et ce que les autochtones aiment manger. dans différents restaurants, vous feront découvrir la culture culinaire locale !

Excursions en Provence :

Depuis plus de 35 ans, A la Française (Tylène Tourisme) est spécialisé dans l'organisation de circuits touristiques et d'excursions d'une journée ou demi-journée pour découvrir les paysages et les traditions de Provence.

The Marseille Experience market place offers 150 tourist and cultural activities thanks to 50 local companies listed for their professionalism but also for their commitment to sustainable tourism.

A few examples of our activities :

Discover Marseille:

Colorbüs: An 18 km through the main districts about 1 hour, punctuated by stops where passengers can hop on and off as they please to visit to continue their tour.

The little touristic train: a choice of 3 rides in 6 languages to discover Marseille at your leisure: Notre-Dame de la Garde, Old Marseille and, in summer, the Frioul.

OM Tour stadium: A behind-the-scenes the Orange Vélodrome like you've never seen before, and plunge history of Olympique de Marseille. A unique experience that's sure to fill you with memories and emotions!

Gastronomy & Traditions : Le Mx located in the Docks de la Joliette, Le Mx is a restaurant, boutique, museum space and bar... the theme of which is anise, in all its forms!

Do Eat Better Experience : gastronomic tours and amazing culinary experiences that will show you how and what the locals like to eat in different restaurants, you'll discover the local culinary culture!

Excursions in Provence : For over 35 years, A la Française (Tylène Tourisme) has specialized in organizing tours to day or half-day excursions to discover Provence's landscapes and traditions.

Bonjour Provence Tours : propose des excursions découvertes de la Provence, de la Côte d'Azur et au-delà, sous leurs plus beaux aspects, tout au long de l'année, à des petits groupes pour préserver la qualité et le confort des visites.

Activités de plein air :

Exit Game : Un escape room en plein cœur de Marseille pour s'amuser en équipe et faire marcher ses méninges pour s'échapper du piège qui vous est tendu. Pour tout public et pas besoin de muscles, tout est question de logique, de réflexion et de déduction ...

Marseille Calanques Passion propose tout un panel de sorties et combine tous les éléments pour élaborer votre projet quel que soit le temps dont vous disposez ou votre niveau sportif pour vous faire vivre un moment inoubliable dans le Parc National des Calanques.

Mer & Calanques :

Eco-Calanques: Ce bateau hybride électrique à faible impact environnemental est apparu comme le bateau idéal afin d'explorer le Parc national des Calanques en petit comité. Tout en minimisant sa consommation d'énergie Eco-calanques offre un confort exceptionnel grâce son design moderne et intelligent.

Goelette Alliance : Croisière au coeur du Parc national des Calanques !

Navigation à la voile de tradition, entre Marseille et Cassis : baignade et farniente en journée en petit comité (maximum 27 personnes) ou soirée magique : navigation à la voile, baignade dans une jolie crique de l'archipel du Frioul, cocktail dinatoire au couche de soleil en musique.

Bonjour Provence Tours : proposes excursions to discover Provence, the Côte d'Azur and beyond, in all their beautiful year-round, for small groups to preserve the quality and comfort.

Outdoor activities :

Exit Game: An escape room in the heart of Marseille, where you can team up your brains out to escape the trap set for you. Suitable for all ages no muscles, it's all about logic, reflection and deduction...

Marseille Calanques Passion offers a whole range of outings and combines all the elements you need to develop your project whatever the time you have available or your level of sporting ability, to make your unforgettable moment in the Calanques National Park.

Sea & Calanques :

Eco-Calanques: This hybrid electric boat with low environmental impact ideal boat for exploring the Calanques National Park. All while minimizing energy consumption Eco-calanques offers exceptional comfort thanks to its modern, intelligent design.

Goelette Alliance : Cruising in the heart of the Calanques National Park. Traditional sailing between Marseille and Cassis:

swimming and lounging daytime in small groups (maximum 27 people) or a magical evening: sailing, swimming in a beautiful cove of the Frioul archipelago, and a cocktail reception sunset with music.

LE CITYPASS THE 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 reste numéro 1 des ventes pour la clientèle individuelle et représente 50% des ventes Marseille Expérience. **Bémol cependant** : la forte fréquentation sur quelques points chauds occasionne **une longue attente des détenteurs de CityPass à l'entrée des activités** (Bateau Frioul, Petit Train, Colorbüs). Développement de coupe-files et évolution du CityPass prévus pour 2023.

Total ventes CityPass 2022 : 19 203

LE CITYPASS MARSEILLE THE CITYPASS MARSEILLE

CITYPASS MARSEILLE	TARIF ADULTE AVEC TRANSPORT ADULT PRICE WITH TRANSPORT	TARIF ENFANT AVEC TRANSPORT FULL CHILD PRICE WITH TRANSPORT	TARIF SANS TRANSPORT ADULT PRICE EXCLUDING TRANSPORT	TARIF ENFANT SANS TRANSPORT CHILD PRICE EXCLUDING TRANSPORT
24H	€29	€19	€26	€16
48H	€39	€24	€35	€20
72H	€47	€29	€42	€24



LE SITE WEB DE L'OFFICE, PORTAIL DE RÉFÉRENCE B2C B2B THE OFFICE WEBSITE, A REFERENCE PORTAL B2B AND B2C

L'intérêt pour la destination et le travail de contenus web font décoller le trafic :

- **2 670 316 visites au total en 2022**
- **+55% de visites sur notre site web grand public vs. 2021**
- **En moyenne 274K visites / mois en haute saison.**
- **En moyenne 150K visites / mois en basse saison.**

• Le contenu du site web s'étoffe au fil des mois :

- **Site grand public** : des articles de blog réguliers, des articles expérientiels et des contenus toujours plus précis sur les points d'intérêt
- **Espace pro** : un site dédié aux pros du tourisme avec 2 nouvelles rubriques :
- Rubrique Marseille Prestige
- Rubrique Marseille Innovante et Durable.
- **Et toujours nos espaces dédiés pour la presse et les groupes**, avec de nombreux nouveaux contenus à prévoir sur l'espace groupes en 2023.

Interest in the destination and work of web content is driving traffic:

- **2,670,316 visits in total in 2022**
- **+55% visits to our mainstream website vs. 2021**
- **Average 274K visits / month in high season.**
- **Average 150K visits / month in low season.**

• Web site content grows month after month :

- **Mainstream site**: regular and experiential blog posts and more and more accurate content on the points of interest
- **Professional space**: a site dedicated to the pros of the tourism with 2 new headings:
- Heading Marseille Prestige
- Heading Marseille Innovative and Sustainable.
- **Our dedicated spaces for press and groups remain**, with many new content to be provided on the groups spaces in 2023.



LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COEUR DU DISPOSITIF SOCIAL MEDIAS AT THE HEART OF THE DEVICE

Les comptes @choosemarseille font référence sur les réseaux sociaux :

- Près de **55K abonnés sur Instagram** (vs. 36K en 2021).
- **30K abonnés sur Facebook** (vs. 26K en 2021).

L'actualité de l'Office de Tourisme sur les réseaux sociaux c'est :

- Un compte **TikTok avec déjà 7000 abonnés.**
- Des comptes **Facebook et Instagram** dédiés à Marseille Expérience avec une campagne de conversion de mai à novembre 2022.
- Un compte **LinkedIn** qui s'installe avec plus de **3,3K abonnés.**
- **Une chaîne YouTube** avec des vidéos présentant les pros marseillais mais également les restaurateurs engagés dans la démarche de labellisation Ecotable.



the @choosemarseille social media accounts are a reference :

almost 55K followers on Instagram (vs 36K in 2021)

30K followers on Facebook (vs. 26K in 2021)

The Tourist Office news on social medias, its :

- A TikTok account with already 7000 followers

- Facebook and Instagram accounts dedicated to Marseille Experience with a conversion period from May to November 2022.

- A LinkedIn account getting installed with more than 3,3K followers.

- A YouTube channel with videos presenting Marseille professionals but also restaurant owners engaged in the acquisition of the Ecotable label

LANCER DE FAIRQUEST, OUTIL D'E-REPUTATION THE LAUNCH OF FAIRQUEST, AN E-REPUTATION TOOL

L'Office de tourisme déploie **FairQUEST** sur les hôtels, résidences et restauration. Au total 363 fiches ont été activées, donc 101 hôtels, 50 résidences et 212 restaurants.

Sur le long terme, l'objectif est de continuer à déployer l'outil notamment auprès des prestataires d'activités et des sites culturels.

Cet outil nous permettra d'accompagner les socio-pros dans leur gestion de l'e-réputation et de travailler l'e-réputation globale de la destination.

En 2022, la note moyenne globale de la destination (hôtels, résidences et restaurants) était de 7.9/10 vs. 8.3/10 in 2019. Notre objectif est de maintenir l'e-réputation marseillaise au-dessus des 8/10.

Cette solution d'e-réputation permet d'agrégner les avis en ligne (issus de Booking, Google, Tripadvisor...) et de restituer une note moyenne sur notre site web afin de faciliter le choix des visiteurs. Une présentation de cet outil est faite aux socio-pros concernés et un tableau de bord a été transmis dans un premier temps aux hôtels pour piloter directement leur e-réputation.

The Tourist Office deploys **FairQUEST** on hotels, residences and catering. A total of 363 cards have been activated, so 101 hotels, 50 residences and 212 restaurants.

The long-term goal is to continue to deploy the tool in particular with activity providers and cultural sites.

This tool will allow us to support social professionals in their reputation management and working on the global e-reputation of the destination.

In 2022, the overall average score of the destination (hotels, residences and restaurants) was 7.9/10 vs. 8.3/10 in 2019. Our goal is to maintain the reputation of Marseille over 8/10.

This e-reputation solution enables aggregate online reviews (from Booking, Google, Tripadvisor...) and return an average score on our website in order to facilitate the choices for visitors.

A presentation of this tool is made to relevant socio-pros and was first transmitted to hotels for directly control their e-reputation.



LANCEMENT DU ROADBOOK THE ROADBOOK LAUNCH

L'outil **RoadBOOK** permet aux conseillers en séjour de créer un mini-site web personnalisé pour chaque visiteur : le conseiller ajoute des contenus pendant l'échange au desk et le visiteur reçoit un lien vers ce site par sms ou email.

Lancé en mai 2022, ce sont au total 771 RoadBOOK créés, notamment pendant les ailes de saison en septembre et octobre, qui comptabilisent à eux seuls plus de la moitié des envois.

L'interface "conseiller" compte actuellement 230 feuillets qui répondent à des demandes thématiques récurrentes mais aussi plus précises. Ils sont ajustés quotidiennement en lien avec l'accueil. Cet outil est progressivement déployé en anglais et sera entièrement traduit pour l'été 2023. Il sera l'outil principal de l'équipe "hors les murs". Il sera décliné dans une version spéciale « coupe du monde de rugby » en français, anglais et espagnol.

Il sera à terme connecté à Avizi, ce qui nous permettra de constituer une réelle base de données visiteurs, et par la suite mettre en place des actions marketing (newsletters). Il pourra aussi être diffusé directement par les socio-pros avec du contenu additionnel lié à leur établissement.



RoadBOOK tool enables stay advisors to create a personalized mini-website for each visitor: the stay advisor adds content during the exchange at the desk and the visitor receives a link to this site by message or email.

Launched in May 2022, the total number is 771 RoadBOOK created, especially during the season wings in September and October, that alone account for more than half of the shipments.

The advisor interface counts currently 230 sheets responding to recurring thematic requests but also more precise ones. They are adjusted daily in relation to the welcome. This tool is progressively deployed in English and will be fully translated for summer 2023. It will be the principal tool for the "outside the walls" teams. It will be available in a special version "rugby world cup" in French, English and Spanish.

It will eventually be connected to Avizi, which will provide a real data base for visitor, and a subsequently place of marketing actions (newsletters). It may also be broadcast directly by socio-pros with additional content related to their establishment.

APIDAE : LE COEUR DE NOTRE STRATÉGIE DATA APIDAE : THE CENTER OF OUR DATA STRATEGY



The Apidae database allows us to **centralize the tourist data of our territory**: hotels, restaurants, shops, service providers, agenda, museums, parks, itineraries de randonnée...

This national tool, adopted by the Office in 2020 **ensures quality tourism information, centralize and disseminate it**:

- At the reception of the tourist office
- On the Office's websites: Mainstream and professional
- On the RoadBOOK
- On our tool of GRC Avizi
- On the supports of our network: CRT, My Provence...

A ce jour, on compte plus de 8200 fiches Apidae à Marseille

L'équipe digitale alimente et met à jour quotidiennement ces contenus (en partenariat avec la Ville de Marseille pour les événements culturels). **214** sélections ont également été créées dans diverses catégories qui remontent sur nos sites internet et sur le RoadBOOK.



PALAIS LONGCHAMP EXTERIEUR ©JOTCM

PÔLE RECEPTIF INCOMING DEPARTMENT

LES VISITES GROUPES GROUP TOURS

Une très belle année, un tourisme majoritairement français puis belge, suisse, luxembourgeois, allemand, espagnol, italien et enfin américain.

Envie d'extérieurs, de fêtes, d'activités ludiques avec une clientèle à 35% MICE, 50% Loisirs et 15% Scolaires.

Le mode de réservation est plus que jamais la dernière minute, Les séjours sont riches en culture et expériences diverses, se veulent originaux et insolites et s'allongent à 3-4 jours selon les groupes.

Les réservations arrivent toute l'année : plus de coupure entre le printemps et l'automne pour les groupes loisirs, MICE et scolaires mais une légère baisse en août pour reprendre fortement en septembre et jusqu'au 24 décembre ;

Janvier reste le seul mois qui autorise les repérages, la création de nouvelles visites ou réflexion sur dossiers de fond avant la reprise en février-mars jusqu'à fin juillet.

A beautiful year, a tourism mainly French then Belgian, Swiss, Luxembourg, German, Spanish, Italian and finally American. A need for outdoor activities, parties, activities with a 35% MICE clientele, 50% Leisure and 15% School.

The booking mode is more than never last minute, the stays are rich in culture and diverse experiences, they are meant to be original, lengthen to 3-4 days depending on the groups.

Reservations are available all year round: no more shutdowns between spring and autumn for leisure groups, MICE and school but a slight drop in August to resume strongly in September and until 24 December; January remains the only month that allows sightings, the creation of new visits or reflection on substantive issues before the resumed in February-March until end of July.



+13%
CHIFFRE D'AFFAIRE
VS 2019

+74%
MARGE BRUTE
VS 2019

LES VISITES PUBLIQUES PUBLIC TOURS

+123%
VS 2019

Le volume de participants a doublé sur quasi toute l'année, le seul mois en baisse en 2022 fut le mois d'Août, les visiteurs privilégiant souvent la baignade.

Grâce à la mise en place de la plateforme de commercialisation Marseille Expérience qui permet de planifier son séjour en réservant en ligne sa visite guidée mais aussi aux propositions de nos conseillers en séjour au comptoir du service accueil.

3 visites guidées par semaine sont programmées en bilingue français / anglais

Les détenteurs du CityPass 72H bénéficient d'une visite publique et représentent 51% des participants aux visites. On s'aperçoit que 70% des visiteurs achètent leur visite guidée au comptoir suite aux préconisations des conseillers en séjour.

La visite du Panier reste la plus vendue proposant durant 2 heures histoire, artisanat et art de vivre aux participants.



The number of participants doubled over almost one year, the only month in decline in 2022 was the month of August, visitors often prioritizing swimming.

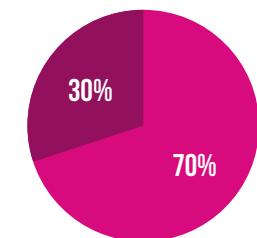
Thanks to the establishment of the Marseille Experience market place which allows you to plan your stay by booking your guided tours online but also thanks to the proposals of our stay advisors at the counter of the reception service.

3 guided tours per week are programmed in bilingual French /English

CityPass 72H holders benefit from a public visit and represent 51% of the participants in the visits. We realize that 70% of visitors buy their guided tour at the counter following the recommendations of the stay advisors.

The top sale remains the visit of the Panier, with a 2 hours history, crafts and lifestyle discovery for the participants.

RÉPARTITION DES VENTES PAR CANAL DE DISTRIBUTION SALES REPARTITION BY DISTRIBUTION CANAL



VENTES AU COMPTOIR (3955)

VENTES WEB (1655)

L'Office de Tourisme propose, en exclusivité, la visite de la Cité radieuse, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2016.

La visite guidée de la Cité radieuse attire toujours autant de visiteurs en dépit de l'augmentation du tarif individuel de 10€ à 15€/personne.

+ 52% de fréquentation si on compare les périodes de mai à décembre 2019 vs 2022

Ils sont curieux, scolaires ou étudiants, architectes, passionnés ou ont juste entendu parlé de ce lieu emblématique à l'occasion des 70 ans de La Cité radieuse de Le Corbusier.



The Tourist Office offers, in exclusivity, the visit of the Cité Radieuse inscribed on the World Heritage of UNESCO since 2016.

The guided tour of the Cité Radieuse still attracts as many visitors despite an increase in the individual rate of 10€ to 15€/person.

+ 52% of attendance if we compare the periods of May to December 2019 vs 2022

They are curious, schoolchildren or students, architects, passionate or have just heard of this emblematic place for the 70th anniversary of La Cité radieuse by Le Corbusier.

PÔLE PROMOTION LOISIRS PROMOTION LEISURE ACTIVITIES CENTRE

2022, UN RETOUR À LA NORMALE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE 2022, BACK TO NORMAL FOR THE TOURIST ACTIVITY

L'activité touristique en France et à Marseille est revenue mois après mois avec le retour progressif des clientèles internationales notamment des Etats-Unis dès le mois d'avril, pour atteindre globalement les chiffres de fréquentation de 2019.

Retour sur les salons en présentiel et également de nombreuses demandes d'éductours des clientèles américaines, qui ont été légèrement freinées dès avril à cause de la situation en Ukraine.

Pour les clientèles asiatiques, certaines peuvent voyager à nouveau comme Singapour ou la Corée où le taux de remplissage des avions atteint ainsi des chiffres record.

Quant aux clientèles domestiques, elles présentent des niveaux de nuitées globalement proches de ceux de 2019. Beaucoup d'agences françaises accueillies en éductour ou formées en webinar ont redécouvert l'offre marseillaise et notamment l'offre éco-responsable et balnéaire.

Si l'on se projette dans les mois à venir, les baromètres sur les intentions de voyage confirment le désir de départ en vacances de manière générale et internationale. Le taux de remplissage aérien est également revenu au niveau de 2019.

La France conserve sa place de 1er pays en terme d'accueil touristique. Toutefois, la guerre en Ukraine et le contexte inflationniste, renforcés par les difficultés de recrutement dans certaines filières touristiques, conduisent à la prudence et à l'observation attentive des destinations concurrentes qui rebondissent elles aussi. Les tendances montrent également que les destinations méditerranéennes : France, Espagne, Italie et Grèce sont ciblées par les marchés US et d'Amérique du Sud.

Tourism activity in France and in Marseille came back month after month with the gradual return of international clientele majoritarily from the United States starting in April, to achieve overall attendance figures of 2019.

Returning to the fairs in person and also many eductours requests for the American clientele, which were slightly slowed down from April to the situation in Ukraine.

For Asian clients, some can travel again such as Singapore or Korea where the rate of aircraft filling thereby reaches record numbers.

As for the domestic clientele, they present levels of overnight stays broadly close to those of 2019.

Many French agencies welcomed in eductours or trained in webinars have rediscovered the Marseille offer and in particular eco-responsible supply and seaside resort.

Looking ahead in the coming months, the barometers on travel intentions confirm the desire to go on holiday generally and internationally. The aircraft filling rate is also back to its 2019 level.

France retains its place as 1st country in terms of tourist reception. However, the war in Ukraine and the inflationary context, reinforced by the recruitment difficulties in certain touristic sectors, lead to caution and attentive observation of destinations competitors that are also rebounding.

Trends also show that Mediterranean destinations: France, Spain, Italy and Greece are targeted by the US and South American markets.

THE INTERNATIONAL PROMOTION SERVICE 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.

L'enjeu 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.

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 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.

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

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.

- 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.

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.

- 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.

LES MARCHÉS PRIORITAIRES : THE MAIN MARKETS



LES MARCHÉS SECONDAIRES : THE SECONDARY MARKETS



LES MARCHÉS EN APPROCHE : FUTURE TARGET MARKETS



WEBINAIRES ET WORKSHOPS WEBINARS AND WORKSHOPS

FRANCE / FRENCH

Dolce Vita à Paris (Réceptif France/ Russie) : 30 rdv
Nouveau concept Miles Attack : 1 Webinaire : 160 agences françaises et belges + 1 Booster de réservation
DITEX salon B to B à Marseille
Salon de la Plongée en mars à Paris (B to B et Grand public)
Salon grand public Idées week-end à Nice
IFTM Top Resa à Paris (en visiteur)
Salon SLOWW à Arles sur le Tourisme de croisières Fluviales
ILTM à Cannes pour Marseille Exclusive
Soirée BHV à Paris pour Marseille Exclusive



EUROPE

City Fair en webinaire avec les agences réceptives européennes le 9 juin
Soirée Mice et Prestige à Bruxelles 15 agences Prestige ciblées le 16 juin
Renaissance à Londres – Cible Marseille Exclusive – le 22/ 23 juin
Workshop Renaissance à Milan pour Marseille Exclusive le 6 octobre
Salon World Travel Market à Londres en novembre
Workshop Travelmed et organisé par le CRT à Nice le 13 décembre

ALLEMAGNE/GERMANI

Workshop Virtuel Suisse B to B en janvier (15 rdv)
Workshop LOOP au Portugal B to B Prestige germanophone en avril (60 rdv)
French Rendez-vous à Vienne en Mai (55 rdv)

USA CANADA

Webinaire HISEAS en mars 2 sessions : 30 participants
Workshop B to B en mai (40 rdv)
Workshop France 360° à Miami + event avec la presse à New York

BRESIL /BRASIL

Workshop virtuel Encontros à Francia en février (25 rdv)

MOYEN ORIENT/ INDE/ ISRAËL

Marhaba Dubaï + Expo Universelle (40 rdv)
Workshop France en Israël + petit déjeuner presse

INTERNATIONAL : RENCONTRES MULTI-MARCHÉS

Rendez-vous en France à Nantes (70 rdv) avec 5 partenaires marseillais
Emotion Séville B to B prestige (60 rdv)

CHINE

China workshop à Paris – Agences chinoises en Europe et USA
Tournée France Chine en webinaire live

JAPON/ JAPAN

Workshop Sakidori Japon

CORÉE DU SUD

Workshop French Days in Seoul en Corée du Sud + soirée spéciale Marseille, Aix en Provence

OPÉRATIONS RWC

Mission Provence Marseille Nice – RWC 2023 en **Afrique du Sud**
Workshop France en **Australie et Nouvelle Zélande** + Soirée Provence à Melbourne
Networking 1 year to go à **Londres et Dublin** RWC 2023
Conférence de Presse Provence Marseille Nice RWC 2023 au **Japon**



L'année 2022 a redémarré petit à petit avec des opérations en présentiel et une nette envie des agences de participer à des éductours :

- Producteur indien Heer en janvier 2 pax
- Post Dolce Vita France/ Russie en février 7 pax
 - Travelfine USA 2 pax
 - Success USA 1 pax
- Mondorama France en février 20 pax
- Canaan tours Israël en février 1 pax
 - CITS Link USA en mars 2 pax
 - Scott Dunn USA en mars 4 pax
- Eductour Joconde + Cosquer Agence culture France 8 pax
 - Unique Provence 2 pax
 - Pré RDV France Prestige 10 pax
 - Pré RDV France RUGBY RWC 2023 10 pax
- Prestige Concierges et commerciaux des hôtels 18 pax

The year 2022 started back slowly with IRL opérations et une envie for the agencies to participate in eductours ;



- Post Chinaworkshop – Agences chinoises en Europe et USA du 10 au 12 juin 12 pax
- Turismo Frances Brésil en juin 10 pax
- RM Consultant Marseille Exclusive 17 juin 1 pax
- Intercontinental – Agences Virtuoso 17/18 juillet 10 pax
- Agence Australienne Virtuoso Gai Campbell Mary Rossi Travel 2 août 2 pax
- Sportsnation Agence Officielle RWC 2023 du 4 au 6 Août 2 pax
- Eductour spécial Tourisme éco responsable Pays Bas du 26 au 28 septembre 6 pax
- Agences italiennes Marseille Exclusive post Networking à Milan du 5 au 7 octobre 6 pax
 - Agences américaines - Relais Châteaux Marseille Exclusive post salon DUCO le 16 octobre 5 pax
 - Agence américaine Ashley Austin avec Intercontinental du 14 au 16 octobre 1 pax
 - Gulliver Travel agence officielle australienne RWC 2023 du 25 au 27 octobre 1 pax
 - Dylan Touring agence officielle australienne RWC 2023 2 pax

- Agences et Journalistes officiels RWC 2023 sud-africains du 10 au 12 novembre 2 pax
- Agences officielles japonaises du 17 au 18
- Agences sud-africaines avec Air France et Marriott du 24 au 25 novembre 9 pax
- Agences canadiennes Transat du 25 au 27 novembre 11 pax
- Presidents' Club Serandipians agences multi nationalités du 2 au 4 décembre 120 pax
- Agences coréennes pré Travelmeet le 8 décembre 9 pax
- Agences multinationalités avec Travelmeet du CRT du 9 au 11 décembre 20 pax
- Soirée d'Accueil de Travelmeet du CRT multinationalités 80 pax
- Agence anglaise Abercombie & Kent le 8 décembre 2 pax



ACCUEILS DE DÉLÉGATIONS INTERNATIONALES ACCUEILS DE DÉLÉGATIONS INTERNATIONALES

- **Consul du Sénégal** en février : échanges sur la structuration de l'offre touristique du Sénégal, de la promotion de la ligne directe Marseille - Dakar.
- **Ambassadrice d'Arménie** en mai : échanges autour de la promotion des 2 destinations pour soutenir l'ouverture d'un vol direct Erevan – Marseille.
- **Ambassadrice de Singapour** en mai : nouvelle Ambassadrice à Paris qui découvrait Marseille et son potentiel touristique.
- Suivi des échanges avec le **Sénégal** en avril : réunion de suivi pour affiner le benchmarking sur l'offre MICE et en prévision d'un échange avec les acteurs hôteliers et les investisseurs des 2 destinations éventuellement dans le cadre d'Africa Link.
- Suivi des échanges avec l'**Argentine** en mai : réunion de suivi sur les bonnes pratiques de promotion autour de l'événementiel sportif, de l'éco-tourisme et des outils digitaux.
- Entretien et échanges avec Madame la Consule de la République populaire de Chine suite éductour Chinaworkshop.
- **Consul of Senegal** in February: exchange on the structuration of tourism services for Senegal, the promotion of the direct Marseille - Dakar.
- **Ambassador of Armenia** in May: exchange around the promotion of the 2 destinations to support the opening.
- **Ambassador of Singapore** in May: new Ambassador in Paris who discovered Marseille and its potential tourist.
- Follow-up of exchanges with **Senegal** in April: follow-up meeting to refine benchmarking on the MICE offer and by anticipation of an exchange with the hospitality actors and investors of the 2 destinations possibly within the framework of Africa Link.
- Follow-up of exchanges with **Argentina** in May: follow-up meeting on good promotional practices around sports events, eco-tourism and digital tools.
- Interview and exchanges with the Consul of the People's Republic of China to follow the Chinaworkshop eductour.



Un plan d'actions spécifique RWC 2023 a été mis en place avec le Comité Régional de Tourisme et l'Office de Tourisme de Nice afin de promouvoir les séjours dans notre région et entre les 2 villes où 10 matches de la Coupe du Monde se joueront. L'idée étant de garder les supporters sur le territoire durant la compétition.

Les Offices de Tourisme d'Aix-en-Provence, d'Antibes, de Toulon et du Luberon se sont joints à ces actions.

En complément, des actions de promotion, des accueils de presse et des campagnes de communication sont également en cours avec Atout France.

INFLUENCEURS/ JOUEURS RWC 2023

- Accueil de Bryan Habana ex joueur de Rugby Afrique du Sud à Marseille le 25 mai
- Accueil de Sam Ryan journaliste australien pour le rugby journal
- Rencontre à l'Ambassade de France à Pretoria Afrique du Sud avec 3 vainqueurs de la Coupe du Monde de Rugby 2017



A specific action plan for RWC 2023 has been set up with the CRT and the Nice Tourist Office in order to promote stays in our region and between the 2 cities where 10 games of the Rugby World Cup will be played. The idea being to keep the supporters on the territory during the competition.

The Tourist Offices of Aix-en-Provence, of Antibes, of Toulon and Luberon joined these actions.

In addition, promotional actions, press events and communication campaigns with Atout France are starting.

INFLUENCERS/ PLAYERS RWC 2023

- Bryan Habana former player of Rugby South Africa in Marseille on May 25
- Sam Ryan journalist australian rugby journal
- Meeting at the French Embassy in Pretoria South Africa with 3 winners of the Rugby World Cup 2017



PÔLE COMMUNICATION COMMUNICATION DEPARTMENT

L'Office de Tourisme a relancé ses campagnes de communication notamment l'hiver avec 2 belles campagnes qui ont boosté les réservations d'hôtels sur une période où le tourisme d'affaires fait défaut en semaine et le tourisme de loisirs sur le week-end.

Une incitation à découvrir Marseille en hiver, loin de la chaleur et du tumulte de l'été ...

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.

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 Tourist Office has relaunched its communication campaigns especially in winter with 2 beautiful campaigns that boosted bookings of hotels in a period when tourism business is lacking during the week and the leisure tourism on the weekend.

An incentive to discover Marseille in winter, far from the heat and tumult of the summer... 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 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.

LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION LOISIRS HIVER WINTER LEISURE ADVERTISING CAMPAIGNS

Campagne Voyage Privé hiver

6 ventes privées ont été négociées avec le site Voyage Privé pour mettre en avant des offres avec les hôtels marseillais de fin novembre 2021 à fin mars 2022. Des articles et posts sur le blog « **chéri fais tes valises** » ont aussi été publiés.

Les deux dernières ventes ont été reportées au mois d'octobre 2022 car dès avril, les hôtels étaient satisfaits de leur taux d'occupation.

Voyage Privé winter campaign

6 private sales were negotiated with the Voyage Privé website to promote offers with the hotels of Marseille at the end of the year from november 2021 to the end of March 2022. Articles and posts on the blog "chéri fais tes valises" have also been published.

The last two sales were postponed in October 2022, because as early as April, hotels were satisfied with their occupancy rate.

6
VENTES
RÉALISÉES

409
NUITÉES
VENDUES

49 512€ TTC
DE CHIFFRE D'AFFAIRE



Homepage du site Voyage Privé

Campagne Expedia

De fin novembre 2021 à fin mars 2022, l'Office de Tourisme a investi dans une campagne hiver loisirs, destinée à remplir les hôtels marseillais sur les ailes de saison, avec le groupe Expedia (site Expedia & hotels.com).

Expedia Campaign

From the end of November 2021 to the end of March 2022, the Board of Tourist office has invested in a campaign winter leisure, intended to fill the hotels on the wings of the season, with the expedia group (Expedia website & hotels. com).

+ DE 4,5 MILLIONS
D'IMPRESSIONS

25,3
ROI

4632

100€

NUITÉES TICKET MOYEN/ NUIT

LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION PRINTEMPS SPRING LEISURE ADVERTISING CAMPAIGNS

On a Tous Besoin du Sud

Pour la 3^{ème} année, le CRT et ses partenaires mutualisent un plan de relance ambitieux au national.

- **3 cibles**: Femmes, jeunes couples urbains, jeunes seniors
- **Quand** : de mars à fin mai
- **Objectifs** : 2/3 notoriété 1/3 conversion

• **Le monde.fr**:
2 articles + Post FB + bannières + habillage de site. 46 millions d'impression délivrées au global et 106 000 visite sur le site campagne.

• **Pack TV : TF1 / TMC / LCI**
16 spots vus par 2 millions de téléspectateurs du 2 au 15 avril pour Marseille, et 150 pour au global soit 30% de couverture CSP+ 28 millions de contacts

• **Hotels.com**:
2,8 millions de CA
23 600 nuitées attribuées à la campagne sur 154 000 nuitées vendues sur la période

On a Tous Besoin du Sud

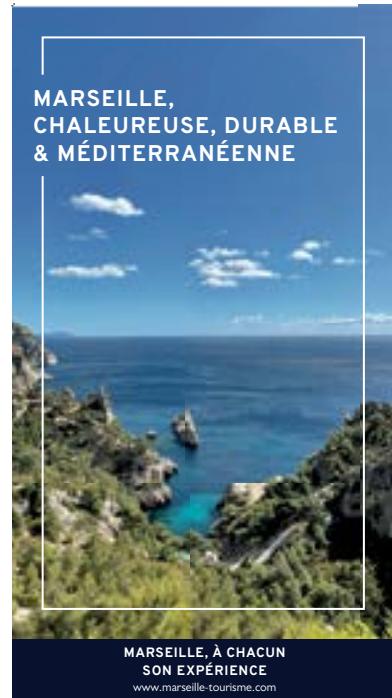
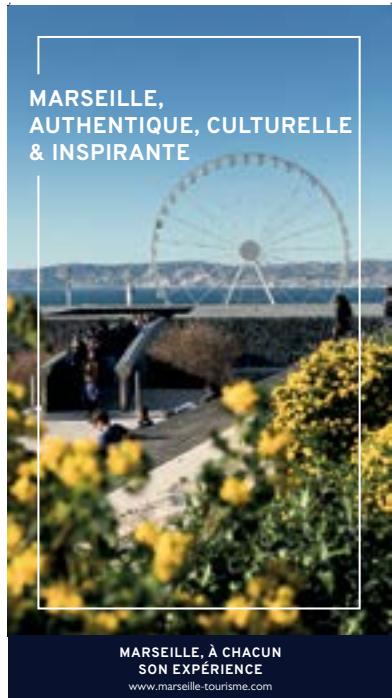
For the 3rd year, the CRT and its partners share an ambitious stimulus plan

- **3 targets**: Women, young urban couples, young seniors
- **When**: March to end of May
- **Objectives**: 2/3 awareness 1/3 conversion

• **Le monde.fr**:
2 articles + FB Post + banners + website branding. 46 million prints delivered globally and 106,000 visits to the campaign site.

• **TV Pack : TF1 / TMC / LCI**
16 spots seen by 2 million viewers from April 2 to 15 for Marseille, and 150 for overall, i.e. 30% of CSP+ coverage 28 millions of contacts

• **Hotels.com**:
2.8 million in sales
23,600 nights attributed to the campaign on 154,000 overnight stays sold over the period



ENSEMBLE DE LA CAMPAGNE



LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES MICE
MICE ADVERTISING CAMPAIGNS

La communication MICE a été renforcée dès fin octobre pour l'organisation de séminaires en fin d'année. En effet, les carnets de commande sur septembre - octobre 2022 étaient déjà bien remplis avec de très beaux événements comme le congrès des notaires ou des séminaires de rentrée.

2 prises de parole importantes en France :

• **Cnews :**

Du 31/10 au 13/11 : 50 spots de 20" sur différentes tranches horaires réparties sur la matinale / midi / Soir

• **BFM :**

Emission #décryptage sur BFM Business diffusion le 26/10 et en replay ensuite. Reste un an sur le site. Audience 180 000 vues

https://www.bfmtv.com/economie/replay-emissions/hashtag-decryptage/tourisme-d-affaires-marseille-et-aix-en-provence-deux-villes-gagnantes_AB-202210260026.html

Et via **dailymotion** sur des sites éco, business, généralistes

France : 357 000 vidéos lancées sur IDF, AURA, HDF et PACA

- **73,3%** de taux de compléion

- 0,49% de taux de clic

The MICE communication was reinforced starting in the end of October for the organisation of seminars at the end of the year. Indeed, the orders notebooks of September - October 2022 were already well filled with very beautiful events such as the congress of notaries or back-to-school seminars.

2 important speeches in France:

• **Cnews:**

From 31/10 to 13/11: 50 spots of 20" on different time slots distributed over the morning / midday / evening

• **BFM:**

Issue#decryption on BFM Business broadcast on 26/10 and in replay afterwards. Stays one year on the site. Hearing 180,000 views

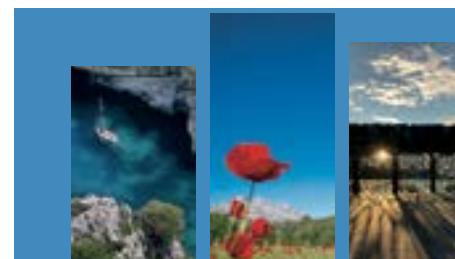
https://www.bfmtv.com/economie/replay-emissions/hashtag-decryptage/tourisme-d'affaires-marseille-et-aix-en-provence-deux-villes-gagnantes_AB-202210260026.html

And via **dailymotion** on eco, business, generalists websites

France: 357,000 videos uploaded on IDF, AURA, HDF and PACA

- **73.3%** completion rate

- 0.49% click-through rate



AIX-MARSEILLE PROVENCE
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE
ÉVÉNEMENT



LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES MICE EUROPE
MICE EUROPE ADVERTISING CAMPAIGNS

via dailymotion, sur des sites éco, business et généralistes. Du 15/10 au 31/10

ITALIE/ITALY



Vidéos lancées - video played
370



Taux de compléTION - completion rate
79%



Taux de clic - click rate
1,39%

BELGIQUE/BELGIUM



Vidéos lancées - video played
312 500

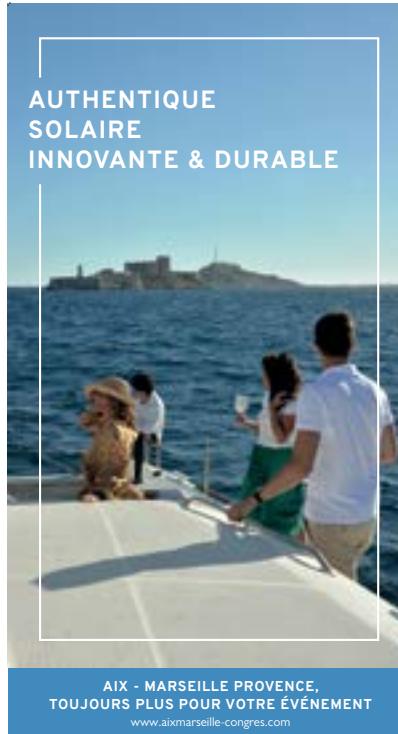


Taux de compléTION - completion rate
72%



Taux de clic - click rate
0,65%

IDENTITÉ MICE
MICE GRAPHIC IDENTITY



AIX - MARSEILLE PROVENCE,
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE ÉVÉNEMENT
www.aixmarseille-congres.com



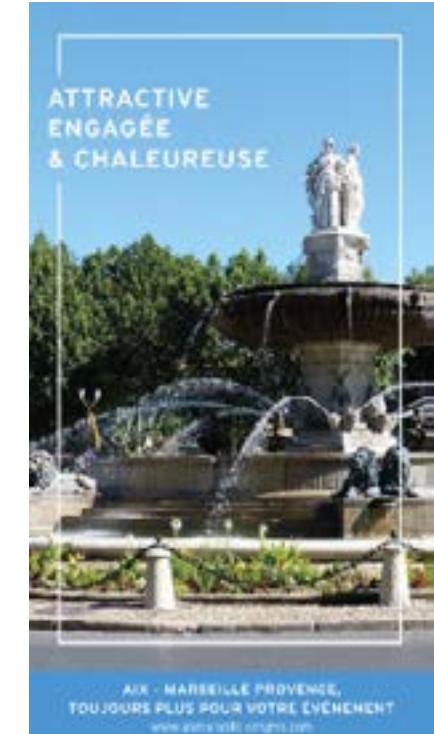
ENSEMBLE DE LA CAMPAGNE



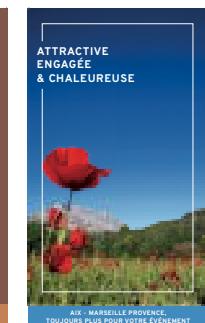
AIX - MARSEILLE PROVENCE,
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE ÉVÉNEMENT
www.aixmarseille-congres.com



AIX - MARSEILLE PROVENCE,
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE ÉVÉNEMENT
www.aixmarseille-congres.com



AIX - MARSEILLE PROVENCE,
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE ÉVÉNEMENT
www.aixmarseille-congres.com



AIX - MARSEILLE PROVENCE,
TOUJOURS PLUS POUR VOTRE ÉVÉNEMENT
www.aixmarseille-congres.com

Campagne « Noël en Provence »

Fort de la campagne « Marseille en Capitale » durant l'été 2020, l'Office de Tourisme s'est associé au contrat de destination Provence pour participer à une opération hiver « Noël en Provence » du 9 novembre au 31 décembre 2022.

La cible : des Parisiens, CSP+, susceptibles de se déplacer en week-end à Marseille et en Provence.

Campagne à 360° mais visibilité supplémentaire pour Marseille

- vitrine dédiée rue des Archives
- Mise en avant de l'opération via une newsletter dédiée
- Mise en avant de Marseille sur les RS via des jeux-concours : réels de la destination + week-ends à gagner dans les hôtels 4 et 5 étoiles de Marseille
- Mise en avant de Marseille le 4 décembre au BHV lors de la loterie : lots donnés par les artisans et hôtels marseillais
- Mise en avant de Marseille lors d'animations culinaires et artistiques : Atelier santons Carbonel le 4/12, Guillaume Sourrieu le 27/11 et Lionel Lévy le 7/12
- Double page dans catalogue de Noël

"Christmas in Provence" campaign

Strength of the "Marseille en Capitale" campaign during the summer of 2020, the Tourist Office became partners with the contract of destination Provence to participate in a winter operation « Christmas in Provence » from 9 November to 31 December 2022.

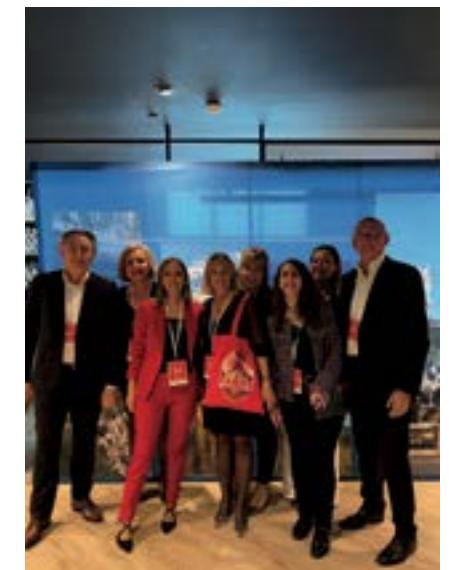
The target: Parisians, CSP+, susceptible to travel to Marseille for the weekend and in Provence.

360° Campaign but additional visibility for Marseille

- Window dedicated to Rue des Archives
- Promotion of the operation via a dedicated newsletter
- Promoting Marseille on the social medias via games-contests: reals of the destination + weekends to win in 4 or 5 stars hotels of Marseille
- Focus on Marseille on 4 December at the BHV during the lottery: lots given by the artisans and hotels in Marseille
- Promoting Marseille during artistic and culinary animations: Atelier santons Carbonel on 4/12, Guillaume Sourrieu on 27/11 and Lionel Lévy on 7/12
- Double page in Christmas catalogue

Chiffres clés

- 1688 885 entrées au magasin de Rivoli et 463 986 entrées à Parly2 sur la période
- Un CA à l'indice 114/H19 à Rivoli et à l'indice 113,7/H19 à Parly 2 sur période
- 51 marques provençales mises à l'honneur
- 194 515 € de CA HT sur l'Agora
- 1 catalogue diffusé en 30 000 exemplaires et plan média d'envergure à Paris en affichage (892 faces)
- 3,9 M de personnes touchées sur les réseaux sociaux
- 400K de reach sur les stories
- 192 contenus réalisés par des influenceurs et 9,2K de reach
- 141 retombées presse, 41 M de contacts touchés, 5,1 M € d'équivalent publicitaire
- 1 mailing print, envoyé à 115K clients, 6 newsletters liées à l'opération envoyées en moyenne à 170 K clients ciblés avec 41,3% de taux d'ouverture moyen.

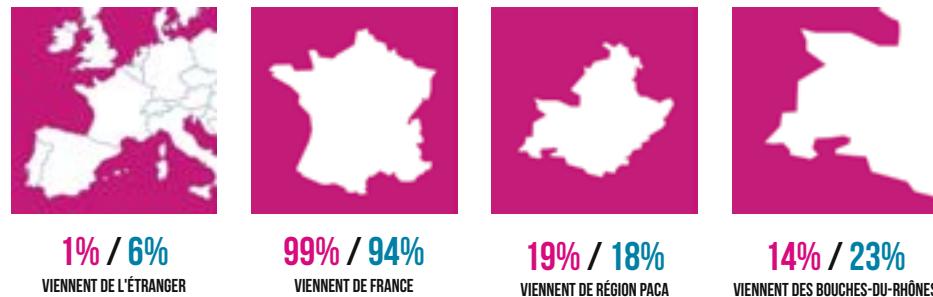


LES OPERATIONS DE COMMUNICATION : POP IN THE CITY - MARSEILLE
COMMUNICATION CAMPAIGN : POP IN THE CITY - MARSEILLE

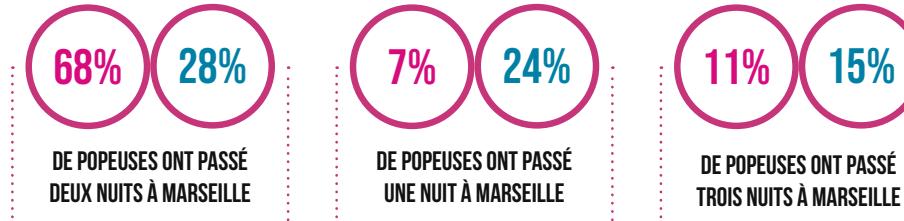
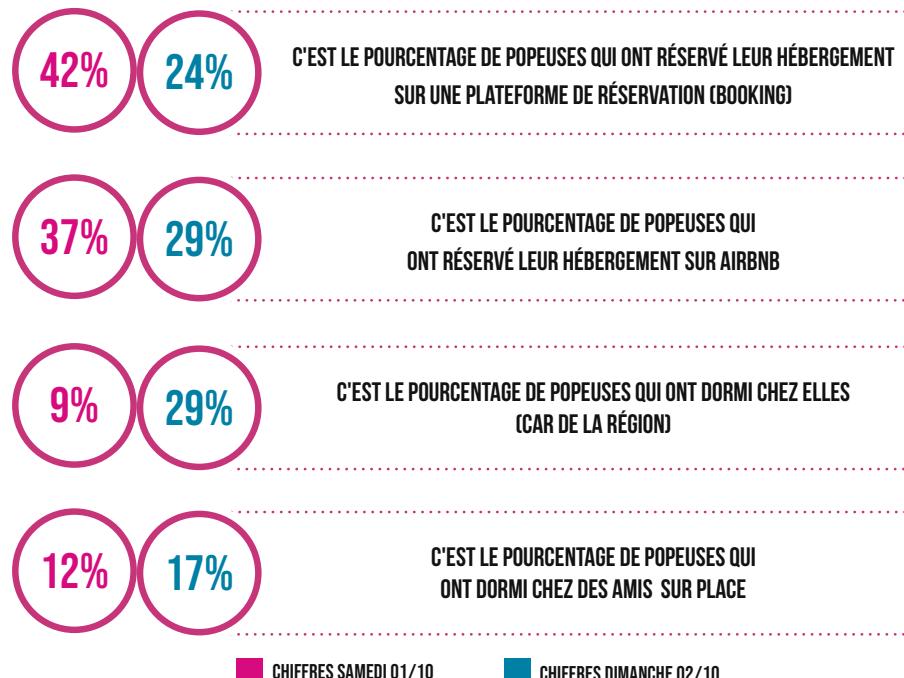
POP IN MARSEILLE / 36 ET 37 E EDITION DE POP IN THE CITY



PROFIL DES PARTICIPANTES - PROVENANCE



LES PARTICIPANTES - RETOMBÉES ÉCONOMIQUES



LES RELATIONS PRESSE PRESS RELATIONS

Les journalistes ont repris le chemin des reportages et sont revenus à Marseille dès le printemps 2022.

Bonne reprise des accueils à l'international, on dépasse même les chiffres de 2019 !

En Europe, retour des italiens qui restaient frileux traumatisés par la pandémie ainsi que les anglais paralysés par le Brexit.

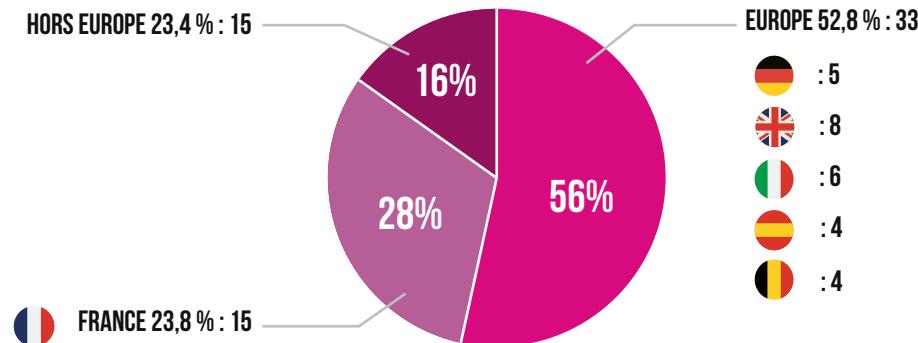
Le Japon revient sous l'angle rugby mais aussi générique avec le reportage de NHK (TF1 Japonais) ainsi que les australiens et sud-africains pour le même motif du ballon ovale.

The journalists have returned to Marseille as soon as spring 2022.

Good resumption of the receptions at the international level, we even surpass the figures of 2019 !

In Europe, return of the Italians who remained traumatized by the pandemic as well as the English paralysed by Brexit.

Japan returns from the rugby angle but also generic with the NHK report (TF1 Japanese) as well as Australians and South Africans for the same oval ball motivations.



QUELQUES MÉDIAS ACCUEILLIS

Figaro Hors série, France Today, TV Monde, art et décoration, France 3, le Monde, le Parisien, Version Femina...

3 THÉMATIQUES RECHERCHÉES

- Cosquer
- City break à Marseille
- Gastronomie

Un voyage de presse MICE le 14/15 juin avec 5 supports professionnels afin de présenter les nouveautés (Cosquer, Châteauform', Ciel, Maison du Monde..)

• Meet and Travel Mag • Tendance Nomad • Stratégies • French Touch • Voyages & Stratégies

LES WORKSHOPS PRESSE PRESS WORKSHOPS

Après des workshops presse en digital en 2021, les déplacements à la rencontre des journalistes sur nos marchés prioritaires ont repris dès janvier 2022.

Ces workshops presse donnent très souvent lieu à des accueils à Marseille permettant de découvrir la destination et de générer des retombées presse.



ITALIE : 26-27 JANVIER / 15 JOURNALISTES RENCONTRÉS À LA SOIREE À MILAN ET 16 RENDEZ-VOUS EN VISIO AVEC ROME DEPUIS MILAN EN PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE.

ITALY : 26-27 JANUARY / 15 JOURNALISTS AT THE MILAN EVENT AND 16 MEETINGS VIA VIDEOCONFERENCE WITH ROME. SINCE THEN, MILAN IS PARTN WITH ATOUT FRANCE.



IMM LONDRES : 14-15 MARS / 38 JOURNALISTES : 26 PRESSE ÉCRITE ET 12 INFLUENCEURS

IMM LONDON : 14 AND 15 MARCH/ 38 JOURNALISTS : 26 WRITTEN PRESS AND 12 CONTENT CREATORS



BELGIQUE : 17 MARS / ENVIRON 10 PRESSE ÉCRITE / 10 INFLUENCEURS À BRUXELLES

BELGIUM : 17 MARCH / 10 WRITTEN PRESS AND 10 CONTENT CREATORS.



ALLEMAGNE : AVEC LE CRT EN VISIO, 6 JOURNALISTES POUR MARSEILLE

GERMANY : WITH CRT VIA VIDEOCONFERENCE AND 6 JOURNALISTS FOR MARSEILLE



ESPAGNE : CHOIX D'UNE NEWS PRESSE (700 CONTACTS)

SPAIN : NEWS PRESS CHOICE (700CONTACTS)



USA, À NYC : LE 20 OCTOBRE, 15 JOURNALISTES RENCONTRÉS

US IN NYC : 20 OCTOBER, 15 JOURNALISTS MET

LES ACCUEILS D'INFLUENCEURS INFLUENCERS RECEPTION

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.



18
FÉVRIER

DÉCOUVERTE DE MARSEILLE POUR LES 20 INFLUENCEURS DE LA JAPAN EXPO SUD, VISITE DE NUIT DE NOTRE-DAME DE LA GARDE, COLORBÙS ET APÉRITIF SUR LE ROOFTOP DES RÉFORMÉS. LE TOUT FILMÉ EN LIVE PAR PLUSIEURS STREAMERS TWITCH.

22
MARS

VISITE DE CHÂTEAUFORT POUR 16 INFLUENCEURS LOCAUX. UN SUCCÈS AVEC BEAUCOUP D'ARTICLES ET DE POSTS POUR CE NOUVEAU LIEU ÉVÉNEMENTIEL.

07
JUIN

ÉVÉNEMENT AVEC 5 INFLUENCEURS LOCAUX AU DANTES SKYLOUNGE POUR LA CRÉATION DE COCKTAILS PERSONNALISÉS POUR LA CARTE ÉTÉ DU BAR.

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 CONFERENCES DE PRESSE & COMMUNIQUES PRESS CONFERENCES AND PRESS RELEASES

5 conférences de presse ont été organisées en 2022 par le service presse de l'Office de Tourisme
In 2022, 5 press conferences have been organised by the press department of the Tourist office and convention bureau.

05
AVRIL

LANCÉMENT DE LA SAISON AU SILO : 8 JOURNALISTES
SILO SEASON LAUNCH : 8 JOURNALISTS

03
MAI

CONFÉRENCE DE PRESSE POUR LA RWC 2023 - 18 JOURNALISTES
PRESS CONFERENCE FOR RWC 2023 : 18 JOURNALISTS

11
JUILLET

DISPOSITIF HORS LES MURS SAISON 2022 - 11 JOURNALISTES
OUTDOOR FACILITY SEASON 2022 : 11 JOURNALISTS

15
SEPT.

BILAN SAISON 2022 – 13 JOURNALISTES
SEASON'S SUMMARY : 13 JOURNALISTS

29
NOV.

NOËL À MARSEILLE - 12 JOURNALISTES
CHRISTMAS IN MARSEILLE : 12 JOURNALISTS



Environ une douzaine de communiqués de presse et newsletters sont envoyées par an à la presse locale et nationale traitant de sujets divers : tourisme durable (clé verte, éco-table, emploi...), activités et visites, axes stratégiques, actualités ... :

Animation de l'espace presse avec inspirations et dossiers de presse en ligne :

<https://www.marseille-tourisme.com/espace-presse/>

About a dozen press releases and newsletters are sent by to the local and national press dealing with miscellaneous issues: sustainable tourism (green key, eco-table, employment...), activities and visits, strategies, news ...:

Strategic axes of the press area with inspirations and press kits online:

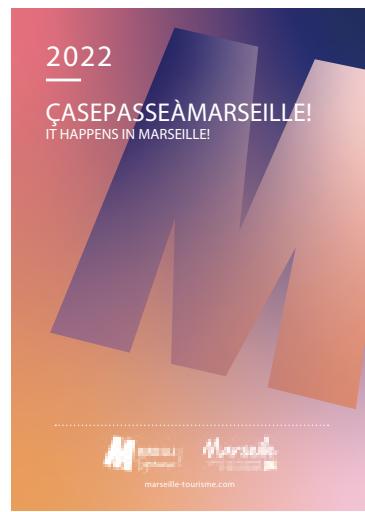
<https://www.marseille-tourisme.com/espace-presse/>

LES ÉDITIONS PUBLICATIONS

Dans une démarche de développement durable, nous avons privilégié la mise à jour des documents en pdf en ligne et avons écoulé les stocks de documentation.



With sustainable development in mind we chose to update these documents online in pdf format, and we have distributed all documentation.



- 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 et concours sur :



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

VIDÉOS
VIDÉOS

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

- 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 and contests on:

13
vidéos

CRÉATION DU FILM MICE



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

VIDÉO YOUTUBE



https://www.youtube.com/watch?v=sc88xi3QSNM&list=PLmKy2oDKIAikuZR7Yz6VC_HOBujI_CZ54

LES PROJETS CULTURELS ET URBAINS
CULTURAL AND URBAN PROJECTS

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

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

LES ÉVÉNEMENTS : FORUM EMPLOI TOURISME EVENTS : EMPLOYMENT AND TOURISM FORUM

Objectif :

mettre en relation les professionnels du Tourisme (hôteliers, restaurateurs, prestataires d'activités touristiques et culturelles, agences réceptives, OT) avec des étudiants des filières Tourisme.

Les acteurs :

plus de 400 pros contactés ; 43 ont souhaité participer.

14 établissements d'enseignements (BTS Tourisme, Bachelor, Master... école et lycée hôteliers, CFA...)

Le format : de 8h à 18h

Job dating avec prises de rdv sur la plateforme Evenbrite (près de 800 rdv possibles)

Bilan :

participer au Forum a été une belle expérience selon plusieurs pros. Ils ont apprécié l'accueil, l'organisation, le lieu et globalement le format.

Le format pourrait être revu sur une 1/2 journée.

La date : de préférence courant février
Entre 35 et 40 candidats ont été recrutés.

Goal :

to bring together tourism professionals (hotels, restaurants, touristic and cultural activities, incoming agencies, tourist offices) with students in tourism studies.

Actors :

over 400 professionals reached; 43 with a positive answer.

14 educational establishments (Tourism BTS, Bachelor's, Master's, schools and hospitality high schools, CFA...)

Format: 8am to 6pm

Job dating with appointments made on the Evenbrite platform (almost 800 appointments available)

Outcome :

taking part in the Forum was a great experience according to several pros. They appreciated the welcome, the organisation, the venue and the overall format.

The format could be changed to a half day.

The date: preferably in February
Between 35 and 40 candidates were recruited.



LES ÉVÉNEMENTS : LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE EVENTS : THE EUROPEAN HERITAGE DAYS

Édition 2022 :

Sur le thème du patrimoine durable et du mariage

Missions de l'Office de Tourisme

: solliciter et fédérer près de 250 structures participantes (culturelles, cultuelles, associatives...) ; envoyer et assurer le suivi du formulaire de participation ; relations avec tous les participants

Programme :

établissement du programme général par arrondissement complété d'un programme spécifique de 62 visites guidées conduites par les guides de l'Office.

A cet événement, collaborent 4 établissements d'enseignement (étudiants en BTS et Master Tourisme formés par l'OT) permettant l'ouverture de 3 sites majeurs : l'Hôtel de Ville, la Cité radieuse et la Vieille Major.

Édition du programme par la Ville : 7 000 exemplaires

Bilan : 70 000 personnes sur tous les sites dont 7 000 sur les visites proposées par l'OT dont l'Hôtel de Ville et la Cité radieuse, près de 2 000 personnes accueillies et renseignées à l'accueil de l'Office de Tourisme.



The theme was the sustainable heritage

Mission of the Tourist Office to solicit and unite nearly 250 participating structures (cultural, religious, associative...) ; send out and follow up participation form; relations with all participants

Program: preparation of the general program for each district supplemented by a specific program of 62 guided tours led by guides. 4 educational establishments (students and Master of Tourism students trained by the Tourist Office) allowing the opening of 3 major sites: Hôtel de Ville, Cité radieuse and Vieille Major.
Publication of the program by the City: 7,000 copies

Outcome: 70,000 people visited all sites including 7,000 on tours offered by including Hôtel de Ville and Cité Radieuse, nearly 2,000 people welcomed and at the Tourist Office reception desk.

LES ÉVÉNEMENTS : LANCEMENT DE SAISON BTOB EVENTS : BTOB SEASON LAUNCH

Pour réunir les professionnels du tourisme en ce début de saison, l'Office de Tourisme a misé sur le CEPAC Silo avec un quizz organisé par Isy Provence, puis une conférence avec différents intervenants, institutionnels comme professionnels ou organisateurs de grands événements (Rugby, JO...) suivie d'un cocktail dinatoire;

Un agenda des actualités de l'année a été remis aux professionnels à cette occasion.

250 professionnels ont répondu présents à ce rdv, reporté depuis 2 ans.

Lancement de saison BTOB : 5 avril 2022



To reunite tourism professionals in the start of the season, the Tourist Office bet on the CEPAC Silo with a Quizz organized by Isy Provence, then a conference with diverse stakeholders, institutionals and professionnals or event organizers, followed by a cocktail.

A agenda on the year's actualities has been hand out to the professionals at this occasion.

250 pros attended this meeting, postponed for 2 years

The launch was on April 5, 2022

LES ÉVÉNEMENTS : LE LANCEMENT DE SAISON BTOC EVENTS : BTBC SEASON LAUNCH

En complément du lancement de saison BtoB, l'Office de Tourisme s'est donné un challenge ambitieux, lancer également sa saison auprès du grand public. 1000 places offertes aux marseillais et aux touristes durant la semaine du 11 au 17 avril.

Le but ? Faire découvrir **Marseille Expérience** - Touristic and cultural marketplace de prestations touristiques et culturelles - aux marseillais, touristes et locaux.

L'opération a eu un succès dépassant toutes les attentes puisque les activités ont été complètes en quelques jours. Malheureusement beaucoup de « no show », ce qui montre que la gratuité n'est pas toujours la meilleure solution.

Grand succès également pour l'opération avec l'association Clean My Calanques : près de 550 kg de déchet ramassés et plus de 150 participants !



To complement the BtoB season launch, the tourist office has ambitious challenges : to also launch its season toward the public. 1000 places were offered to the Marseille citizen and tourists during the week of April 11 to 17.

The goal ? To discover **Marseille Expérience** - Touristic and cultural marketplace de prestations touristiques et culturelles - for the marseille citizens, tourists and locals. The operation was a success surpassing all expectations thanks to the activities completed in just a few days. Unfortunately, a lot of no shows, which shows that free animations are not the key.

Also a big success for the Clean My Calanques association's operation : almost 550 kg of litter were picked up and more than 150 participants.



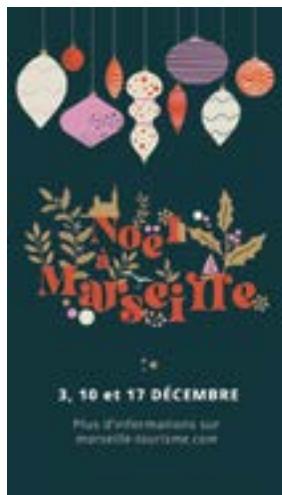
LES ÉVÉNEMENTS : NOËL A MARSEILLE CHRISTMAS IN MARSEILLE

Les partenaires : Marseille Centre, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, le Groupement des Boulanger des Bouches-du-Rhône et la mairie des 1/7

Les temps forts :

- Samedi 3 décembre : vente de blé de l'Espérance à l'accueil de l'Office, et visite guidée sur le thème de Noël et des 13 desserts
- Samedi 10 décembre (vente solidaire d'une pompe à l'huile géante avec les boulanger participants sur la Canebière. Près de 1400€ ont été récoltés au profit de l'association Sourire à la Vie
- Samedi 17 décembre à l'accueil de l'Office, vente des Crapauds marseillais, sculptures de l'artiste Alain Paris et dédicace de l'ouvrage consacré à la Grotte Cosquer par son auteur, Pedro Lima.

L'ambiance musicale des 3 et 10 décembre a été assurée par la Pena del Fuego. 88 personnes ont suivi les 3 visites guidées gratuites sur le thème des traditions de Noël et des 13 desserts organisées par l'Office de Tourisme et des Congrès bravant la pluie et le vent!



Partners : Marseille Centre, the Chambre de Métiers et de l'Artisanat, the Groupement des Boulanger des Bouches-du-Rhône and the 1&7th district City Hall.

Highlights :

Saturday, 3 December : Hope wheat grain sale at the front desk, guided tours on the theme of Christmas and the 13 deserts. Saturday, 10 December : solidarity sale (giant pompe à l'huile with all the bakers partners) on the Canebière. More than 1400€ were harvested toward the association "Sourire à la vie" Saturday, 17 December at the front desk, Marseille Toads sale, sculptures by artist Alain Paris and book sign for the piece dedicated to the Grotte Cosquer by its writer Pedro Lima.

The music for the 3 and 10 December was assured by Pena del Fuego. 88 personnes participated in the 3 free guided tours the the theme of Christmas Traditions organized by the Tourist Office and Convention Bureau against the rain and the wind !

LABELS ET CONVENTIONS LABELS AND 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 s'est déroulé sur les vacances d'été et d'automne 2022 et le label a été renouvelé en janvier 2023 pour 3 ans.

• Sur les pas de Marie-Madelaine en lien avec le CRT/ 3 étapes à Marseille à l'Estaque, les Aygalades et Saint-Victor. 222 km entre les Saintes Maries de la Mer et Saint Maximin.

• Conventions :

- Convention avec le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement (usage de l'appartement 643 à la Cité radieuse) pour les visites de scolaires organisées par le CAUE

- Convention pour 3 ans avec la copropriété de la Cité radieuse jusqu'à octobre 2024.

- Convention avec Notre-Dame de la Garde pour la gestion des visites guidées : signature prévue septembre 2023

• Family Plus: The renewal audit every 3 years) initially scheduled for 2021 has been postponed, due to the health situation. Postponed to 2022 with the agreement of the Committee. The audit took place over the summer and autumn vacations of 2022, and the label was renewed in January 2023 for 3 years.

• On the steps of Mary Magdalena partenring with the CRT. 3 stops in Marseille, Estaque, Aygalades and Saint-Victor. 222Km between Sainte Maries de la Mer and Saint Maximin

• Conventions :

- With the Architecture, Urbanism and Environmental Council, (Use of the Appartement 643 at the Cité Radieuse) for the scholars visites organized by the CAUE

- 3 year convention with the copropriety of the Cité radieuse until 3 October 2024

- Convention with Notre-Dame de la Garde pour the guided tour organization: Signature planned for september 2023



© E.LAMY - OTCM

INDUSTRIE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES (IRP)

PROFESSIONAL CONFERENCES AND MEETINGS

UNE ANNÉE HISTORIQUE
A HISTORIC YEAR

BUREAU MÉTROPOLITAIN DES CONGRÈS AIX-MARSEILLE PROVENCE AIX-MARSEILLE PROVENCE CONVENTION BUREAU

Un début d'année très calme sur le MICE en raison du télétravail imposé en janvier et peu propice aux déplacements des sociétés ou agences pour l'organisation de séminaires et de conventions. Le congrès a repris fin janvier avec High Tech cardio.

Mars a été très positif pour les hôteliers, les lieux événementiels et les centres de congrès.

Les mois de mai et juin ont été quasi complets. Le manque de disponibilité sur mai, juin et septembre-octobre notamment pour le MICE a généré beaucoup de refus. Au moins 10 très beaux dossiers de plus de 500 pax ont été perdus.

Record historique !

De manière globale pour toute la filière, l'année a été très positive mais il y eu beaucoup de « last minute » dans les demandes et les contrats se sont signés difficilement dans les palais des congrès. Les traiteurs ont refusé des opérations par manque de personnel. Une reprise dès fin août avec les séminaires de rentrée.

Septembre & octobre ont été très chargés suite aussi à des reports et des nouveaux projets confirmés. 11 congrès de plus de 800 pax sur le dernier trimestre dont deux avec plus de 3000 participants : le congrès des Notaires de France et l'AFVAC (Vétérinaires d'animaux de compagnie).

A very quiet start to the MICE year due to the imposition of teleworking in January made companies or agencies's travel difficult in the organization of conventions. The congress resumed at the end of January with High Tech cardio.

March was very positive for hoteliers, event venues and convention centers. The months of May and June were fully booked. The lack of availability in May, June and September-October particularly for MICE, led to many many refusals. At least 10 over 500 pax deals were lost.

An all-time record!

Overall for the entire industry, the year was very positive, but there were a lot of "last minute" requests, and contracts were hard to sign at convention centers. Caterers turned down operations due to lack of personnel. A resumption at the end of August with seminars.

September & October were very busy with postponements and new confirmed projects. 11 conventions of over 800 pax in the last quarter, two with over 3,000 participants: the Notaires de France congress and the AFVAC (pet veterinarians).

Sur le MICE, reprise au niveau international : souhait des clients étrangers de refaire des événements en France et notre destination Aix-Marseille Provence est toujours très prisée. Nombreux dossiers confirmés avec la Belgique, le UK, les USA, et l'Allemagne.

Faute de disponibilité dans les hôtels, des événements ont été refusés... sur la fin d'année également. Une grosse activité sur le Mice a été constatée (60% de l'activité de notre cible affaires).

Total des retombées économiques directes et indirectes (hors salons) en 2022 : **457 millions d'€** dont 63 % en congrès et 37% en événements d'entreprises. **33% des retombées totales générées par une clientèle internationale.**

Sur les 1 153 manifestations : 285 (25%) sont des congrès, congrès expo, assemblées Générales, forums... et 1 027 (75%) des séminaires, conventions, incentive, lancements de produits....

On the MICE, international recovery : wish for foreign customers to hold events in France again, and our destination Aix-Marseille Provence is still very popular. Numerous contracts confirmed with Belgium, UK, USA, and Germany.

Due to lack of availability in hotels events were turned down... at the end of the year too. A high level of activity on Mice (60% of our business target).

Direct and indirect total of the economic impact (excluding trade shows) in 2022: **457million €** of which 63% from conventions and 37% in corporate events. **33% of total economic impact generated by international clientele.**

Of the 1,153 events: 285 (25%) were conventions, congress expo, general meetings, forums... and 1,027 (75%) were seminars, conventions, incentive, product launches....

2022

UNE ANNÉE HISTORIQUE AVEC +18% D'ÉVÉNEMENTS PAR RAPPORT À 2019
A HISTORIC YEAR WITH +18% COMPARED TO 2019

MANIFESTATIONS : 1 153

PARTICIPATION TOTALE : 197 452

JOURNÉES CONGRESSISTES : 565 885

IMPACT ÉCONOMIQUE TOTAL DIRECT : 91 417 850 €



PERSPECTIVES JUSQU'EN 2025 : PROSPECTS TO 2025

- Congrès ADN Tourisme – novembre 2023 – 800 pax
- Congrès Cellule d'Urgence Médico Psychologique du SAMU13 – 2023 – 500 pax
- Conférence « First CFATG/CEE joint meeting » 2024 – 300 pax
- Convention GIF – 2024 – décembre 2024 – 900 pax
- European College of Veterinary Ophthalmologists Conference 2024 500 pax
- European Physical Society Conference on High Energy Physics - EPS-HEP 2025– 1 000 pax
- Annual Conference of the Society for Neurobiology of Language – SNL – 700 pax
- Annual meeting of SETAC Europe – 2 600 pax
- Future Oceans – IMBeR Open Science Conferences - Imber 2025 – 900 pax

Le Congrès international ESMINT a été signé à Marseille pour 5 ans à partir de septembre 2023 – 1200 pax sur 3 jours.

Belles perspectives pour 2024 et 2025 avec 10 événements de plus de 1 000 personnes

(Journées Pratiques Respirations du Sommeil - JPRS OSPL, Annual International Congress of the European Society for Gynaecological Endoscopy, ...) et un de 6 000 pax Congrès National de l'Ordre des Experts Comptables et en 2025 : 5 congrès confirmés dont 4 de plus de 1 000 personnes.

- Congrès ADN Tourisme – novembre 2023 – 800 pax
- Congrès Cellule d'Urgence Médico Psychologique du SAMU13 – 2023 – 500 pax
- Conférence « First CFATG/CEE joint meeting » 2024 – 300 pax
- Convention GIF – 2024 – décembre 2024 – 900 pax
- European College of Veterinary Ophthalmologists Conference 2024 500 pax
- European Physical Society Conference on High Energy Physics - EPS-HEP 2025– 1 000 pax
- Annual Conference of the Society for Neurobiology of Language – SNL – 700 pax
- Annual meeting of SETAC Europe – 2 600 pax
- Future Oceans – IMBeR Open Science Conferences - Imber 2025 – 900 pax

The ESMINT International Convention has been signed in Marseille for 5 years starting in September 2023- 1200 pax over 3 days

nices perspectives for 2024 and 2025 with 10 events of more than 1 000 persons.

(Journées Pratiques Respirations du Sommeil - JPRS OSPL, Annual International Congress of the European Society for Gynaecological Endoscopy, ...) is one of the 6 000 pax National Convention od the Ordre des Experts Comptables. In 2025 : 5 conventions confirmed with 4 of more than 1 000 persons.

Congrès en prospection & options : (au 31/12/2022)

- 2023 : 22 en prospection & 17 en option
- 2024 - 2027 : 57 en prospection & 12 en option

Pôle MICE

En 2023-2024 : **50 dossiers en cours** dont 18 événements de plus de 400 personnes. **42 dossiers confirmés** dont 6 de plus de 400 personnes (aucun programme hôtelier recensé)
A noter une belle convention - Grand Litier 250 personnes sur 3 jours

EVOLUTION DU TOURISME D'AFFAIRES DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM

En 10 ans, le nombre d'événements à Marseille a été multiplié par 3,5 positionnant notre destination en 3ème position au classement ICCA pour l'accueil de congrès internationaux.

- Heavent Meetings à Cannes du 19 au 21 avril 2022.
24 rendez-vous et 13 projets identifiés
- IMEX America à La Vegas du 11 au 13 octobre 2022
14 contacts et 7 projets identifiés
- IBTM Barcelone du 29 novembre au 1er Décembre
73 contacts et 9 projets identifiés
- Salon Mice Place Méditerranée Marseille du 7 au 8 novembre
25 contacts et 4 projets identifiés
- Salon Business Events Marseille 4 octobre 2022
20 contacts et 7 projets identifiés

Convention in prospection and options :

- 2023 : 22 in prospection and 17 in option
- 2024-2027 : 57 in prospection and 12 in option

Pôle MICE

In 2023-2024 : 50 files in progress with 18 events of more than 400 persons.
42 files confirmed with 6 with more than 400 persons (no hospitality program listed)
to be noted : Grand Litier is a nice convention with 250 persons on 3 days

In 10 years, the number of events in marseille was multiplied by 3.5 positioning our destination in 3rd in the ICCA ratings for the welcoming of international conventions.

- Heavent Meetings in Cannes from 19 to 21 April 2022.
24 meetings and 13 projects identified.
- IMEX America in Las Vegas from 11 to 13 October 2022.
14 contacts and 7 projectes identified
- IBTM Barcelone from 29 november to 1 december
73 contacts and 9 projects identified
- Salon Mice Place Méditerranée Marseille from 7 to 8 November.
25 contacts and 4 projets identified
- Salon Business Events Marseille 4 October 2022
20 contacts and 7 projects identified

workshops & eductours

- **River X change** le 14 mars. Accueil de 39 clients américains et 35 fournisseurs internationaux au Club Pernod avec 6 partenaires dont le Château La Coste. Beaucoup ne connaissaient pas notre destination et l'ont découverte grâce aux CityPass offerts
- **SMU New York** du 14 au 16 mars 2022 – 24 contacts et 14 projets identifiés
- **Workshop Paris MICE** le 5 avril 2022 avec 5 partenaires - 13 contacts et projets identifiés
- **Roadshow Italie** à Rome et Milan du 20 au 21 avril 2022 – 18 contacts et 4 projets identifiés
- **Event Days Deauville** du 12 au 16 octobre - 20 contacts et 5 projets identifiés
- **Post Tour SBE Marseille** du 4 au 5 octobre 2022 - 12 contacts
- **Pré -Tour Mice Place Marseille** 5 au 6 novembre 2022 - 12 contacts et 3 projets identifiés
- **Learning Expedition Marseille** du 20 au 21 octobre 2022 - 8 contacts



EDUC TOUR MICE PLACE NOVEMBRE 2022©OTCM

workshops & eductours

- **River X change** on March 14. Welcoming 39 american clients and 35 internationals furnishers from the Club Pernod with 6 partners (Chateau La Coste being one of them)
Many didn't know our destination and discovered it through the free City Pass.
- **SMU New York** from 14 to 16 March 2022- 24 contacts and 14 projects identified.
- **Workshop Paris MICE** on April 5 2022 with 5 partners - 13 contacts and projects identified
- **Roadshow Italy** in Rome and Milan on 20-21 April 2022- 18 contacts and 4 projects identified
- **Event Days Deauville** from 12 to 16 october- 20 contacts and 5 projects identified
- **Post Tour SBR Marseille** from 4 to 5 October 2022- 12 contacts
- **Pré-Tour Mice Place Marseille** 5 and 6 November 2022-12 contacts and 3 projects identified
- **Learning Expedition Marseille** on 20 and 21 October 2022- 8 contacts

Soirée Networking Paris 17 novembre

Cette soirée s'est tenue au BHV Marais durant l'opération "Noël en Provence" permettant ainsi de mettre en avant Marseille et ses artisans au rdc du magasin. La soirée s'est déroulée aux tables perchées. Présence de 23 partenaires, 150 clients et environ une quinzaine de projets identifiés pour le Bureau des Congrès.

Les retours des partenaires sont très positifs et les invités rencontrés étaient de qualité.

Networking Evening Paris November 17

This evening was held at the BHV Marais during the "Noël en Provence" operation, showcasing Marseille and its artisans on the store's ground floor. The evening took place at the "tables perchées". 23 partners, 150 customers and around 15 projects identified for the Convention Bureau. Feedback from partners was very positive, and the guests we met were of a high quality.



SOIREE DE NOEL BUREAU DES CONGRES AIX-MARSEILLE PROVENCE©IGOR LUBINETSKY

PALAIS DU PHARO - CENTRE DE CONGRÈS PALAIS DU PHARO - CONFERENCE CENTER



UN PALAIS
QUI SURPLOMBE
LA MÉDITERRANÉE
POUR DES
MANIFESTATIONS
DE PRESTIGE

A CONFERENCE
CENTRE OVERLOOKING
THE MEDITERRANEAN
FOR PRESTIGIOUS
EVENTS

PALAIS DU PHARO © JO OMTCM

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 m²** 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 (entièrement rénové en 2019) et d'un plateau d'exposition de 1 800 m².

Plus d'informations :
palaisdupharo.marseille.fr

Sitting right at the entrance to the Old Port, the 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 m²** 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 m² exhibition stage.

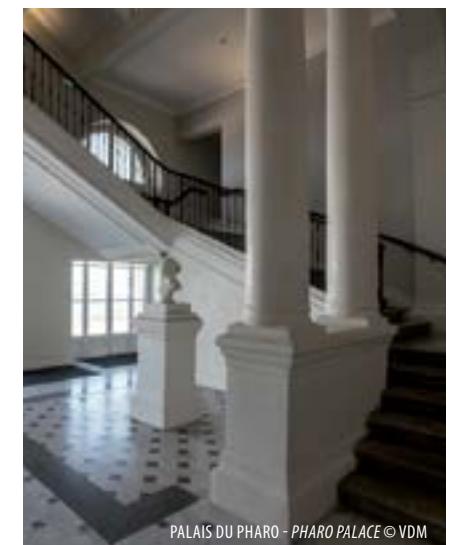
More information:
palaisdupharo.marseille.fr



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE © VDM



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE © VDM



PALAIS DU PHARO - PHARO PALACE © VDM

MARSEILLE CHANOT, PALAIS DES CONGRÈS ET DES EXPOSITIONS MARSEILLE CHANOT, EXHIBITION AND CONVENTION CENTER



© CAMILLE MOIRENC

UNE PARFAITE
MODULARITÉ
POUR PLUSIEURS
ÉVÉNEMENTS
SIMULTANÉS

THE PERFECT
SOLUTION
FOR SEVERAL
EVENTS
ALL AT THE SAME
TIME

Marseille Chanot, 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 m² de surfaces extérieures et 51 000 m² 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 m² au total, jusqu'à 10 000 personnes et un amphithéâtre de 1 600 à 3 200 places
- **Palais de la Méditerranée, Palais Phocéen et Grand Palais** : 27 000 m² 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 des tunnels et au reste du monde par une infrastructure internet à la pointe de la technologie. Le site dispose de 1 800 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 Evénements.

Plus d'informations: marseille-chanot.com

Marseille Chanot, hosts the greatest events that come to Marseille and the region.

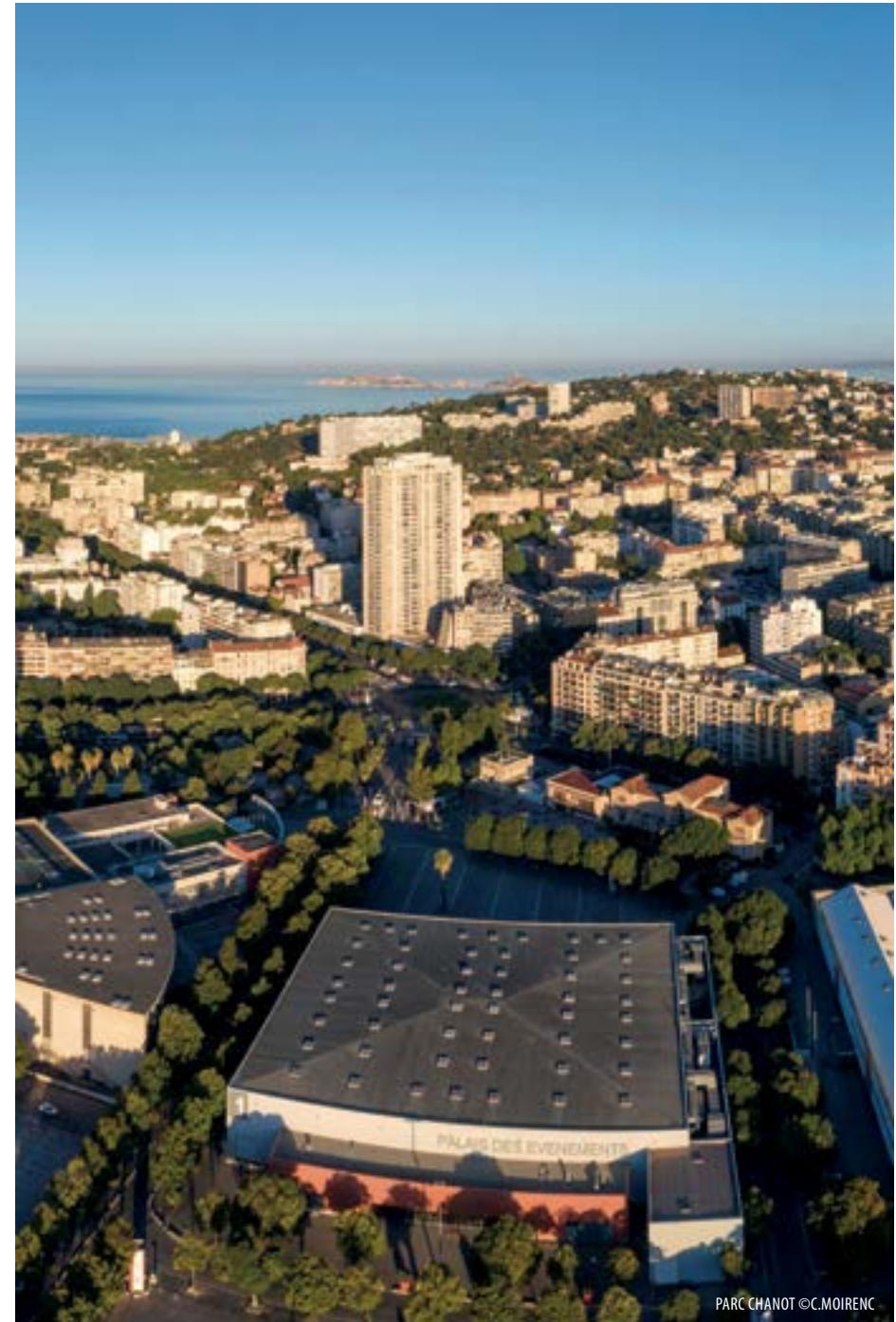
The total surface area of this secure venue is 17 hectares, with 102,000 m² of outdoor space and 51,000 m² indoors:

- **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 m² 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 m² 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.

More information: marseille-chanot.com



PARC CHANOT ©C.MOIRENC

WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE : CENTRE DE CONGRÈS & SÉMINAIRES WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE: CONFERENCE & SEMINAR CENTER



EN HYPER
CENTRE

IN THE INNER
CITY CENTRE

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 m² 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 m²
- 11 salles de réunion de 50 m² à 137 m²
- 1 foyer Agora sonorisé de 400 m² pour espace d'exposition et restauration debout
- 1 terrasse de 250 m²

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.

Plus d'informations / More information :
wtcmp.com

WORLD TRADE CENTER MARSEILLE PROVENCE SKY CENTER LA MARSEILLAISE



EN HAUTEUR
AU CŒUR
D'EUROMÉDITERRANÉE

HIGH ABOVE
THE HEART
OF EUROMÉDITERRANÉE
DISTRICT

LE SKY CENTER LA MARSEILLAISE © E. LAMY

The seminar and congress centre in the World Trade Center Marseille Provence, a 2-minute walk from the City Center Vieux-Port has 2,000m² 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 m² plenary room
- 11 x 50 m² to 137 m² meeting rooms
- 1 Agora meeting hall fitted with a sound system, measuring 400 m², with space for exhibitions and high bar tables
- 1 x 250 m² 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.

Conçue par l'architecte Jean Nouvel, la Tour La Marseillaise s'élève à plus de 130 mètres au-dessus du quartier Euroméditerranée. Au 30^{ème} et dernier étage, 900m² 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 160m²
- 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 30th 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.



LE SKY CENTER - © ORION

L'ENGAGEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS
THE TOURIST OFFICE AND CONVENTION BUREAU'S ENGAGEMENTS

Certification ISO 20121

Cette certification est une opportunité de repenser les fondamentaux de ses activités BtoB mais aussi son fonctionnement interne dans un objectif d'exemplarité et de limitation d'empreinte carbone.

Cette norme est pensée comme une démarche de progrès évolutive, ce qui permet de se projeter sur un plan d'action pluriannuel.

Elle est le fruit d'un travail collaboratif mené ces dernières années par l'ensemble des acteurs de la filière et l'Office de Tourisme, pour limiter l'impact environnemental tout en développant les effets bénéfiques du tourisme d'affaires et de loisirs au niveau économique et social.

Les nombreux points forts relevés dans l'organisation de l'OTCM lui ont permis d'obtenir cette certification exigeante pour son rôle d'organisateur et d'accueil de projets et évènements professionnels mais également pour sa mission de promotion de la destination.

L'Office de Tourisme œuvre, en effet, depuis plusieurs années, pour le développement d'un tourisme durable, respectueux et innovant. La norme ISO 20121 de renommée internationale est parue en juin 2012, juste avant les Jeux Olympiques de Londres.

Le Bureau Veritas a réalisé l'audit de certification de l'office en octobre 2021 pour un cycle de 3 ans réévalué chaque année. L'Office a été renouvelé dans sa certification en année 2.

Certification ISO 20121

This certification is an opportunity to rethink the fundamentals of its BtoB activities, as well as its internal operations with a view to setting an example and carbon footprint.

This standard is conceived as an evolutionary approach to progress, enabling us to project a multi-year action plan.

It is the result of a collaborative effort carried out over the last few years by all players in the industry and the Tourist Office, to limit the environmental impact while developing the beneficial effects of business and leisure tourism.

The many strengths of the the OTCM's organization have enabled it to obtain this demanding certification for its role in organizing and hosting of professional projects and events but also for the promotion of the destination.

For several years now, the Tourist Office has been working on the development of sustainable, respectful and innovative tourism. The ISO 20121 standard was published in June 2012, just before the London Olympic in London.

The Bureau Veritas conducted the audit certification in October 2021 for a 3-year cycle, re-evaluated annually. The Office's certification was renewed during year 2.



Labellisation DID – Destination Innovante et Durable

L'Office de Tourisme et des Congrès a obtenu le 6 avril 2022 la labellisation Destination Innovante Durable, en collaboration avec Marseille Chanot (Also Certified ISO 20121).

Pour Marseille et l'ensemble de sa filière, ce label est à la fois une formidable opportunité et un accélérateur de transformations. C'est aussi un argument décisif dans le choix de Marseille comme destination par notre clientèle.

Composé de 8 enjeux et 26 actions, ce nouveau référentiel s'adresse aux villes et métropoles qui, à l'échelle de leur territoire, veulent structurer leur action en faveur d'un tourisme durable, et amplifier les effets de leurs bonnes pratiques en associant, par voie de convention, les acteurs de la chaîne d'accueil et de service (lieux, événements, hôtels...).

Mobilité durable, achats responsables, préservation de la ressource, action anti-gaspillage (...). Il s'agit d'une démarche globale et volontariste à l'échelle d'une destination donnée, et qui résonne au niveau international puisque chaque organisme-pilote chargé d'animer et de développer le sujet localement doit être préalablement certifié ISO 20121 avant de s'engager dans la labellisation « Destination Innovante Durable ».



Inovative and Sustainable Destination - DID Label

The Tourist Office and Convention Bureau has gained the label on April 6 2022 in collaboration with Marseille Chanot (Also Certified ISO 20121)

For Marseille, this label is at the same time a great opportunity and also accelerate transformations. It's a decisive argument in the choice of Marseille as a destination for our clientele.

Comprising 8 challenges and 26 actions, this new set of guidelines is aimed at towns and cities that want to structure their action in favour of sustainable tourism, and to amplify the effects of their good practices by bringing together, through an agreement, the players in the reception and service chain (venues, events, hotels, etc.).

Sustainable mobility, responsible purchasing, resource conservation, anti-waste action (...). This is a global, proactive approach at the level of a given destination, and one that resonates at international level, since each pilot organisation responsible for promoting and developing the subject locally must first be ISO 20121 certified before committing to the "Innovative Sustainable Destination" label.

© SARAH SERGENT

Entrée au Conseil d'Administration d'ATD :

L'Association des Acteurs du Tourisme Durable fédère l'ensemble du secteur touristique et est le premier réseau professionnel national visant à faire évoluer l'ensemble du secteur vers des pratiques plus responsables, par la création de synergies et la valorisation de bonnes pratiques.

Premier réseau national multi métiers de plus de 260 professionnels engagés, ATD a pour missions de :

- Fédérer l'ensemble du secteur touristique et favoriser les synergies dans le sens du progrès durable.
- Informer les membres et plus largement les professionnels sur les bonnes pratiques, les outils, la réglementation, ...
- Promouvoir le tourisme durable, valoriser et récompenser les acteurs engagés et leurs initiatives
- Former les professionnels et futurs professionnels à la nécessité d'intégrer les enjeux du développement durable dans leur métier
- Représenter les acteurs du tourisme durable auprès de toutes les instances professionnelles, institutionnelles, des médias.



Joining the Board of Directors of ATD :

The association ATD Acteurs du Tourisme Durable federates the entire tourism sector and is the first national professional network aiming to move the entire sector towards more responsible practices, through the creation of synergies and the promotion of good practices.

ATD is the first national multi-trade network with more than 260 committed professionals, and its mission is to :

- Unite the entire tourism sector and encourage synergies in the direction of sustainable progress.
- Inform its members and more widely professionals about best practices, tools, regulations, etc.
- Promote sustainable tourism, and recognise and reward committed players and their initiatives.
- Train professionals and future professionals in the need to integrate sustainable development issues into their work
- To represent sustainable tourism players in dealings with professional and institutional bodies and the media.

LA MOBILISATION DES PROFESSIONNELS THE PROFESSIONNALS' MOBILISATION

Programme Clef Verte

En partenariat avec la ville de Marseille, l'Office de Tourisme et des Congrès, 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.

L'année 2022 a été marqué par l'entrée du Groupe ACCOR dans notre programme. Une première nationale puisque Marseille a été choisie comme « territoire test » pour le groupe qui pour la première fois expérimente une labellisation indépendante sur ces établissements jusqu'à lors couverts par un label interne au groupe Planète 21.

Ainsi, 13 hôtels du territoire de Marseille et 7 en région ont été labellisés au 1er janvier 2023. Fort de ce succès, l'objectif pour le Groupe, est d'atteindre 100% des hôtels Accor du territoire labelisés à horizon des JO 2024.

En 2022 :

- 32 établissements labellisés Clef Verte à Marseille : 14 renouvellements et 18 nouveaux labellisés
- + 136 % de progression en 1 an
- La cérémonie Clef Verte nationale de remise des diplômes s'est tenue le 17 janvier 2023 à Marseille.
- La Ville de Marseille se situe au premier rang national des grandes villes en proportion de son parc hôtelier (30% du parc hôtelier est labellisé et 70% d'entre eux sont des 4 et 5 étoiles)

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.

The year 2022 was marked by the ACCOR Group joining our programme.

This was a national first, as Marseille was chosen as a "test area" for the group, which for the first time was experimenting with independent labelling for its establishments, which until then had been covered by an internal Planète 21 group label.

By 1 January 2023, 13 hotels in the Marseille area and 7 in the region had been awarded the label. On the strength of this success, the Group's objective is to have 100% of Accor hotels in the area labelled by the 2024 Olympic Games.

In 2022 :

- 32 Clef Verte-labelled establishments in Marseille: 14 renewals and 18 new awards
- 136% increase in 1 year
- The national Clef Verte award ceremony was held on 17 January 2023 in Marseille.
- The city of Marseille ranks first nationally among large cities in terms of the proportion of its hotel stock (30% of the hotel stock has been awarded the label, and 70% of these are 4 and 5 star hotels).

Le programme Ecotable

Le programme d'accompagnement des restaurateurs à la labellisation Ecotable : une première année de lancement couronnée de succès avec 30 restaurants engagés dans le dispositif.

En prévision de l'accueil des JO 2024 dans la cité phocéenne, l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille, appuyé par la Région Sud, a souhaité répondre par l'action à l'ambition de positionner Marseille comme destination de tourisme durable.

Soutenir les restaurateurs de la cité phocéenne, à travers un programme d'accompagnement à la labellisation pour une offre de restauration durable.

Au-delà de l'obtention d'un label, l'inscription au programme est signe d'une volonté affichée de mettre en lumière une proposition culinaire durable et accessible à tous.



The Ecotable programme

The programme to help restaurant owners obtain the Ecotable label: a successful first year with 30 restaurants involved.

In anticipation of Marseille hosting the 2024 Olympic Games, the Tourist Office and convention bureau, with the support of the Southern Region, wanted to take action to position Marseille as a destination for sustainable tourism.

Supporting the city's restaurant owners through a programme to help them obtain the label for sustainable catering.

As well as obtaining a label, joining the programme is a sign of a clear desire to highlight a sustainable culinary offer that is accessible to all.



L'audit environnemental du label, basé sur 8 axes d'analyses (approvisionnement, santé, carte, déchets, ressources, communication, éthique et social, non alimentaire), a été conçu dans une optique de progression avec l'obtention de 1, 2, ou 3 macarons Ecotable.

Tous les restaurateurs peuvent candidater : de la sandwicherie au restaurant gastronomique ou étoilé en passant par le restaurant familial et traditionnel.

L'Office de Tourisme et des Congrès avec l'aide de la Région Sud accompagne financièrement et logistiquement les restaurateurs durant les 3 années d'engagement.

Le programme a débuté en avril 2022, sera déployé par session de 10 candidats jusqu'en 2024.

MARSEILLE, DESTINATION DURABLE : LA MISE EN VALEUR DE NOTRE DESTINATION MARSEILLE, SUSTAINABLE DESTINATION : THE ENHANCEMENT OF THE DESTINATION



Creation of dedicated "Sustainable Marseille sections on the Tourist Office and Convention website for visitors and professionals:

- Visitors:
<https://www.marseille-tourisme.com>

- Professionals:
[https://www.marseille-tourisme.com/
espace -professionnels/marseille-
innovante-et-durable/](https://www.marseille-tourisme.com/espace-professionnels/marseille-innovante-et-durable/)

- Specific offers, travel, accommodation, catering, retail and activities
- Best practices
- A diary of eco-responsible events
- Steps taken by the Tourist Office and Convention Bureau
- Creation of a Marseille Durable criterion to qualify sustainable offers on APIDAE, more than 150 criterion sheets by 2022

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	2022
CENTRE DE LA VIEILLE CHARITÉ MUSEUM OF MEDITERRANEAN ARCHAEOLOGY, MUSEUM OF AFRICAN-OCEANIA-AMERICAN INDIAN ARTS	206 281	108 726	105 187	151 656
MUSÉE D'HISTOIRE DE MARSEILLE THE MARSEILLE HISTORY MUSEUM	82 256	35 814	25 891	77 433
MUSÉE DES BEAUX ARTS (PALAIS LONGCHAMP)	52 564	29 301	28 680	64 637
MUSÉE CANTINI CANTINI MUSEUM	44 931	18 342	18 602	39 383
BORÉLY - MUSÉE DE LA FAÏENCE, DES ARTS DÉCORATIFS, DE LA MODE CERAMICS MUSEUM, DECORATIVE ARTS, FASHION	36 843	25 579	14 452	30 267
MUSÉUM D'HISTOIRE NATURELLE (PALAIS LONGCHAMP) MUSEUM OF NATURAL HISTORY PALAIS LONGCHAMP	36 739	25 703	53 875	127 458
MUSÉE GROBET-LABADIE MUSEUM GROBET-LABADIE	25 366	5 672	1 683	4 968
LE PRÉAU DES ACCOULES	18 247	6 058	5 908	19 889
MUSÉE DES DOCKS ROMAINS ROMAN DOCKS MUSEUM	13 298	1 777	426	7 556
MAC MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN MUSEUM OF CONTEMPORARY ART	6 599	2 971	2 701	2 787
MÉMORIAL DE LA MARSEILLAISE LA MARSEILLAISE MEMORIAL	4 467	1 128	1 254	2 924
MÉMORIAL DES DÉPORTATIONS DEPORTATIONS MEMORIAL	1 689	9 659	2 714	20 766
LA BUZINE VISITES CHÂTEAU - CASTLE VISITS - ENTRÉES CINÉMA - CINEMA TICKETS PURCHASED ENTRÉES SPECTACLES - THEATRE TICKETS PURCHASED :ATELIERS ARTISTIQUES - ART STUDIOS : PRIVATISATIONS	86 100	28 140	59 363	75 843
TOTAL GÉNÉRAL	538 410	272 211	263 375	553 810
CHÂTEAU D'IF	106 956*	28 871	41 752**	101 194
MUCEM MUSEUM OF EUROPEAN AND MEDITERRANEAN CIVILISATIONS	430 168	185 131	293 547	423 927
MUSÉE REGARDS DE PROVENCE THE REGARDS DE PROVENCE MUSEUM	45 708	17 932	12 519	35 706

*EXPOSITION IN PARTNERSHIP WITH THE MUCEM BASED ON THE THEME OF ISLAND TIME ARTIST DAVID RENAUD WAS GIVEN CARTE BLANCHE FOR THIS EXHIBITION

**EXPOSITION IN PARTNERSHIP WITH THE MUCEM BASED ON THE THEME OF ISLAND TIME ARTIST DAVID RENAUD WAS GIVEN CARTE BLANCHE FOR THIS EXHIBITION



CHÂTEAU D'IF VUE AÉRIENNE © LAMY OTCM



LA BUZINE © OTCM

LE PARC NATIONAL DES CALANQUES

THE CALANQUES NATIONAL PARK

3 millions de visiteurs par an dont 75% de locaux, 2 millions à terre / 1 million en mer

En 2022, la fréquentation du Parc national des Calanques est restée très élevée. La saison estivale a cependant été plus apaisée que celle des années 2020-2021, années d'affluence record marquées par un afflux massif de touristes français et de visiteurs locaux au sortir de la crise sanitaire.

La fréquentation hors-saison quant à elle croît. Chaque weekend bénéficiant d'une météo clémente est désormais susceptible d'accueillir des niveaux de fréquentation similaires à une journée d'été. Des pics d'affluence ont notamment été enregistrés lors des vacances d'hiver, où visiteurs locaux et nationaux constituaient l'essentiel du public.

Faits marquants

Année à haut risque pour les feux de forêt, 2022 a vu pour la première fois le massif des Calanques interdit d'accès pour une durée de 9 jours consécutifs (19 juillet – 27 juillet). Au total, le massif des Calanques aura été interdit d'accès 15 jours pendant la période d'accès réglementé (1er juin – 30 septembre). En dehors de ces jours de fermeture, la canicule a probablement eu un effet décourageant sur la fréquentation du territoire, notamment auprès des visiteurs locaux.

En mer, les conséquences de la canicule ont également été observées par les plongeurs.

3 million visitors a year, 75% of them local, 2 million on land / 1 million at sea

In 2022, visitor numbers to the Parc national des Calanques remained very high. However, the summer season was calmer than in 2020-2021, which were record years marked by a massive influx of French tourists and local visitors in the wake of the health crisis.

Off-season visitor numbers are growing. Every weekend with good weather is now likely to see levels of visitor numbers similar to a summer's day. Peak visitor numbers were recorded during the winter holidays, when local and national visitors made up the bulk of the public.

Highlights

A high-risk year for forest fires, 2022 saw the Calanques massif closed to the public for the first time for 9 consecutive days (19 July - 27 July). In total, the Calanques massif will have been closed for 15 days during the restricted access period (1 June - 30 September). Apart from these days of closure, the heatwave probably had a discouraging effect on visitor numbers, particularly among local visitors.

At sea, the consequences of the heatwave were also observed by divers.

Les gorgones rouges (*paramuricea clavata*), espèce emblématique et structurante des paysages sous-marins des Calanques ont été victimes d'un épisode de mortalité massive (taux de mortalité de 70% à 100% sur les populations comprises à des profondeurs de 0 à -30 mètres).

The red gorgonian sea fans (*paramuricea clavata*), an emblematic and structuring species of the Calanques' underwater landscapes, were the victims of a mass mortality episode (mortality rate of 70% to 100% on populations at depths of 0 to -30 meters).

Initiatives introduites en 2022

Réservation Sugiton : action emblématique de l'année 2022, la réservation Sugiton a constitué une innovation majeure en matière de gestion de la fréquentation. Plébiscitée par le public en ce qu'elle permet aussi de retrouver des conditions de visite de qualité, l'expérimentation a permis de freiner l'érosion galopante du site. Les premiers suivis scientifiques permettent de déceler quelques indices encourageants sur la reprise de la végétation dans les zones très dégradées. Néanmoins, l'évaluation des effets de cette mesure sur la régénération des milieux naturels ne peut s'apprécier que sur plusieurs années. Le conseil d'administration a ainsi décidé d'inscrire la mesure sur une durée de 5 ans (2023-2027).



© MAXIME BÉRANGER

EN MER, EN-VAU EST DÉSORMAIS APAISÉE
GRÂCE AUX MESURES ENCADRANT LE MOUILLAGE



© ZACHARIE BRUYAS

À TERRE, LA CALANQUE D'EN-VAU CONNAIT UNE TRÈS FORTE FRÉQUENTATION

Régulation de la fréquentation en mer :
Depuis plusieurs années, le Parc national est engagé dans un effort de maîtrise de sa fréquentation nautique, notamment tirée vers le haut par le développement rapide de la location de navires.

Depuis 2020, cette activité est ainsi soumise à un contingentement : seuls les professionnels agréés sont autorisés à louer une embarcation. De nombreuses offres illégales continuent cependant d'être publiées sur Internet par le biais des réseaux sociaux et des plateformes dédiées mettant en relation loueurs et locataires.

Après plusieurs mois d'échanges, le Parc national et la plateforme SamBoat, l'un des leaders du marché de la location, ont signé une convention de partenariat au début de l'été 2022. Par ce biais, SamBoat s'engage à rappeler à ses clients les règles pour louer légalement un navire dans les Calanques, à supprimer toute annonce illégale signalée par les services du Parc national et, à terme, de mettre en place un système de certification des annonces.



Regulating the number of visitors at sea: For several years now, the National Park has been working to control the number of visitors to its waters, which has been driven upwards by the rapid development of boat hire.

Since 2020, this activity has been subject to quotas: only approved professionals are authorised to hire boats. However, a large number of illegal offers continue to be published on the Internet via social networks and dedicated platforms that put renters and owners in touch with each other.

After several months of discussions, the National Park and the SamBoat platform, one of the leaders in the rental market, signed a partnership agreement in early summer 2022. Under the agreement, SamBoat undertakes to remind its customers of the rules for legally renting a boat in the Calanques, to remove any illegal adverts reported by the National Park's services and, eventually, to make the Calanques accessible to all services and, ultimately, to set up a system for a system for certifying advertisements.

Mouillage des kayaks sur filin à En-Vau et Port-Pin

et Port-Pin : dans les calanques d'En-Vau et de Port-Pin, très fréquentées, des conflits d'usages apparaissent en été du fait du nombre de kayaks présents sur les plages. Le débarquement des embarcations sur les rochers alentours porte également atteinte au milieux naturels, notamment aux encorbellements à lithophyllum, espèce protégée très sensible au piétinement. Pour répondre à ces problématiques, le Parc national a expérimenté la mise en place de stationnement des embarcations sur filins à Port-Pin et En-Vau lors de l'été 2022. Si le dispositif a prouvé une certaine efficacité, il se révèle insuffisant pour absorber des volumes de fréquentation trop importants. Ce constat, partagé avec les professionnels du secteur, a conduit le Parc national à préparer une nouvelle réglementation pour réguler la location des embarcations destinées à la pratique des sports de pagaines. Cette nouvelle réglementation entrera en vigueur le 1er mai 2023.

Dispositif saisonnier : déployés chaque jour sur le terrain par binômes, en terre et en mer, les saisonniers du Parc national ont accueilli, informé, orienté et sensibilisé plus de 140 000 personnes entre avril et septembre 2022. Plus de 20 000 contacts ont été établis en portes d'entrée de Parc national lors des journées classées rouge pour risque incendie. Pour la deuxième année consécutive, les équipes du Parc national ont été épaulées par une vingtaine de saisonniers du dispositif hors-les-murs de l'Office métropolitain du Tourisme et des Congrès de Marseille ainsi que par le camp Nature – Environnement des Scouts de France. Ce soutien se révèle désormais indispensable pour accueillir et orienter le public aux grandes portes d'entrées du Parc national.

Mooring kayaks on ropes at En-Vau and Port-Pin: in the very popular En-Vau and Port-Pin creeks, conflicts of use arise in summer due to the number of kayaks on the beaches. The landing of boats on the surrounding rocks also damages the natural environment, particularly the lithophyllum corbels, a protected species that is very sensitive to trampling. To address these issues, the National Park experimented with parking boats on ropes at Port-Pin and En-Vau during the summer of 2022. While the system has proved somewhat effective, it is proving insufficient to absorb the excessive numbers of visitors. This observation, shared with professionals in the sector, has led the National Park to prepare new regulations to regulate the hire of boats for paddle sports. These new regulations will come into force on 1 May 2023.

Seasonal scheme: deployed every day in pairs on land and at sea, the National Park's seasonal workers welcomed, informed, guided and educated over 140,000 people between April and September 2022. More than 20,000 contacts were made at the gateways to the National Park on days classified as red for fire risk. For the second year running, the National Park teams were supported by around twenty seasonal workers from the Marseille Metropolitan Tourist and Convention Bureau's off-site scheme, as well as by the Scouts de France's Nature-Environment camp. This support is now essential for welcoming and guiding visitors at the main entrances to the National Park.

LES PARCS ET JARDINS À MARSEILLE PARCS AND GARDENS IN MARSEILLE

Le patrimoine des espaces verts de la Ville de Marseille recouvre **plus de 700 hectares**: parcs, jardins, espaces verts de voirie, cimetières, squares... Ce patrimoine est en augmentation constante et permet d'offrir aux Marseillais et aux touristes un panel d'aménagements variés et ludiques.

Marseille possède aujourd'hui **58 parcs d'une superficie supérieure à 1 hectare, dont 16 de plus de 5 hectares**

Ancien comme le Jardin de la Colline Puget, premier jardin public créé à Marseille en 1801, site archéologique comme le jardin du musée d'Histoire, cadre idyllique avec vue sur mer comme le parc Valmer, écrin de verdure pour un moment comme le parc Longchamp ou ouverture sur les espaces naturels qui encadrent la ville comme le parc Pastré. Les parcs et jardins de Marseille sont à l'image de la ville, d'une grande diversité.

DES JARDINS REMARQUABLES REMARKABLE GARDENS

La ville compte 3 jardins remarquables (label décerné par le ministère de la Culture et de la Communication depuis 2005)

Le Parc Borély

Ce jardin de 17 hectares abrite une bastide du XVIIIe siècle (Musée) mise en valeur par un jardin « à la française » et un parc paysager du XIXe siècle. Ses allées sont très prisées des joggers et des promeneurs qui apprécient également de flâner entre les massifs de la roseraie ou de découvrir les espèces rares du jardin botanique. Le plan d'eau, son embarcadère, sa buvette et son restaurant (en attente d'une nouvelle gérance) complètent les multiples attractions du site. Le Parc Borély est aussi un paradis des enfants doté de deux aires de jeux.

Allée Borély – 13008

The City of Marseille's green spaces cover **more than 700 hectares**: parks, gardens, roadside green spaces, cemeteries, squares, etc. This heritage is constantly growing, providing the people of Marseille and tourists with a varied and entertaining range of facilities.

Today, Marseille has **58 parks with a surface area of over 1 hectare, 16 of which are over 5 hectares in size**.

Ancient like the Jardin de la Colline Puget, the first public garden created in Marseille in 1801, an archaeological site like the garden of the Musée d'Histoire, an idyllic setting with a sea view like the Parc Valmer, a green setting for a moment like the Parc Longchamp, or a gateway to the natural spaces that frame the city like the Parc de l'Île-de-France. natural spaces that frame the city, such as the Parc Pastré. Marseille's parks and gardens are as diverse as the city itself.

The town has **3 outstanding gardens** (awarded by the Ministry of Culture and Communication since 2005)

Parc Borély

This 17-hectare garden is home to an 18th-century bastide house (museum) set off by a French-style garden and 19th-century landscaped park. Its paths are popular with joggers and walkers, who also enjoy strolling through the rose garden or discovering the rare species in the botanical garden. The lake, with its pier, refreshment bar and restaurant (awaiting new management) complete the site's many attractions. Parc Borély is also a children's paradise, with two play areas. Allée Borély - 13008

Parc du 26e Centenaire

Parc urbain de 10 hectares situé en plein cœur de Marseille, sur le site de l'ancienne gare du Prado. On y trouve un terrain de boules, et 2 aires de jeux pour enfants. En 2002 les 4 jardins thématiques ont été aménagés (provençal, oriental, africain et asiatique) symbolisant le brassage des cultures propres à Marseille.

Rond-point Zino Francescatti – 13010

Parc de la Magalone

Au cœur de ce jardin niché sur le boulevard Michelet (surface 1,4 hectare), on trouve une des rares bastides du XVIIIe siècle, son propriétaire Messire Raphaël de Magalon, lui donna son nom. Le jardin fut redessiné en 1901 par le paysagiste Edouard André. Véritable jardin baroque, les valeurs et les perspectives, les espaces et les profondeurs prennent tout leur relief en y dessinant des formes géométriques.

245, Boulevard Michelet – 13009

Parc du 26e Centenaire

A 10-hectare urban park in the heart of Marseille, on the site of the former Prado station. It features a boules pitch and 2 children's play areas. In 2002, 4 themed gardens were laid out (Provençal, Oriental, African and Asian), symbolising the melting pot of cultures unique to Marseille.

Rond-point Zino Francescatti – 13010

Parc de la Magalone

At the heart of this garden nestling on boulevard Michelet (surface area 1.4 hectares) is one of the rare 18th-century bastides whose owner, Messire Raphaël de Magalon, gave it its name. The garden was redesigned in 1901 by landscape gardener Edouard André. A veritable baroque garden, the geometric shapes of the garden bring out the best in its values, perspectives, spaces and depths.



PARC DU 26ÈME CENTENAIRE, ARBRE DE L'ESPÉRANCE ©MICALEFOTC

DES JARDINS CLASSÉS MONUMENTS HISTORIQUES GARDENS CLASSIFIED AS HISTORICAL MONUMENTS

On trouve à Marseille deux jardins classés au titre des Monuments Historiques.

Parc du Palais Longchamp

Le Parc Longchamp, s'est constitué au fil du temps, par la stratification des différents projets, imaginés ou réalisés sur le site, depuis le XIXe siècle. Le parc Longchamp, le parc Borély, le jardin de la Magalone et le parc du 26ème centenaire, ont obtenu en 2005 le label « jardin remarquable » décerné par le Ministère de la Culture. Ce fut un Jardin zoologique, de 1854 à 1987. Place Henri Dunant - 13004

Le jardin du Port Antique (Le jardin des Vestiges)

Le site du Port Antique (dénommé Jardin des vestiges à son ouverture au public en 1983) présente les résultats des premières grandes fouilles archéologiques urbaines réalisées en France.

Les vestiges, révélés en 1967 sur le chantier de construction du Centre Bourse, sont des témoins historiques majeurs. Le site se structure autour de la voie romaine, des remparts grecs et autour du Port Antique où a été découverte la plus grande épave visible au monde. Cette voie romaine longée par des monuments funéraires pénètre dans la ville par une entrée monumentale. Entrée par le Musée d'histoire (centre bourse)



PALAIS LONGCHAMP EXTERIEUR©OTCM

Marseille has two gardens listed as Historic Monuments.

Parc du Palais Longchamp

The Parc Longchamp has been built up over time, through the layering of different projects conceived or carried out on the site since the 19th century. In 2005, the Parc Longchamp, the Parc Borély, the Jardin de la Magalone and the Parc du 26ème Centenaire were awarded the "remarkable garden" label by the French Ministry of Culture. It was a zoological garden from 1854 to 1987. Place Henri Dunant - 13004

The garden of the Ancient Port (Le jardin des Vestiges)

The site of the Port Antique (known as the Jardin des Vestiges when it was opened to the public in 1983) contains the results of the first major urban archaeological digs to be carried out in France.

The remains, uncovered in 1967 during the construction of the Centre Bourse, are major historical witnesses. The site is structured around the Roman road, the Greek ramparts and the Ancient Port, where the world's largest visible shipwreck was discovered. This Roman road, lined with funerary monuments, enters the city through a monumental entrance. Entrance via the History Museum (centre Bourse)

LES AUTRES PARCS ET JARDINS EXCEPTIONNELS DE MARSEILLE OTHERS UNIQUE PARKS AND GARDENS IN MARSEILLE

Le Parc de la Buzine

Le château de la Buzine doit sa renommée à Marcel Pagnol. L'ayant acheté avec le projet d'y ouvrir une véritable Cité du cinéma, l'écrivain eut la surprise en arrivant sur place de reconnaître l'édifice qu'il longeait en famille sur le chemin de la Treille, et qui deviendra- et restera pour toujours « Le Château de ma mère ». 56, Traverse De la Buzine - 13011

Jardin du Pharo

Le jardin Emile Duclaux qui entoure le Palais du Pharo, se caractérise par une vue imprenable offerte sur le Vieux-Port et la côte nord de Marseille. Des cheminements, situés en bord de falaise, permettent en effet aux promeneurs de découvrir des points de vue étonnantes et le site est idéal pour observer le ballet des ferries quittant le port, véritable invitation au voyage...Lors d'un séjour à Marseille en 1852, Louis Napoléon séduit par le site, émit le souhait de disposer d'une résidence les pieds dans l'eau. Le 15 août 1858 était posée la première pierre du Palais du Pharo. Boulevard Charles Livon - 13007 Marseille

Le Parc Pastré

Entre la Pointe Rouge et la Grotte Rolland, le parc Pastré s'étire sur 112 hectares, jusqu'aux collines de Marseilleveyre. En 1974, la Comtesse Pastré, céda la majeure partie de sa propriété à la ville. Devenu, depuis un immense parc public, ce site est l'un des plus beaux fleurons du patrimoine municipal. Deux étangs, un canal, des aires et terrains de jeux, des sentiers de randonnées séduisent ses nombreux usagers.

La partie haute des lieux conserve son caractère sauvage et s'ouvre sur les collines de Marseilleveyre et la découverte des calanques. Toute la zone boisée du parc fait partie du Parc national des Calanques et constitue une porte d'entrée pour les amateurs de randonnées.

155, Avenue de Montredon - 13008

La Buzine Parc

The Château de la Buzine owes its fame to Marcel Pagnol. Having bought it with the idea of opening a real cinema centre, the writer was surprised when he arrived to recognise the building he had walked past with his family on the chemin de la Treille, and which would become - and always remain - "Le Château de ma mère". 56, Traverse De la Buzine - 13011

Pharo Garden

The Emile Duclaux garden, which surrounds the Palais du Pharo, boasts an uninterrupted view of the Old Port and the north coast of Marseille. Paths along the edge of the cliffs allow walkers to discover astonishing viewpoints, and the site is ideal for observing the ballet of ferries leaving the port, a real invitation to travel... During a stay in Marseille in 1852, Louis Napoleon was seduced by the site and expressed the wish to have a residence with its feet in the water. The first stone of the Palais du Pharo was laid on 15 August 1858.

Boulevard Charles Livon - 13007 Marseille

Parc Pastré

Between the Pointe Rouge and the Grotte Rolland, the Parc Pastré stretches over 112 hectares as far as the hills of Marseilleveyre. In 1974, Comtesse Pastré ceded most of her property to the city. Now a huge public park, the site is one of the finest jewels in the city's heritage. Two ponds, a canal, playgrounds and footpaths appeal to its many users. The upper part of the site retains its wild character, opening out onto the hills of Marseilleveyre and the Calanques.

The entire wooded area of the park is part of the Parc national des Calanques and is a gateway for hiking enthusiasts.

155, Avenue de Montredon - 13008

Parc Balnéaire du Prado

Avant 1975, Marseille, malgré ses 20 km de façade maritime, ne disposait pas d'aménagements permettant aux baigneurs d'accéder facilement à la mer. Avec la création du parc balnéaire du Prado, 26 hectares d'espaces verts s'harmonisent désormais avec 10 hectares de plages de sable. D'une très grande convivialité, ce parc en front de mer séduit, par ses facettes multiples, en toutes saisons. En outre, un skatepark de renommée internationale (appelé le Bowl) est à la disposition de tous les amateurs de glisse, juste après l'Escale Borely.

Avenue Georges Pompidou - 13008

Prado seaside park

Before 1975, despite its 20 km of seafront, Marseille had no facilities to give bathers easy access to the sea. With the creation of the Parc Balnéaire du Prado, 26 hectares of green spaces now blend in with 10 hectares of sandy beaches. With its many facets, this seafront park is an extremely friendly place to be in all seasons. What's more, an internationally-renowned skatepark (known as the Bowl) is available to all skate enthusiasts, just beyond l'Escale Borely.

Avenue Georges Pompidou - 13008



PLAGE DU PRADO©LAMYOTCM

Le jardin et les plages de Corbière

À la fin des années 1970, la Ville de Marseille décide de restaurer un accès à la mer pour la population du Nord de Marseille qui en était privée depuis la création du port de l'Estaque.

Dans un premier temps, elle sécurise et aménage la pinède existant dans la partie haute de l'anse de Corbière. Puis, entre 1988 et 1991, la Ville crée une plage de galets dite du Fortin, deux plages de sable (la plage de la Batterie et la plage de la Lave) ainsi qu'une base nautique, en récupérant une partie de l'ancien Port Chagnaud, à l'abri de la digue. Parallèlement, la Direction des Parcs et Jardins réalise un jardin mêlant flore autochtone (garrigue, pins d'Alep, figuiers, lentsques, lavandes, tamaris...) et méditerranéenne (pins pignons, arbres de Judée, lauriers roses, eucalyptus...) et même subtropicale (agaves, bougainvillées, filao), grâce au microclimat généré par la falaise toute proche.

The Corbière garden and beaches

At the end of the 1970s, the City of Marseille decided to restore access to the sea for the population of the north of Marseille, which had been deprived of such access since the creation of the port of Estaque. Initially, it secured and developed the existing pine forest in the upper part of the Corbière cove. Then, between 1988 and 1991, the town created a pebble beach known as Le Fortin, two sandy beaches (Plage de la Batterie and Plage de la Lave) and a water sports centre by reclaiming part of the former Port Chagnaud, sheltered by the sea wall. At the same time, the Parks and Gardens Department is creating a garden combining indigenous flora (garrigue, Aleppo pines, fig trees, mastic trees, lavender, tamarisk, etc.), Mediterranean flora (pinion pines, Judas trees, oleanders, eucalyptus, etc.) and even subtropical flora (agaves, bougainvilleas, filao), thanks to the microclimate generated by the nearby cliff.

Ce patrimoine est complété par un maillage d'environ 273 squares et jardins. Ces espaces sont équipés de 132 aires de jeux qui proposent une gamme variée de structures ludiques permettant à tous de bénéficier de lieux de détente à proximité de leur domicile. Ces espaces d'échanges et de rencontres jouent un rôle social important. Ils contribuent aussi à la création de corridors biologiques, qui assurent l'installation et la pérennisation en zone urbaine d'une faune et d'une flore, essentiels pour notre cadre de vie.

This heritage is complemented by a network of around 273 squares and gardens. These areas are equipped with 132 playgrounds offering a wide range of play structures so that everyone can enjoy a place to relax close to home. These meeting places play an important social role. They also contribute to the creation of biological corridors, which ensure that the fauna and flora that are essential to our quality of life are able to establish themselves and survive in urban areas.

DES JARDINS LABELLISÉS "ÉCOJARDIN"

LABEL "ECOGARDEN"

- Central de Bonneveine et Bortoli (8e) • Colline Saint-Joseph (9e) • Saint-Cyr (10e)
- La Buzine (11e) • La Moline (12e) • Athéna (13e) • L'Oasis (15e)

L'attribution du label "ÉcoJardin" reconnaît ainsi les efforts quotidiens entrepris depuis 2006, contribuant au **retour de la nature en ville**, à travers :

- L'accroissement de l'utilisation de végétaux méditerranéens,
- La suppression de produits phytosanitaires issus de la chimie de synthèse,
- La maîtrise de l'eau,
- L'accroissement de la biodiversité animale et végétale.

JARDINS PARTAGÉS

SHARED GARDENS

Marseille compte 66 jardins partagés, pour une superficie totale de plus de 4 hectares. 18 d'entre eux sont signataires de la charte et conventionnés avec la Ville de Marseille. Un jardin partagé est un espace collectif dont s'occupe un groupe d'habitants d'un quartier, sur un terrain plus ou moins délaissé, un square oublié, un pied d'immeuble, ou encore un espace en attente de projet. Jardins d'agrément, jardins potagers, jardins pédagogiques, terrains de jeux ou tout cela à la fois, les jardins partagés favorisent les rencontres entre les générations et les cultures, réinventent les rapports entre voisins, facilitent les échanges d'expériences et de savoirs, et développent l'esprit de solidarité.

Plus d'informations : marseille.fr

The label "EcoJardin" recognises the daily efforts made since 2006 to bring nature back to the city, through :

- Increasing the use of Mediterranean plants,
- Eliminating the use of synthetic chemical plant protection products,
- Water management,
- Increasing animal and plant biodiversity.

Marseille has 66 shared gardens, covering a total area of over 4 hectares.

18 of them are signatories to the charter and have signed an agreement with the City of Marseille. A shared garden is a collective space managed by a group of local residents, on a more or less derelict plot of land, a forgotten square, the foot of a building, or an area awaiting development. Whether they're ornamental gardens, vegetable gardens, educational gardens, playgrounds or all of the above, shared gardens encourage encounters between generations and cultures, reinvent relationships between neighbours, facilitate exchanges of experience and knowledge, and develop a spirit of solidarity.

More information: marseille.fr

PORTS DE PLAISANCE

YACHT HARBOURS

PLAN D'EAU
EXCEPTIONNEL
AN EXCEPTIONAL
WATERSURFACE

DONNÉES 2022 DES PORTS DE PLAISANCE (*) 2022 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 (*)	3 200	7 099	21 JOURS DAYS	325
FRIOUL	725	6 480	5 JOURS DAYS	1 263
POINTE ROUGE	1 200			
AUTRES PORTS MARSEILLE OTHER MARSEILLE HARBORS	750	2 938	36 JOURS DAYS	82
TOTAL MARSEILLE SUBTOTAL MARSEILLE	5 875	16 517	10 JOURS DAYS	1 670

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 2022 DES YACHTS (DE PLUS DE 24 MÈTRES) 2022 YACHT TRAFFIC (MORE THAN 24 METRES LONG)

VIEUX- PORT OLD PORT	2019	2020	2021	2022
NOMBRE DE YACHTS ACCUEILLIS NUMBERS OF WELCOMED YACHTS	12	20	15	27



**Notre équipe est à votre écoute
pour vous renseigner et vous orienter
dans le choix de vos activités.**

0826 500 500

(0,15 € la minute depuis un poste fixe)

**Réservez en ligne
vos activités !**

marseilleexperience.com



FOLLOW US!



#ChooseMarseille

M OFFICE DE
TOURISME
LOISIRS
& CONGRÈS
MARSEILLE

M MUREAUX DES CONGRÈS
AIX-MARSEILLE
PROVENCE!

M MARSEILLE
Experience!

11 la Canebière - CS 60340
13211 Marseille Cedex 01
Tel. : 0826 500 500 (0,15€ la minute)
information@marseille-tourisme.com