

DOSSIER DE PRESSE

BILAN DE LA SAISON ESTIVALE 2023



Retour d'enquête : perception auprès des visiteurs de la destination Marseille (*données intermédiaires*)

En partenariat avec IFOP, l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille a mené une enquête de satisfaction du **17 juillet au 13 août**. 1050 visiteurs répartis sur 10 sites ont été interrogés en face à face, dont 719 touristes (restant minimum une nuit) et 331 excursionnistes (visiteurs à la journée).

Voici un premier retour sur le questionnaire, qui sera enrichi d'analyses plus développées :

- Pour résumer Marseille en un mot, 3 thèmes principaux sont donnés : les **Calanques, le soleil/beau temps, et la beauté de la ville**. Par ailleurs, 97% des personnes interrogées déclarent parler positivement de la destination après leur séjour, et 94% ont l'intention de revenir
- 49% des visiteurs interrogés viennent pour la première fois (avec un taux plus élevé chez les visiteurs étrangers où le score atteint 68%). Parmi le reste, 25% viennent moins d'une fois par an, et 17% entre 2 fois par an jusqu'à régulièrement.
- Pour 1/3 des visiteurs, l'envie de venir a été déclenchée par un bouche-à-oreille positif. Les autres éléments déclencheurs sont la visite d'amis/famille résidants à Marseille, puis l'envie de revenir suite à une précédente visite. Parmi les réseaux sociaux ayant provoqué un séjour, Instagram est le plus cité à 58%. Les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme sont également extrêmement performants dans la mise en avant de la destination et la transformation en séjours.
- Pour se rendre à Marseille, les visiteurs privilégient la voiture personnelle à 43%. Les autres modes de déplacement principaux sont le train à 27%, et l'avion à 13%. Une fois dans Marseille en revanche, une majorité très importante (81%) favorise la mobilité douce, avec la marche en priorité, mais également les trottinettes et vélos. 52% des visiteurs interrogés (plusieurs réponses possibles) affirment également utiliser les transports en commun, bus, tram et métro. La voiture est le moyen de transport le moins pratiqué intramuros avec 39% d'utilisateurs.
- Les touristes choisissent principalement (63%) des hébergements marchands pour leurs séjours, parmi lesquels une grosse majorité de meublés de tourisme (31%) et d'hôtels (26%). Parmi les non-marchands figurent les séjours chez les familles/amis et échanges d'appartements.
- Les visiteurs se déclarent très satisfaits de leur séjour/visite à Marseille. Les touristes notent globalement mieux leur séjour (8,2/10) que les excursionnistes leur journée (7,7/10). Les aspects obtenant les meilleures notes de satisfaction, qui représentent donc les atouts principaux de Marseille et les raisons d'y venir, sont : les activités de plein air, l'accessibilité et l'offre de restauration, avec chacun des notes de minimum 8/10. Suit ensuite de très près l'offre culturelle ou de loisirs.
- Plus de 8 visiteurs sur 10 déclarent prendre en compte, même occasionnellement l'engagement dans une démarche durable dans le choix des activités, des restaurants et des hébergements choisis. Les raisons évoquées sont à très grosse majorité le bénéfice pour l'environnement, mais également pour les locaux comme pour les touristes.
- Quelques bémols sont évoqués, à savoir la propreté des rues, la signalisation et la sécurité.

Résultats des performances hôtelières juillet-août (*données non consolidées*)

Du côté de l'hôtellerie, la période estivale 2023 aura été marquée par la diminution de la fréquentation touristique. Les établissements hôteliers et les résidences de Marseille enregistrent un taux d'occupation global de 77,5% sur les mois de juillet et d'août, un niveau qui demeure en-deçà de celui de 2022 (-4,7 points) et de 2019 (-5,2 points).

Le prix moyen atteint 115,2€ HT soit un niveau stable par rapport à 2022 (+0,8%), mais affichant une hausse significative par rapport à 2019 (+33,2%).

Au cours de cette période estivale 2023, le RevPAR global s'établit à 89,3€ HT. En comparaison avec 2022, le RevPAR subit une baisse de 5,0% en raison d'un retard de fréquentation (-4,7 points). Néanmoins, le RevPAR enregistre une croissance de 24,8%, par rapport à 2019, grâce à une augmentation substantielle des prix moyens qui se sont envolés depuis 2019 (+33,2%) sous l'effet des conséquences de la crise sanitaire puis de l'inflation.

Quels ont été les quartiers plébiscités ?

Les quartiers Saint-Charles/Réformés, Corniche/Plages/Calanques et Marseille Est se démarquent avec des taux d'occupation dépassant les 80%, tandis que le secteur Euromed/Marseille Nord présente le taux d'occupation le plus bas durant l'été 2023 (73,9%).

Le segment hôtelier super-économique affiche le taux d'occupation le plus élevé durant l'été 2023, avec 83,6% et un prix moyen en forte croissance par rapport à 2019.

En revanche, les segments économique, résidences hôtelières et haut de gamme font face à des baisses de fréquentation, couplées à des progressions tarifaires limitées, ou en recul pour l'hôtellerie haut de gamme. Ces performances mitigées conduisent ainsi à des chutes du RevPAR pour l'ensemble du marché hôtelier et des résidences de Marseille (sauf catégorie super-économique), durant l'été 2023, par rapport à la même période en 2022.

La provenance de la clientèle est similaire à celle identifiée à l'accueil de l'Office de Tourisme, avec néanmoins un taux plus important de Français :

TOP 5 : France 76,7% / Royaume-Uni 5,8% / Belgique 1,9% / Allemagne 1,7% / Etats-Unis 1,5%

Plusieurs raisons peuvent expliquer ce ralentissement : la baisse du pouvoir d'achat des Français, la peur de la canicule largement relayée par les médias (les destinations du Nord de la France avec accès à la mer ont vu augmenter leur fréquentation), la crainte de la surfréquentation, ainsi que les préférences grandissantes pour d'autres formes d'hébergement.

Un bilan mitigé du point de vue des professionnels marseillais

Ces premières données sont issues d'étude réalisée par l'institut d'études 3 S Marketing pour l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille, par téléphone, du 16 au 24 août, auprès d'un échantillon représentatif de 405 professionnels du tourisme exerçant leur activité à Marseille, selon la méthode des quotas (secteurs d'activité : hôtellerie, restauration, commerce, activités nature et culture, loisir, transports (maritimes et terrestres), événementiel).

Alors que 63% des répondants jugent que leur activité estivale a été moins bonne que celle de l'été 2022, une majorité de 64% se dit satisfaite de l'activité (fréquentation et chiffre d'affaires). Les professionnels ont globalement pu compenser la baisse de fréquentation par l'augmentation de leurs prix avec près d'un professionnel sur deux (48%) ayant augmenté ses prix cet été à hauteur de 10% en moyenne par rapport à l'été dernier.

Près de 52% des répondants estiment que le panier moyen des dépenses de leur clientèle a été stable par rapport à l'été 2022, avec une proportion significative (plus de 32%) qui juge ce panier moyen en baisse.

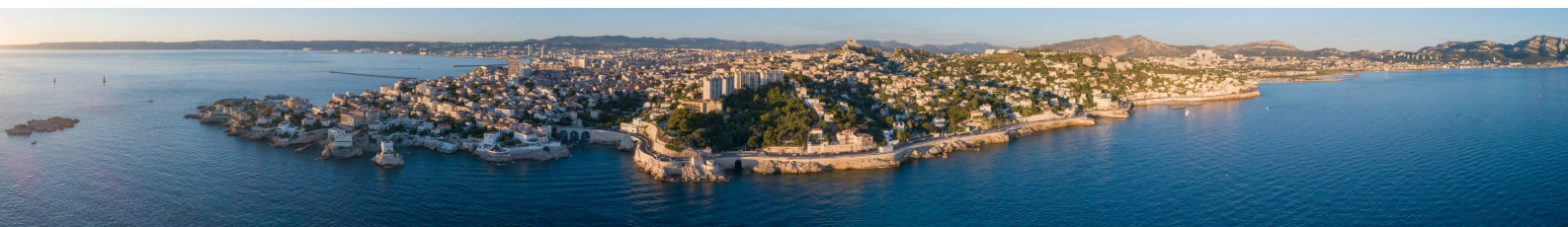
Cette baisse de l'activité, près de 90% d'entre eux l'imputent aux événements de début juillet, et près de 81% à l'inflation. On retrouve en 3e et en 4e place l'augmentation de la part des Français partis à l'étranger (50%) et l'anticipation de la météo (34,4%).

77% des professionnels marseillais n'ont pas eu de difficultés particulières à recruter pour cet été 2023. On note toutefois que les difficultés de recrutement ont été plus marquées dans l'hébergement (27,9%) et la restauration (31,5%) contre près de 15% en moyenne sur les autres secteurs. Parmi les mesures incitatives à l'embauche utilisées, c'est principalement l'amélioration de la qualité de vie au travail qui a été mise en exergue (80%), devant l'augmentation de la rémunération (près de 29%).

Dans la clientèle française on retrouve sur le podium l'Île-de-France (72% des réponses), la région PACA (39,9%) et les Hauts-de-France (24,8%), suivi de près par l'Auvergne Rhône-Alpes (23,7%) et la Bretagne (19,8%). Du côté des pays étrangers, c'est l'Italie qui se retrouve en première place, citée par près de 44% des répondants, suivi de l'Allemagne (41%), la Belgique (36,5%), les Etats-Unis (plus de 31%), l'Espagne (29%) et le Royaume-Uni (près de 24%).

Enfin, plus de 68% disent vouloir entreprendre davantage de démarches de développement durable. L'engagement est plus marqué chez les hôteliers (près de 30% d'entre eux ont un label) suivi de la restauration avec 13% grâce aux programmes d'accompagnement pour l'obtention des labels Clef Verte (pour les hôteliers) et Ecotable (pour les restaurateurs) en partenariat avec l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès, et la Ville de Marseille. Cet engagement reste à un stade embryonnaire pour les autres secteurs d'activités.

Enfin, la majorité des répondants, près de 51%, ont un avis positif sur les premières orientations touristiques de la ville en matière de transition vers un tourisme durable, de renforcement de la régulation des meublés touristiques (type airbnb), de la désaisonnalisation pour un meilleur équilibre hiver-été.



Du côté des restaurants

Le site de réservations TheFork tire de son côté un premier bilan de l'été positif et encourageant pour la rentrée. Sur l'ensemble du territoire français, l'évolution a été de +3,8% par rapport à 2022, et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur a elle enregistré une augmentation de 5%. Les restaurants bénéficiant de la plus grosse croissance sont les restaurants Michelin, et ceux proposant des promotions l'été sur leur carte.

On note également que les Français sont les principaux utilisateurs de la plateforme, représentant 85% des réservations. Parmi les étrangers, le Top 3 correspond à la clientèle marseillaise déjà évoquée, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

Pour les utilisateurs français, Marseille a été la ville ayant enregistré le plus de réservations (6%), devant Lyon (4%) et Bordeaux (3%). Paris, Nice et Cannes prennent elles la tête des réservations pour les visiteurs internationaux.

Vers une après-saison particulièrement dynamique ?

Sur les 12 prochaines semaines, les taux de réservation prévisionnels cumulés sont supérieurs à leurs niveaux de 2022, avec une hausse de +3 points.

A partir de la rentrée, les TO prévisionnels seront plus élevés la semaine que le week-end, annonçant le retour des congrès et autres événements professionnels, à l'exception évidemment des week-ends de la Coupe de Monde de Rugby 2023.

Sur l'ensemble des jours de matchs, on observe un taux d'occupation moyen de 69,5%, soit +26,8 points par rapport aux mêmes jours de l'année dernière. Les rencontres ayant les taux d'occupation les plus élevés sont celles entre l'Angleterre et l'Argentine du samedi 9 septembre (TO de 89%) et celle de l'Afrique du Sud et de l'Ecosse le dimanche 10 septembre (83%), tendance qui peut s'expliquer par la présence de nations du rugby (Angleterre et Ecosse), proches géographiquement et constituant déjà la clientèle étrangère la plus importante à Marseille pour l'hôtellerie [1].



[1] 1re place pour le Royaume-Uni en cumulé janvier-juillet 2023. Source : MKG

Les Rencontres Méditerranéennes du 17 au 24 septembre 2023 vont également drainer une forte fréquentation, avec en point d'orgue la messe au Stade Vélodrome célébrée par le Pape François le 9 septembre.

La saison vue depuis l'accueil de l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès

Entre le 1er juillet et le 31 août, l'Office de Tourisme sur la Canebière a accueilli plus de 42 000 personnes, soit un peu moins que l'année 2022 et ses 46 000 passages.

On note néanmoins un retour en force parmi les personnes renseignées de la clientèle étrangère, avec un pourcentage de 45,7% de Français, pour 54,3% d'étrangers, pourcentage qui avait été beaucoup moins élevé les années post-covid, avant de remonter l'année dernière déjà. Parmi les visiteurs étrangers, les pays mitoyens sont toujours largement représentés, avec en Top 3 l'Italie, l'Espagne puis l'Allemagne. La 4ème position est occupée par les Etats-Unis, premier marché lointain qui revient cette année.

Parmi les visiteurs Français, la première place est toujours largement occupée par la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, les locaux étant les premiers touristes, y compris les Marseillais qui passent à l'occasion pour avoir de nouvelles idées de visites dans leur ville. L'Île de France et Auvergne-Rhône-Alpes suivent, Paris et Lyon étant de forts bassins émetteurs pour les city breaks.

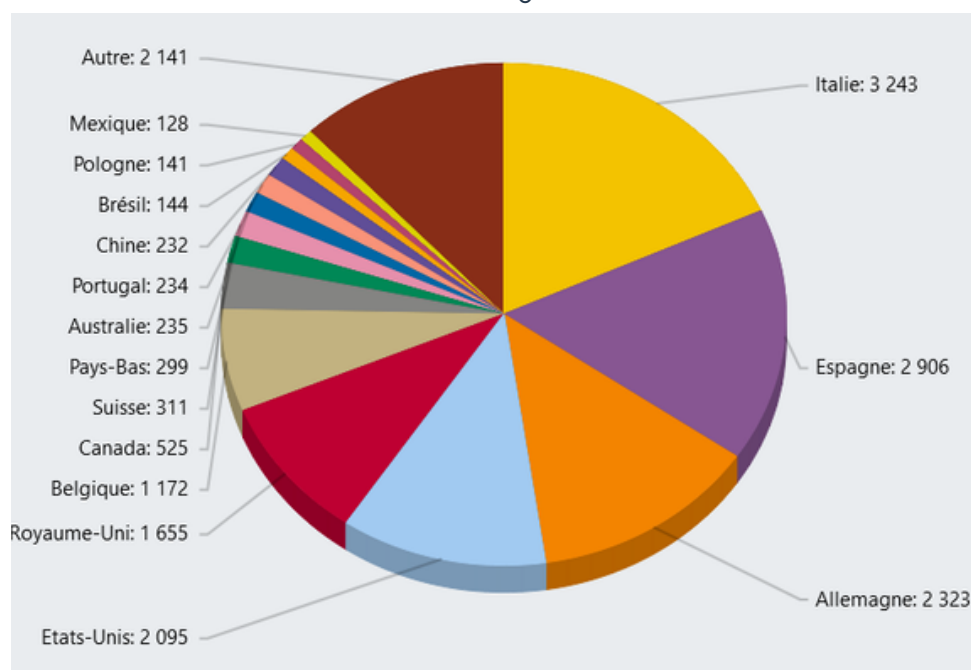
Les demandes les plus fréquentes concernent les incontournables, notamment le petit train, les excursions en bateau et les randonnées dans les Calanques. De nombreux visiteurs demandent aussi simplement que faire en une ou deux journées à Marseille, afin de profiter au maximum de leur séjour grâce à l'expertise des conseillers.

Les différentes actions d'accueil de tour-opérateurs étrangers et organisateurs d'événements, menées par l'Office de Tourisme en hors saison, ont donc porté leurs fruits dans la mise en avant de la destination.

Par ailleurs, la campagne de communication mise en place dès le mois de juin pour booster les ventes de la plateforme de marché Marseille Experience a très bien fonctionné. Le chiffre d'affaires a augmenté de 20% principalement via des achats en ligne, ce qui correspond avec les campagnes digitales. Pour rappel, la plateforme propose plus de 150 prestations, via 50 prestataires.

TOP 3 des ventes : activités nautiques (sorties en bateau), CityPass , OM Stadium Tour

Provenance des visiteurs étrangers



Focus sur le dispositif Hors les Murs

L'été 2023 a marqué la 3^{ème} édition du dispositif Hors les Murs, qui consiste à positionner des conseillers en séjour dans différents points de la ville, et contribuer à améliorer l'expérience globale des visiteurs de passage à Marseille, comme des Marseillais profitant du tourisme dans leur propre ville.

50 saisonniers, pour la majorité étudiants, ont été positionnés sur 8 lieux stratégiques :

- Parc national des Calanques : Logissons Callelongue, Luminy et Frioul
- Mucem/Cosquer
- Notre-Dame de la Garde
- Gare Saint-Charles
- Quai du Port pour l'Été Marseillais, et des vélos cargos circulant sur le Vieux-Port

Le dispositif Hors les Murs a permis de renseigner près de 17 000 personnes sur juillet-août, répartis dans les 8 lieux. A l'instar de l'accueil physique, le chiffre est moins élevé qu'à l'été 2022, pour les mêmes raisons. Ce chiffre s'ajoute cependant aux 6000 personnes renseignées au début du dispositif lors des longs weekends de printemps, positionnés dans les Calanques.

Les nouveautés du dispositif

Cette troisième saison a vu l'introduction de trois vélos cargo, renforçant ainsi la mobilité des conseillers en séjour Hors les Murs. Cette approche moderne et respectueuse de l'environnement reflète l'engagement de Marseille à être exemplaire dans ce domaine, tout en travaillant pour être chaque année une destination plus durable.

Le roadBOOK, carnet de séjour personnalisé mis en service à l'été 2022, a évolué, et se montre encore plus performant et apprécié. Ce dispositif permet aux conseillers en séjour de créer sur une tablette des carnets de séjour digitaux. Ces carnets se mettent à jour en temps réel avec des recommandations personnalisées sur les événements/ activités à faire à Marseille ainsi que des informations pratiques. Cette année, près de 500 carnets de séjour ont été envoyés par sms et mails aux visiteurs, attestant du succès grandissant de cet outil.

L'accueil Hors les Murs a été pour la 3^{ème} année chaleureusement accueilli par les visiteurs. La présence des conseillers touristiques dans toute la ville a créé une certaine proximité et favorisé la régulation des flux. Les retours d'expérience positifs des touristes ont non seulement validé l'efficacité du dispositif actuel, mais ont également fourni des idées précieuses pour des améliorations futures.



Journées européennes du Patrimoine les 16 et 17 septembre

Cette année marque les 40 ans des Journées Européennes du Patrimoine, célébrées partout en France afin de mettre en avant le temps d'un weekend le patrimoine local. Pour cette édition, ce sont le patrimoine vivant, le patrimoine du sport et, à Marseille, le patrimoine qui sont célébrés.

A Marseille, habitants comme touristes de passage pourront profiter de ces 2 jours pour visiter des monuments emblématiques du paysage marseillais mais ouverts au public qu'une fois dans l'année : l'Hôtel de Ville, grande star des JEP à Marseille, le marégraphe, monument unique en France, ou encore le Palais de Justice, qui dévoilera tous ses secrets à travers son architecture.

L'Office de Tourisme organise également de nombreuses visites, gratuites pour la majorité, qui suivent les thématiques de cette année, comme l'exclusive "Femmes célèbres", qui suivra les pas des femmes qui ont marqué l'histoire de Marseille, ou des visites insolites autour du patrimoine vivant, comme l'atelier dessin au Palais Longchamp, ou la visite commentée de Sormiou et ses joyaux.

En tout, ce sont plus de 150 événements qui sont proposés, avec au-delà des visites thématiques, des ateliers, concerts balades, expositions et démonstrations, le tout grâce à la présence de 139 structures participantes.

En 2022, les Journées du Patrimoine ont rassemblé plus de 70 000 personnes sur les 2 jours, une nette augmentation par rapport à l'édition 2021 qui avait comptabilisé 60 000 visiteurs. Autant de personnes sont attendues cette année, qui s'annonce spectaculaire.



Retrouvez le programme complet sur

www.marseille-tourisme.com

Les grands événements sportifs

Fidèle à sa mission première d'accueil, l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès est mobilisé pour accueillir les milliers de supporters attendus lors des 6 matches de la Coupe du Monde de Rugby cet automne, mais aussi lors des épreuves de voile des JO Paris 2024 qui se dérouleront dans la baie de Marseille l'été prochain.

Enfin, entre le 9 septembre et le 15 octobre, près de 500 000 visiteurs sont attendus pour la **Coupe du Monde de Rugby**. Pour leur réserver le meilleur accueil possible, le dispositif Hors les Murs sera prolongé sur plusieurs points clés : aéroport Marseille-Provence, gare Saint-Charles, Vieux-Port et autour du Stade/Escale Borély.

Un guide du supporter en français/anglais sera également distribué (50 000 exemplaires prévus) dans les différents points d'information, hôtels et commerces. Il comprendra de nombreux renseignements précieux pour les visiteurs, présentation de la ville, que faire à Marseille, où manger, où sortir, comment se déplacer ...

Un plan format sous-main sera aussi disponible avec les Top 5 des musées, monuments, où boire un verre, shopping ...

Le CityPass sera aux couleurs du Rugby et permettre aux supporters de découvrir la ville grâce à une formule « tout compris »



Contact Presse

Anne DALLAPORTA

adallaporta@marseille-tourisme.com

06 73 86 09 78

Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès

11, la Canebière

13001 Marseille

www.marseille-tourisme.com