

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



## ***Coupe du Monde de Rugby 2023 : bilan des matchs à Marseille***

*6 matchs au total auront eu lieu au stade entre le 9 septembre et le 15 octobre, qui ont vu s'affronter 9 équipes différentes, dont 4 équipes européennes et 5 de pays lointains.*

Face à l'affluence attendue pour cette Coupe du Monde de Rugby 2023, l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille a mis en place de nouveaux outils de mesure de fréquentation, afin de définir avec précision le profil des visiteurs présents, leur type de séjour et leurs activités.

L'enquête de fréquentation, menée en partenariat avec l'IFOP, a été réalisée sur le terrain via des questionnaires, allant ainsi au-delà des chiffres hôteliers. Elle a été mise en place sur les 4 matchs de poule, ainsi que les 2 quarts de finale, Marseille ayant été la seule ville parmi les 10 villes hôtes (hors Paris) à accueillir des phases finales de la compétition.

De nombreux éléments favorables à un séjour réussi, comme une météo très clémente, une destination déjà connue par les supporters, des matchs à l'étiquette alléchante pour lesquels certains supporters avaient réservé les billets il y a plus de 2 ans, ont enclenché des séjours à Marseille de la part d'une clientèle française comme étrangère.

***Laurent Lhardt***

***Président Délégué de l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille***

## Bilan général sur les 6 matchs



52% de visiteurs français



48% de visiteurs étrangers

52% de visiteurs  
en séjour

48%  
d'excursionnistes  
à la journée



Retours  
positifs

Organisation générale de la Coupe du Monde, convivialité des Marseillais, signalisation des lieux Coupe du Monde, offre de restauration

Une moyenne de **87%** en hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, gîte, chambre d'hôte, auberge de jeunesse)

Des dépenses principales liées à la restauration, consommations dans les bars/cafés, boutique officielle RWC 2023



## Détail par match

### Match 1 : Angleterre - Argentine

Samedi 9 septembre

*161 visiteurs interrogés*

- 63% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 37% de visiteurs venus à la journée
- 71% des personnes interrogées avaient également leurs billets pour le match du lendemain
- 42% de visiteurs français, 58% étrangers
- 70% se sont déplacés à pied dans Marseille, 48% en transport en commun (questions à réponses multiples), 16% en taxi ou VTC
- 88% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 8% en non-marchand (famille-amis, échange d'appartement)
- Plus gros postes de dépenses : bars/café; restauration, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, commerces alimentaires, boutique officielle RWC 2023, visites de sites, monuments et musées

### Match 2 : Afrique du Sud - Ecosse

Dimanche 10 septembre

*112 visiteurs interrogés*

- 62% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 38% de visiteurs venus à la journée
- 50% des personnes interrogées étaient allées voir le match de la veille
- 33% de visiteurs français, 67% étrangers
- 54% se sont déplacés à pied dans Marseille, 53% en transport en commun (questions à réponses multiples), 16% en taxi ou VTC
- 90% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 10% en non-marchand (famille-amis)
- Plus gros postes de dépenses : restauration, bars/café, commerces alimentaires, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, boutique officielle RWC 2023, services de proximité (tabac, presse ...)

### Match 3 : France – Namibie

Jeudi 21 septembre

*173 visiteurs interrogés*

- 27% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 73% de visiteurs venus à la journée
- 90% de visiteurs français, 10% étrangers
- 61% se sont déplacés à pied dans Marseille, 45% en transport en commun (questions à réponses multiples), 9% en voiture personnelle
- 81% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 15% en non-marchand (famille-amis, échange d'appartement)
- Plus gros postes de dépenses : restauration, bars/café, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, boutique officielle RWC 2023, commerces alimentaires

### Match 4 : Afrique du Sud – Tonga

Dimanche 1er octobre

*214 visiteurs interrogés*

- 34% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 66% de visiteurs venus à la journée
- 53% de visiteurs français, 47% étrangers
- 72% se sont déplacés à pied dans Marseille, 52% en transport en commun (questions à réponses multiples), 11% en taxi ou VTC
- 92% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 8% en non-marchand (famille-amis)
- Plus gros postes de dépenses : restauration, bars/café, commerces alimentaires, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, boutique officielle RWC 2023, commerces alimentaires

## Match 5 : Argentine – Pays de Galles

Samedi 14 octobre

*224 visiteurs interrogés*

- 67% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 33% de visiteurs venus à la journée
- 46% des personnes interrogées avaient également leurs billets pour le match du lendemain
- 37% de visiteurs français, 63% étrangers
- 51% se sont déplacés à pied dans Marseille, 30% en transport en commun (questions à réponses multiples), 6% en taxi ou VTC
- 85% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 15% en non-marchand (famille-amis)
- Plus gros postes de dépenses : restauration, bars/cafés, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, boutique officielle RWC 2023, commerces alimentaires

## Match 6 : Angleterre – Fidji

Dimanche 15 octobre

*162 visiteurs interrogés*

- 60% des visiteurs sont venus en séjour (minimum 1 nuit à Marseille), contre 40% de visiteurs venus à la journée
- 64% des personnes interrogées étaient allées voir le match de la veille
- 57% de visiteurs français, 43% étrangers
- 73% se sont déplacés à pied dans Marseille, 58% en transport en commun (questions à réponses multiples), 12% en taxi ou VTC
- 88% ont opté pour un hébergement marchand (location de meublé, hôtel, résidence de tourisme, etc), contre 12% en non-marchand (famille-amis)
- Plus gros postes de dépenses : restauration, bars/cafés, commerces alimentaires, débits de boissons à proximité du stade ou au Village Rugby, boutique officielle RWC 2023, commerces alimentaires



VILLE DE  
MARSEILLE



### Contact Presse

Anne DALLAPORTA

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

06 73 86 09 78