

DOSSIER DE PRESSE

BILAN DE LA SAISON ESTIVALE 2024



Cette saison atypique, compte-tenu du côté inédit des Jeux Olympiques à Marseille, a tenu ses promesses en termes de fréquentation. Les différents chiffres (nombre de visiteurs à l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès, fréquentation dans les hébergements, nombre de nuitées) témoignent d'un bon niveau de satisfaction.

Les visiteurs interrogés ont également pu profiter des attraits de la destination marseillaise dans une atmosphère sportive et conviviale, qui ont fait de leur séjour une réussite comme indiqué dans l'enquête de fréquentation.



VILLE DE
MARSEILLE



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

Une bonne saison à l'accueil, avec notamment de très bons chiffres, meilleurs que les années précédentes, sur la fréquentation des points Hors les Murs, et une fidélisation de la clientèle étrangère, toujours bien présente.

Sur la période du 1er juillet au 31 août, ce sont **29 000** personnes qui ont été renseignées par les conseillers en séjour de l'Office de Tourisme, à la fois au bureau de la Canebière (ouvert tous les jours), mais également sur les points Hors les Murs déployés pour la saison et les points JO.

Parmi ces 29 000 visiteurs, le **ratio français/étrangers** est de 48,5% de touristes français, contre 51,5% d'étrangers (2023 : 45,7% de Français et 54,3% d'étrangers).

Top 5 provenance France (par région)

Région Sud
Ile de France
Auvergne Rhône-Alpes
Occitanie
Hauts de France

Top 5 provenance hors France

Italie
Royaume-Uni
Espagne
Allemagne
Etats-Unis

Pour rappel, les conseillers en séjour jouent un rôle clé dans l'accueil à la fois des touristes, mais également des **habitants** qui viennent se renseigner sur les activités locales, comme en témoignent la première position de la Région Sud dans les visiteurs français. Les conseillers, qui tous confondus parlent **plus de 10 langues**, sont donc là pour donner des informations sur les visites emblématiques de Marseille, mais également les lieux plus méconnus afin de faire découvrir de nouvelles pépites et **rediriger les flux** au-delà du centre-ville et du littoral.

Dans cet objectif, l'Office de Tourisme a renouvelé pour la 4ème fois le dispositif **Hors les Murs**, qui consiste à poster des points d'accueils un peu partout dans la ville. **50 saisonniers** formés ont ainsi répondu aux questions de plus de **22 000 personnes** entre le 8 juillet et le 31 août, soit 7000 de plus que sur les mêmes dates à l'été 2023.

Dans les Calanques

3 points d'infos ont été mis en place : à Luminy, Callelongue et Logisson (route de la Gineste).

Au total près de **16 000** personnes ont été renseignées toujours du 8 juillet au 31 août, avec en premier Luminy (plus de 10 000 personnes), l'une des calanques les plus fréquentées qui est par conséquent sujette au contingentement depuis l'été 2022.

Pour rappel, le Parc National des Calanques a été fermé 7 fois sur ces dates pour cause de trop fortes chaleurs.



Le dispositif Hors les Murs dédié aux Jeux Olympiques

Du 24 juillet au 11 août, 4 points d'accueils ont été ajoutés sur les sites dédiés aux JO afin de répondre aux questions des visiteurs et de mieux gérer les flux :

- Gare Saint-Charles,
- Aéroport Marseille-Provence,
- Club 24,
- Parc Chanot (les jours de match).

Ces différents points ont permis de renseigner près de **1500 personnes**, un chiffre conséquent compte tenu des fortes chaleurs à cette période, qui pouvaient inciter les visiteurs à ne sortir que le soir.

Le résultat des prestations vendues à l'Office de Tourisme

- **261** visites guidées entre le 1er juillet et le 31 août, soit 3476 tickets vendus
- Marseille Expérience : 190 offres en ligne et plus de **21 000 réservations** soit une **augmentation de 53,52% par rapport à l'été 2023**
- Répartition points de vente : 54 % Accueil – 46 % Web
- Top 3 des réservations : Excursions Bateau, CityPass, Petit Train



Jeux Olympiques : Regards croisés : hébergements et fréquentation

** Source : Flux Vision Tourisme – Orange Business / Provence Tourisme / Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille / ADN Tourisme / MKG / Lighthouse*

Malgré des incertitudes d'avant-saison liées à l'aspect inédit de la tenue des JO à Marseille, les performances hôtelières témoignent d'un gros succès sur la période JO, particulièrement sur le littoral. On note également pour la fin de saison que les premières tendances de la 2ème quinzaine du mois d'août devraient permettre d'atteindre les résultats escomptés avec une fin de période encourageante.

Rappel chiffres clés de l'évènement

- Les 10 rencontres de football (tournois masculin et féminin) au stade Vélodrome ont attiré **350 000** spectateurs.
- **35 000 billets** d'entrée ont été vendus sur les 12 jours de régates (10 épreuves de voile) au départ de la nouvelle Marina olympique au Roucas-Blanc.
- **200 000** personnes sont venues gratuitement arpenter les 8 000 m² du Club 2024 de la Ville de Marseille sur les plages du Prado.

Synthèse hébergement

- **Pendant les Jeux Olympiques de 2024, Marseille a connu une augmentation significative de la fréquentation touristique**, avec une hausse de **+18% des nuitées par rapport à la même période en 2023**. Cette progression a été particulièrement marquée pour les nuitées internationales, qui ont bondi de +38%, tandis que les nuitées françaises ont augmenté de +5%. Marseille s'est ainsi distinguée des autres villes hôtes par une affluence internationale plus forte.
- Parmi les visiteurs français, Paris a enregistré la plus forte progression, avec une hausse de +26% des nuitées. Du côté des clientèles étrangères, la plupart des nationalités ont affiché des augmentations notables, la plus spectaculaire étant celle des **Américains, avec un bond de +103%** par rapport à l'année précédente, dont le pouvoir d'achat est toujours favorable.
- Sur la période olympique, **le taux d'occupation à Marseille en hôtellerie a atteint 83,1 %**, soit une hausse de +6,7 pts par rapport à 2023, **accompagnée d'une augmentation de +38% du prix moyen** des chambres, atteignant 158 € en moyenne. Cette combinaison a entraîné une forte hausse du RevPAR, à hauteur de +50%. Les hôtels haut de gamme et de luxe ont vu leur taux d'occupation progresser de +14,7 pts, mais ce sont les **hôtels économiques** qui ont enregistré le taux d'occupation le plus élevé, avec **88,5 %**.

- On note que **les catégories d'hôtel ont enregistré différents taux d'augmentation du prix moyen** : sur les 4 gammes référencées (budget, économique, moyen et haut de gamme), les augmentations sont respectivement de 19%, 33%, 31% et 44%.
- Bien que Marseille ait fortement profité de l'effet des JO, d'autres territoires absents des cartes des destinations touristiques estivales à l'accoutumée comme Lille et Châteauroux ont affiché les plus fortes progressions en termes de performances hôtelières, Lille enregistrant une augmentation de +31 pts de son taux d'occupation. Par ailleurs, si **Lyon a connu une hausse du taux d'occupation similaire à celle de Marseille**, on observe une plus forte augmentation des prix dans la cité phocéenne (+16,4% à Lyon contre +32,4% à Marseille).
- Enfin, les nuits réservées dans les **meublés de tourisme** à Marseille entre le 24 juillet et le 8 août 2024 ont augmenté de **+20%** par rapport à 2023, avec un tarif journalier moyen qui a grimpé à 181 €, contre 111 € l'année précédente.

**Top 5 clientèle France (par département)
et évolution par rapport à 2023
Hôtellerie et meublés confondus**

Paris +26%
Seine-Saint-Denis 0% (stable)
Hauts-de-Seine 0% (stable)
Rhône +10%
Val-de-Marne - 10%

**Top 5 clientèle hors France
et évolution par rapport à 2023
Hôtellerie et meublés confondus**

Allemagne +39%
Etats-Unis +103 %
Royaume-Uni +14%
Espagne +29%
Italie +4%

Top 3 des dates ayant enregistré le plus de nuitées

- Samedi 3 août : quart de finale football féminin Canada - Allemagne / épreuves de voile
- Lundi 5 août : demi-finale football masculin Maroc - Espagne / épreuves de voile
- Mardi 6 août : demi-finale football féminin Brésil - Allemagne / épreuves de voile



Jeux Olympiques : Résultats de l'étude de perception auprès des visiteurs de la destination Marseille

* Source : IFOP

Une étude de fréquentation sur 2 temps, l'arrivée de la flamme le 8 mai (retrouvez l'étude [ici](#)) puis les JO du 24 juillet au 8 août, a permis d'évaluer les éléments suivants :

- Analyse de la typologie, du parcours et du comportement des visiteurs durant toute la durée de leur séjour sur la destination ;
- Mesure de la perception de la destination et de la satisfaction de séjour des visiteurs présents lors des Jeux Olympiques 2024 à Marseille ;
- Analyse des retombées économiques directes générées par les visiteurs lors de leur séjour, c'est-à-dire le panier moyen par typologie de visiteurs ;
- Evaluation des attentes et des besoins des visiteurs afin d'améliorer leur expérience touristique sur la destination dans une dimension prospective.

Méthodologie du dispositif pour l'enquête JO :

- **2314** visiteurs interrogés dont :
 - 1243 touristes : un visiteur qui ne réside pas sur la commune de Marseille et passe au minimum 1 nuit à Marseille pour un séjour touristique (en hébergement marchand ou non-marchand)
 - 1071 excursionnistes : un visiteur présent à la journée sans nuitée et qui ne réside pas sur la commune de Marseille
- Enquête administrée en **face à face** par des enquêteurs sur tablette du **24 juillet au 8 août**
- Lieux d'enquête : Vieux-Port, Marina Olympique, Corniche Kennedy, abords du stade, plages du Prado
- Les personnes interrogées ne sont pas nécessairement des porteurs de billets pour les JO

Synthèse des résultats de l'enquête

- **54%** des visiteurs interrogés visitent Marseille dans le cadre d'un séjour touristique (en y passant **au moins 1 nuit**). Les autres visiteurs se sont déplacés à Marseille uniquement pour la journée.
- **60%** des visiteurs sont **français** dont 45% venant de la région PACA. Les visiteurs de la région Ile-De-France (22%) sont ensuite les plus présents.
- Près de la moitié des visiteurs (**46%**) viennent pour la **première fois** à Marseille.
- 33% des touristes sont venus à Marseille pour d'autres raisons que les JO. Les principaux motifs de présence dans la ville sont les vacances et loisirs (70%) et la visite à des amis/de la famille (37%).
- Les touristes séjournent à Marseille en moyenne **6,9 jours**.
- **35%** des visiteurs à Marseille sont **porteurs de billets** pour les épreuves des JO.
- Les principaux modes de transport utilisés pour se rendre ou repartir de Marseille sont la **voiture** (49%), le train (24%) et l'avion (13%).
- Les 2/3 des touristes ont opté pour un **hébergement marchand** : une part importante de tourisme affinitaire (visite à des proches) est observée (37%),
- Avec une note globale de satisfaction du séjour/journée à Marseille de **7,5/10**, les visiteurs notent **positivement** cette destination.

Résultats détaillée de l'enquête par catégorie

Provenance des visiteurs

- 40% des visiteurs sont étrangers. L'Europe reste le principal bassin émetteur de ces visiteurs.

Top 5 des visiteurs étrangers

Allemagne 16%
Etats-Unis 13%
Belgique 11%
Espagne 10%
Italie 10%

Top 4 des visiteurs français (par région)

Région Sud 45%
Ile de France 22%
Auvergne-Rhône-Alpes 9%
Occitanie 7%

Caractéristiques générales du séjour

- Près de la moitié des visiteurs (46%) viennent pour la première fois à Marseille.
- 77%** des visiteurs sont venus à Marseille spécialement pour assister aux **festivités** liées aux Jeux Olympiques 2024 (sans nécessairement être porteur de billets). Un tiers des touristes déclarent être à Marseille pour d'autres raisons.
- 35%** des visiteurs interrogés **sont porteurs de billets** pour assister à une ou des épreuves des Jeux Olympiques 2024 se déroulant à Marseille. 43% des étrangers interrogés sont porteurs de billets pour des épreuves à Marseille.
- Les touristes qui ne sont pas venus spécifiquement à Marseille pour les Jeux Olympiques sont en séjour dans la ville pour leurs **vacances et loisirs** (70%) et pour **voir des proches** (37%).
- Les touristes séjournent à Marseille en moyenne **6,9 jours**. Les non-porteurs de billets et les étrangers restent plus longtemps à Marseille (en moyenne 8 jours)
- Côté excursionnistes, ils sont **69% à être présents pour une journée complète** à Marseille (VS seulement quelques heures)
- 79% des visiteurs seraient venus à Marseille même si la ville n'avait pas accueilli les épreuves des Jeux Olympiques.

L'hébergement

- **67%** des touristes optent pour des **hébergements marchands** pour leurs séjours, essentiellement de la location en meublé de tourisme ou des hôtels. **31% résident chez leurs proches** (famille/amis).
- Un hébergement marchand réservé depuis **moins de 2 mois** pour près de 7 touristes sur 10.
- Parmi les hébergements marchands, 34% sont à hôtel, 23% en meublé de tourisme.

Les modes de déplacement

- Pour se rendre à Marseille, les visiteurs ont privilégié la **voiture** (49%), le train (24%) et l'avion (13%).
- Les déplacements dans Marseille se font principalement **à pied** (69%) ou en transports en commun (48%).

Les dépenses en général

- Pour l'ensemble de leurs déplacements à Marseille durant leur séjour, les visiteurs interrogés ont dépensé en moyenne 54€. Des dépenses plus importantes sont observées auprès des porteurs de billets (73€) et des étrangers (76€).
- Les visiteurs interrogés ont surtout réalisé des **dépenses alimentaires** (85%), **festives** (bars, cafés) (49%) et liées aux **activités** touristiques (42%).
- Pour l'ensemble des dépenses alimentaires durant le séjour/visite à Marseille, les visiteurs interrogés ont dépensé en moyenne 51,90€/jour et par personne.
- Les **restaurants** (30,76€) représentent les plus fortes dépenses dans le panier moyen des dépenses journalière des visiteurs.
- Le panier moyen journalier des touristes est plus élevé que celui des excursionnistes avec un budget nettement plus élevé dédié aux restaurants (40,30€).
- Pour l'ensemble des autres dépenses durant leur séjour/visite à Marseille, les visiteurs interrogés ont dépensé en moyenne 76,40 €/personne (magasins/shopping, boutique officielle des JO)
- 86% des visiteurs, notamment les touristes et les étrangers, ayant eu des dépenses au cours de leur séjour/visite à Marseille trouvent les **tarifs proposés corrects** (avantageux ou satisfaisants).

Les activités sur place

- Les visiteurs interrogés ont surtout réalisé des visites libres (37%), des activités liées à la **gastronomie** (30%), des activités **balnéaires** (27%) et des visites de **musées** et monuments (27%).
- Les visites libres de **quartiers** ou lieux touristiques marseillais (17%), les visites des **calanques** de Marseille ou d'autres espaces naturels (14%) et les **activités balnéaires** (plage, kayak, paddle, voile...) (13%) sont les activités les plus appréciées par les visiteurs.
- 35% des activités sont réservées sur place, 20% auprès du site internet du ou des prestataires.

Satisfaction du séjour

- Les visiteurs se déclarent dans l'ensemble satisfaits de leur séjour/visite à Marseille en lui donnant une note moyenne de **7,5/10**.
- Les visiteurs valorisent **particulièrement l'accessibilité pour se rendre sur les sites des JO**, l'offre **d'hébergement**, la météo et la **convivialité** des Marseillais. En revanche, ils sont plus critiques envers la **propreté** des rues.
- A la quasi-unanimité (94%), les visiteurs ont l'intention de **parler positivement** de Marseille à leur entourage. La quasi-totalité (89%) des visiteurs ont l'intention de **revenir** à Marseille.



Jeux Olympiques : Résultats de l'étude de médiatisation

*Source : Cision

L'étude média montre un engouement particulier pour les JO à Marseille, avec des articles variant entre la mise en avant des paysages locaux, ou les résultats sportifs des épreuves. Cet engouement médiatique n'était pas gagné vu la très importante médiatisation des épreuves se déroulant à Paris qui représentait donc une concurrence importante.

Rappel des chiffres clés de l'étude médiatisation pour l'arrivée de la Flamme Olympique le 8 mai :

Chiffres clés

- **12 198** retombées citant Marseille dans le cadre de l'arrivée de la Flamme olympique (France et international)
- **1 204** supports mobilisés
- **45,9 millions d'euros** d'équivalent publicitaire
- Plus de **15 milliards** d'occasions de voir la Flamme olympique (chiffre théorique établi à partir de l'étude des flux étant exposés à une campagne de communication, donc ici aux différents canaux de diffusion de l'arrivée de la Flamme (TV, radio, web, smartphone, affichage ...)
- **73** pays touchés
- Répartition par médias : **56%** web / **29%** audio-visuel / **15%** presse écrite

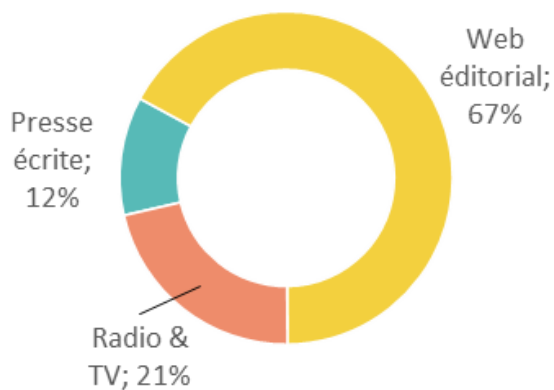
Etude JO

- Médias éditoriaux (presse, web, radio/TV)
- Réseaux sociaux
- Pays : France, Allemagne, Italie, Espagne, Royaume-Uni, Suisse, Belgique, Etats-Unis, Canada, Japon, Corée du Sud, Chine, Australie
- Période : 20 juillet au 10 août

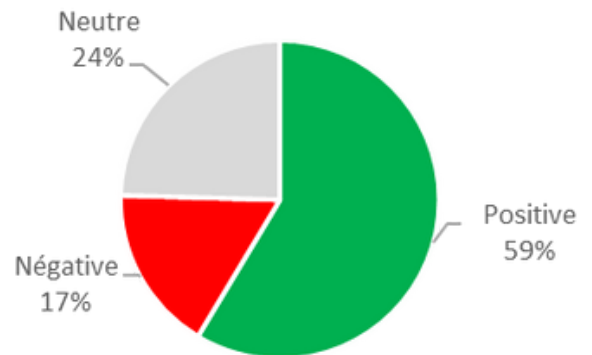
Chiffres clés

- Plus de **16 780** articles
- **11.5K** mentions sur les réseaux sociaux
- **6%** de retombées citant Marseille dans le **titre**
- Près de **38 milliards** d'occasions de voir
- Près de **112 millions d'€** d'équivalent d'achat d'espace publicitaire
- **36%** dans des médias nationaux

Part de chaque média



Tonalité



Part de chaque média

Etats-Unis : 30%
France : 28%
Royaume-Uni : 26%
Canada : 4%
Belgique : 3%

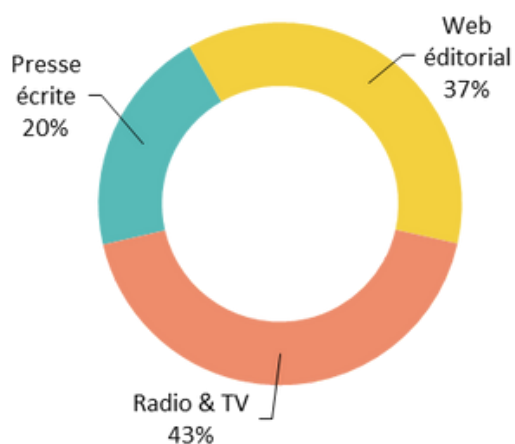
Top 3 des lieux mentionnés

Marina Olympique : 50%
Stade de Marseille : 29%
Le Prado : 3%

Focus sur les médias français

- Près de **8500** articles
- Plus de **12 milliards** d'occasions de voir
- Près de **30 millions d'€** d'équivalent d'achat d'espace publicitaire
- Plus de **300** supports différents
- **72%** dans la presse nationale

Part de chaque média



Top 3 des médias français mobilisés

- Presse : La Provence / AFP / Oues-France
- Web : bfmtv.com / lequipe.fr / leparisien.fr
- Audio : RMC / France Info / BFMTV

Focus sur les médias internationaux

- Plus de **8200** articles
- Plus de **24,3 milliards** d'occasions de voir
- Plus de **73 millions d'€** d'équivalent d'achat d'espace publicitaire
- Plus de **930** supports différents
- **38%** dans la presse nationale

Répartition par pays

Les Etats Unis et le Royaume-Uni représentent à eux deux 38% des retombées, et sont ensuite suivies par le Canada, la Belgique, l'Australie, l'Allemagne, l'Espagne, la Chine, la Suisse et l'Italie.

Parmi ceux-ci, le Royaume-Uni, l'Australie, l'Espagne et l'Italie font partie des nations ayant remporté une médaille d'or

Top 3 des médias internationaux mobilisés (par pays)

- Presse : Xinhua - News Agency (Chine) / L'Avenir (Belgique), Daily Herald (Etats-Unis)
- Web : Daily Mail (Royaume-Uni), As (Espagne) / RTL Info (Belgique)

Les épreuves olympiques ont également permis à Marseille de profiter d'une couverture à l'international, en particulier dans les **pays anglophones**.

Sur les classements par titre, en presse comme en web, notons que les pays européens se montrent les plus actifs.

Sur le périmètre analysé, quelques articles s'attardent sur les attraits de Marseille mais l'essentiel des publications se concentrent sur le traitement de l'**actualité sportive**, et semble-t-il davantage sur les épreuves de voile. Parmi ceux développant un discours substantiel sur Marseille, notons l'article de l'**Associated Press**, relayé dans plusieurs supports et intitulé « Marseille and the sea: A portrait of the millennia-old port city that is hosting Olympic sailing »

"Marseille is having a moment. For years, France's second city flew under the radar, shielded by its reputation as a gritty, rough-and-ready port town without the charm of Saint Tropez, the architecture of Nice, or the glamour of Cannes. Whilst it's true that it doesn't boast the beauty of other Riviera hotspots, France's diamond in the rough is really starting to shine"

Condé Nast Traveller, 02/08

Focus sur les réseaux sociaux

- **11 500** mentions
- Plus de **7200** auteurs
- **45 millions** d'impressions
- Plus de **7500** retweets
- Près de **44 000** likes
- **41%** en France

Répartition par réseau

- X (ex Twitter) : 75%
- Instagram : 16%
- Facebook : 7%
- YouTube : 2%

Mots clés et # les plus utilisés



paris2024 / fédération / marina /
stade / arrondissement / finale / voile



olympics / first time / city / sailing /
windsurf / women / medal race

Les comptes de médias éditoriaux partagent leurs articles web sur des actualités comme la sécurité, la ferveur locale ou l'impact des jeux sur l'activité touristique de la ville. C'est sans conteste, la question de la sécurité qui a été la plus visible.

Les réseaux sociaux alimentés par le grand public (plus de 9 posts sur 10) s'intéressent moins à ces sujets et préfèrent s'attarder sur la beauté qu'offrent les sites d'épreuves de la ville par exemple.

Les nouveautés de l'été 2024

- La mise en place du nouveau plan, incluant pour la première fois les **16 arrondissements de Marseille**, a suscité un intérêt certain auprès des visiteurs, des Marseillais mais également des médias locaux et nationaux. Ce plan, disponible en **5 langues** (français, anglais, espagnol, italien et allemand) a été imprimé en **300 000** exemplaires. La sortie du plan a été accompagnée d'une web-série sur les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme (Facebook et Instagram) mettant en avant les **commerçants** de chaque arrondissement présentant leur quartier.



- **Balades Cool Noons** : lancées mi-juillet à Marseille, les balades cool noons sont des itinéraires à la fraîche dont l'objectif principal est d'améliorer l'expérience de visite des touristes et des résidents des zones urbaines méditerranéennes pendant les heures les plus chaudes de la journée. C'est un projet porté par l'Union Européenne dont la Ville et ses partenaires sont lauréats.
- **De nouvelles visites** pour l'été 2024, payantes et gratuites :
 - **Sur les pas de Pagnol à la Treille** : visite exceptionnellement gratuite dans le cadre des 50 ans de la mort de Marel Pagnol (10€ en temps normal) : 11 visites entre avril et fin août, 115 personnes en tout.

- **Visite exceptionnelle de la Digue du large** : visite gratuite programmée sur 18 dates entre le 4 mai et le 31 août (plus 2 à venir les 21 et 22 septembre lors des Journées Européennes du Patrimoine), comprenant une sortie bateau depuis le port et une visite commentée.

1370 personnes ont profité de cette exclusivité 2024 proposée dans le cadre de l'Été Marseillais

131 avis laissés sur le site de l'office de tourisme avec une note moyenne de **9,5/10**

"La réservation et le processus entier a été très facile et rapide. J'apprécie que la ville organise ce type et pleins d'autres événements, gratuits et accessible par tous. En plus, la guide a été très bien informée et elle nous a donné des informations que je ne savais pas, très intéressantes. J'ai appris ma ville un peu mieux. :) Merci!"

- **Visite Notre-Dame de la Garde insolite** : nouvelle visite payante (12€) avec accès à des espaces normalement fermés de la basilique, tous les vendredis entre le 19 juillet et le 30 août Visite quasi complète chaque vendredi (jauge de 25 personnes par visite) avec **166** visiteurs en 7 dates.

12 avis laissés sur le site de l'office de tourisme avec une note moyenne de **9,7/10**

"Merveilleuse redécouverte d'un site avec accès à des terrasses permettant des vues exceptionnelles sur l'extérieur mais aussi des accès à des points de vue intérieurs exceptionnels...on en prend plein les yeux. Les informations sur l'histoire de la basilique sont de qualité."

- **L'Été Marseillais** : **300 000** personnes ont profité des différentes animations tout l'été dont notamment les 11 concerts, les ciné plein air et tous les autres événements.
- **Kouss-Kouss** : dans l'attente des chiffres consolidés, la soirée du 31 néanmoins a été un beau succès avec **5000** couscous offerts à l'Espace Bargemon et **500** la veille à Bougainville.

Présentation de l'étude croisières de masse

Face au nombre croissant de croisiéristes post-covid, l'Office de tourisme souhaite mieux comprendre et **mesurer l'impact économique** de la croisière à travers une approche des flux de croisiéristes sur le territoire marseillais. Il s'agit également de mieux appréhender les **comportements et les attentes** des croisiéristes ainsi que les impacts sur la gestion des espaces publics.

Cette étude, commanditée par l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille, sera co-pilotée par la Ville de Marseille (Direction de l'Economie, du Tourisme, de l'Emploi, du Commerce et de l'Enseignement Supérieur), en partenariat avec le Port Marseille Fos, et s'inscrit dans la **stratégie 2024-2030** pour un développement responsable du tourisme et des loisirs de la Ville de Marseille, "Marseille, destination durable et attractive".

Elle a pour objet la mesure d'impacts spécifiques des croisières de masse à Marseille sur les 4 volets suivants :

1. Etude des flux
2. Évaluation des retombées économiques directes (approche par le panier moyen de dépenses à terre des croisiéristes en excursion à Marseille ou en tête de ligne)
3. Mesure de la perception de la destination et de la satisfaction de visite des croisiéristes
4. Évaluation des attentes et des besoins des croisiéristes afin d'améliorer leur expérience touristique en excursion à Marseille dans une dimension prospective »

Les premiers résultats de cette étude sont attendus pour **novembre**.



Les évènements à prévoir pour la fin de l'année

- **Samedi 7 septembre : première visite guidée Marseille Libérée**

Le temps d'une visite guidée pédestre, venez revivre un temps fort à Notre-Dame de la Garde le 25 août 1944. La visite guidée retrace le parcours des combattants qui ont libéré la colline de la Garde et le sanctuaire, lors de la journée du vendredi 25 août 1944, soit 10 jours après le débarquement en Provence des forces alliées. La libération de ce site hautement symbolique a durablement marqué la population et a annoncé la libération complète de Ville actée 3 jours plus tard. D'autres visites seront programmées à l'automne.

Tarif : 12€

Infos et résas sur www.marseille-tourisme.com

- **Vendredi 13 septembre : inauguration de la signalétique de la Cité radieuse**

Désormais, la Cité radieuse- Le Corbusier, chef d'œuvre de l'architecture du XXe siècle, classé Monument Historique et inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'Unesco sera dotée d'une signalétique colorée, attractive destinée à orienter et informer au mieux les visiteurs dans le bâtiment. Dans le cadre du plan de gestion Unesco du site de la Cité radieuse, Le Corbusier, l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès a été chargé de concevoir des panneaux (vitrophanie). A l'issue de consultations et collaboration avec la copropriété, la Direction de la Culture PACA et la Fondation Le Corbusier, cette signalétique peut voir le jour sous la forme de panneaux translucides respectant le bâtiment et les matériaux.

www.marseille-tourisme.com

- **Weekend du 21 et 22 septembre : 41e édition des Journées Européennes du Patrimoine**

Les JEP célèbrent cette année le « Patrimoine des itinéraires, des réseaux et des connexions » ainsi que le « Patrimoine maritime ». Plus de 150 évènements (visites thématiques, ateliers, concerts ; balades, expositions et démonstrations...) sont proposés. De son côté, l'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille offre la possibilité de découvrir le patrimoine lors de près de 80 visites guidées. L'ensemble des secteurs et arrondissements de la ville sont concernés par ce week-end de fête de la culture et le tout accessible gratuitement (sauf mention contraire).

Programme complet sur www.marseille-tourisme.com

- **Fêtes de fin d'année**

L'Office de Tourisme et la Ville de Marseille se mobilisent au côté de Marseille Centre, l'association des commerçants, afin de proposer des animations sur le thème de Noël

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



VILLE DE
MARSEILLE

