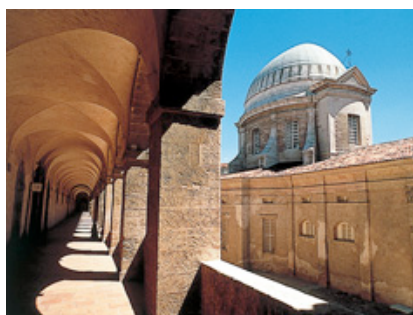


MARSEILLE

bilan touristique saison 2007



**OFFICE DU TOURISME
ET DES CONGRES**



www.marseille-tourisme.com

SERVICE PRESSE : Silvie ALLEMAND
4, la Canebière – 13001 Marseille – tél. 04 91 13 89 19 – Fax 04 91 13 89 20
sallemand@marseille-tourisme.com

ATTRACTIVITÉ

Marseille possède des atouts indéniables pour développer sa fréquentation touristique : la mer, le soleil, la nature, la culture, son accessibilité et des habitants chaleureux.

La spécificité de Marseille c'est aussi qu'elle a su, depuis plusieurs années, communiquer son offre en amenant ses professionnels à travailler ensemble..

MOTIFS DE VENUE À MARSEILLE PENDANT L'ÉTÉ

- 1 - LOISIRS - VACANCES
- 2 - RAISONS FAMILIALES
- 3 - AFFAIRES (Sauf 15 juillet-15 août)
- 4 - TRANSIT
- 5 - SANTÉ
- 6 - AUTRES

LES FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ

de la clientèle loisirs-vacances pendant la période estivale à Marseille

- 1 - LE CLIMAT
- 2 - LES RICHESSES ENVIRONNEMENTALES
- 3 - LES RICHESSES CULTURELLES
- 4 - LIAISONS AERIENNE ET TRAIN FACILES
- 5 - LA DÉCOUVERTE DE LA GASTRONOMIE
- 6 - UN EVENEMENT SPORTIF ou CULTUREL

Les richesses environnementales se découpent en
53% de patrimoine naturel
(mer, calanques, îles)
et 23% d'espace maritime
(activités liées à la mer)

**OFFICE DU TOURISME
ET DES CONGRES**

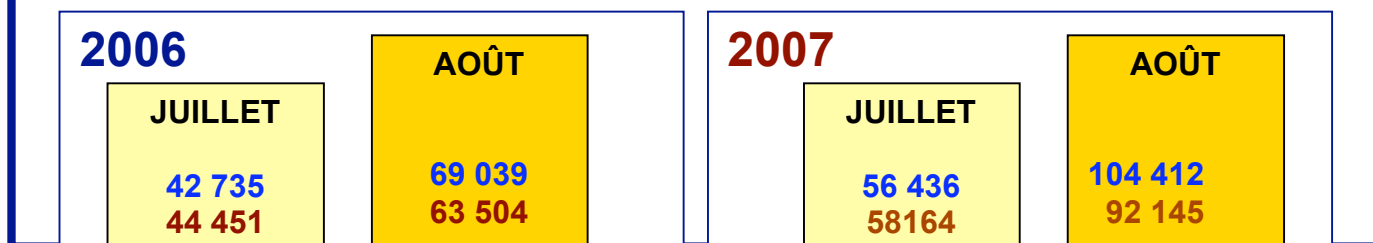


www.marseille-tourisme.com



FRÉQUENTATION 2006 - 2007

PERSONNES RECUES à l'ACCUEIL de l'OFFICE du TOURISME et des CONGRÈS FRANCAIS - ÉTRANGERS



Pour la deuxième année, la clientèle étrangère dépasse la clientèle française en juillet. Depuis janvier 2007, ce sont 654 444 personnes qui ont été reçues.

HIT PARADE DES ORIGINES

FRANCAIS

JUILLET

AOÛT

2006	2007	2006	2007
Paris Couronne	Paris Couronne	Paris Couronne	Paris Couronne
Rhône- Alpes	Marseille	Marseille	Marseille
PACA	Rhône-Alpes	Rhône-Alpes	Rhône-Alpes
Nord	PACA	PACA	PACA

ETRANGERS

JUILLET

AOÛT

2006	2007	2006	2007
Grande Bretagne	USA	Grande Bretagne	Grande Bretagne
USA	Grande Bretagne	Allemagne	USA
Allemagne	Allemagne	Italie	Italie
Espagne	Espagne	USA	Espagne

A noter l'apparition de la Suède dans le Top 10 des nationalités.

Les renseignements les plus demandés par les touristes

- 1 - LES SITES NATURELS et PATRIMOINE
- 2 - L'HÉBERGEMENT
- 3 - LES ANIMATIONS

OFFICE DU TOURISME
ET DES CONGRÈS



www.marseille-tourisme.com



L'HOTELLERIE

taux d'occupation mensuel

ESTIMATIONS

Sans Etoile	2006	2007
JUILLET	84,80%	86%
AOUT	92,60%	94%
2**		
JUILLET	64%	63%
AOUT	63,30%	65%
3***		
JUILLET	78,20%	81,60%
AOUT	79%	81%
4****		
JUILLET	69%	66%
AOUT	66,20%	63%

LES NOUVEAUX ETABLISSEMENTS HOTELIERS EN 2007

QUAI DE RIVE NEUVE ****

SAS RADISSON : 189 chambres dont 12 suites – ouverture mars 2007

HIPPODROME BORELY ****

VILLA MASSALIA - CONCORDE : 140 chambres – ouverture 1^{er} septembre 2007

Au bilan de ces deux mois d'été, une fréquentation en augmentation, les raisons sont que Marseille se positionne de plus en plus comme une vraie destination balnéaire surtout auprès des étrangers, notamment les italiens qui se lassent un peu de la Côte d'Azur. L'effet low cost est notable sur des clientèles nouvelles comme les scandinaves et les suisses. De plus, la météo a été un élément décisif aussi dans le choix de venir à Marseille surtout en août. Les réservations sont de plus en plus effectuées en dernière minute via les sites internet des établissements aussi bien pour les indépendants que pour les groupes. Même si, pour certains hôtels le T.O reste stable, le prix moyen de vente augmente ce qui prouve que la destination n'est pas bradée et que l'on est dans le qualitatif. Enfin, il faut aussi compter avec l'ouverture du Radisson sur le Vieux Port qui avec ses 189 chambres a quand même enregistré un T.O supérieur à ses prévisions.

TOURISME CULTUREL et URBAIN

LES VISITES PUBLIQUES DE L' OFFICE du TOURISME et des CONGRÈS

Pour les GROUPES

Le service « visites guidées » de l'Office du Tourisme et des Congrès a vendu **756 visites** depuis le début de l'année contre **671 en 2006**, ce sont environ **26 460 personnes** qui ont visité Marseille sous la conduite des guides de l'Office du Tourisme et des Congrès.

Juillet – août 2006 : 85 visites vendues contre 103 en 2007.

Pour les INDIVIDUELS

Les visites patrimoines en juillet et en août **44 visites** proposées en 2007 contre **49** en 2006. Taux de participation de **64,45%** en 2007 contre **63,97 en 2006**.

Ces chiffres sont à peu près identiques sur les deux années malgré une baisse en juillet que l'on peut relier à des jours de mauvais temps relatif (vent) et des touristes étrangers suivant peu les visites patrimoine bien que certaines soient proposées en anglais régulièrement.

2006	NB Total Partants	Taux Fréquentation	NB Visites
Juillet	376	57,85%	26
Août	403	70,09%	23
Total	779	63,97%	49

2007	NB Total Partants	Taux Fréquentation	NB Visites
Juillet	223	42,48%	21
Août	497	86,43%	23
Total	720	64,45%	44

LES VISITES DU STADE VELODROME

Désormais incontournables, elles ont attiré **10 771 personnes** en juillet et août **2007** contre **6 612 personnes** en **2006**. Cela représente **+ 63% par rapport à 2006** malgré 5 jours de visite en moins à cause des matches de foot et de rugby. A souligner le record d'affluence du 14 août où 750 personnes ont visité le stade Vélodrome !

LA NOUVEAUTE DE L'ÉTÉ 2007

La cow parade : la visite du mercredi matin de 10h à 12h

Depuis le 4 juillet et jusqu'au 11 octobre, date de la fin de la Cow Parade à Marseille, une visite est proposée chaque mercredi pour le plus grand plaisir des marseillais et des touristes. Ils ont été près de 150 à découvrir les vaches autour du Vieux Port.

LES PRODUITS TOURISTIQUES ET CULTURELS

CITY PASS

Le **City Pass** (passeport touristique et culturel) se vend très bien :

990 city pass ont été vendus en juillet-août **2007** avec une majorité de « deux jours », ce qui représente **+ 17,70%** par rapport à **2006**.

FORFAIT COURT SEJOUR

Les ventes du forfait **Echappée Belle** (forfait court séjour mis en place par l'Office du Tourisme et des Congrès de Marseille et les professionnels marseillais depuis janvier 2006) est en constante progression depuis son lancement. En juillet et août **2007**, **191 packages** ont été commercialisés contre **62 en 2006**. Dans le top 3 des hôtels les plus vendus le Mercure Euro-centre, le Grand hôtel Mercure Beauvau et l'hôtel des Gens de Mer.

LE GRAND TOUR

En juillet **2006**, **3769** personnes ont visité Marseille à bord du bus à impériale « le Grand Tour » contre **4470 en 2007**, soit + 19% de fréquentation. En août 2007, c'est équivalent à 2006 avec **7 183** personnes, soit un excellent résultat. Comme le city pass, la vente du forfait 2 jours est en augmentation.

PETITS TRAINS TOURISTIQUES

Deux itinéraires : le petit train de la Bonne Mère et le petit train du Panier.

En juillet et en août 2007 + 7% d'augmentation par rapport à 2006.

A noter toujours beaucoup de familles, c'est un produit ludique et de nombreux croisiéristes les samedis de juillet .

VISITES DES CALANQUES EN BATEAU

Mis en place depuis début mai 2007, deux compagnies se partagent les visites en bateau des Calanques de Marseille à Cassis.

Au total pour les deux mois, ce sont près de **18 000 personnes** qui ont été séduites par ce produit touristique.

LA VISITE DU CHÂTEAU D'IF

Un grand classique dans la découverte de Marseille, la balade en bateau pour aller visiter le Château d'If (inclus dans le city pass).

En juillet 2006, ce sont 13 141 personnes qui ont visité le cachot d'Edmond Dantès contre 14 685 **en 2007** ; **en août 2006** 12540 contre 21 000 **en 2007** ! A noter que depuis le 1^{er} janvier l'accès sur l'île d'If est payant alors qu'auparavant seul le château possédait une billetterie.

LES MUSÉES

- Musées de Marseille : fréquentation : en 2006, 53 357 visiteurs (expo majeure sur Braque) contre 93 360 en 2007 (expo majeure sur Bonnard) avec près de 60 000 visiteurs en août.
- Fondation Regards de Provence : exposition « Marchand » 1937 visiteurs.
- MUCEM : exposition « Trésors du quotidien » 3 211 visiteurs

A noter que les nombreuses manifestations touristiques, culturelles et sportives ont renforcé l'attractivité de Marseille auprès des touristes français et étrangers.

FREQUENTATION DU SITE INTERNET

	2005	2006	2007
Nombre de visiteurs	182 590	246 001	328 805
Nombre moyen par jour	2 993,27	3 967,75	5 303,31
Durée moyenne d'une visite	5 min 17	5 min 04	6 min 31 s
Nbre moyen de pages vues par visite	9,38	8,85	8,20

TOP 10 DES PAGES LES PLUS VUES EN JUILLET ET EN AOUT

1 – Les produits sur les Calanques	6 – Notre Dame de La Garde
2 – Le City Pass	7 – Programme des visites guidées
3 – La bouillabaisse	8 – Présentation des Calanques
4 – Présentation des balades pédestres en ville	9 – Marseille Le Grand Tour
5 – Catalogue des visites guidées	10 – Navettes vers le Frioul

ACCÈS AUX ÉVÉNEMENTS ET HÉBERGEMENT (base de données CDT/OTC)

2005	2006	2007
38 737	35 844	69 311

AFFICHAGE DES PAGES D'ACCUEIL DANS LES DIFFÉRENTES LANGUES

(Le site en italien n'était pas en ligne sur cette période en 2005.)

	Fr	GB	D	E	I	Chine	Japon	Corée	Total
2005	158 586	10 138	2 609	2 628	-	532	643	163	175 299
2006	202 755	23 696	2 880	3 279	887	4 096	845	409	238 847
2007	219 677	37 247	1 222	10 001	1 504	505	1 047	301	271 504

On note une augmentation continue de la proportion des langues étrangères dans l'affichage des pages d'accueil. En 2005 cette proportion était de 11,09%, en 2006 elle était de 15,11% en 2007 elle est de 19,09%. On note une forte augmentation de l'espagnol. Le niveau élevé de la Chine en 2006 est à mettre en relation avec des actions de liens sponsorisés sur cette période. Ces actions étaient liées à des actions de promotion sur le marché chinois.

TOP TEN DES PAYS (hors domaine commerciaux et spéciaux)

	2005	2006	2007
1	Belgique	Belgique	Belgique
2	Allemagne	Allemagne	Italie
3	Suisse	Suisse	Royaume Uni
4	Italie	Royaume Uni	Suisse
5	Canada	Italie	Allemagne
6	Pays-Bas	Canada	Canada
7	Royaume Uni	Japon	Pays-Bas
8	Japon	Pays-Bas	Espagne
9	Brésil	Chine	Suède
10	Espagne	Espagne	Japon

LES CHIFFRES DE L'AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE

Après les nombreux records de 1^{er} semestre 2007 de l'aéroport Marseille Provence, l'été confirme l'envolée de l'aéroport phocéen qui contribue largement au succès de la saison touristique de la région.

Sur les seuls mois de **Juillet et Août 2007**, **65 000 nouveaux touristes** sont arrivés en Provence par les lignes touristiques de l'aéroport (vs. la même période de l'année dernière). Ce chiffre prend en compte toutes les lignes directes européennes à vocation touristique.

Le premier marché touristique import est le UK avec un total de 66 000 passagers à l'arrivée durant juillet et août. La Grande-Bretagne et l'Irlande restent le premier marché import de l'aéroport.

Le deuxième marché est l'Allemagne avec 43 000 arrivées, suivi de la Scandinavie avec 21 000 arrivées (clientèle inexistante l'année dernière). Suivent ensuite les Pays-bas, la Belgique et la Suisse.

Concernant les nouveaux touristes, ils viennent en priorité de la Scandinavie, avec près de 15 000 nouvelles arrivées, suivis des anglais avec 12 000 nouvelles arrivées, suivis des allemands (9 000) et des Hollandais (8 500).

Ces résultats exceptionnels pour l'aéroport, mais aussi pour toute la région qu'il dessert, sont à mettre à l'actif des nombreuses nouvelles liaisons low-cost mises en service depuis l'ouverture de mp², où des compagnies comme Ryanair ont su connecter la Provence à tous ces marchés pour seulement quelques euros l'aller-retour. Lors d'une enquête récente, **78% de ces nouveaux touristes** déclarent qu'ils **ne seraient jamais venus en Provence sans cette offre à bas tarif**, démontrant qu'une solution d'acheminement attractive (vol direct et bas-prix) est indispensable au développement du tourisme.

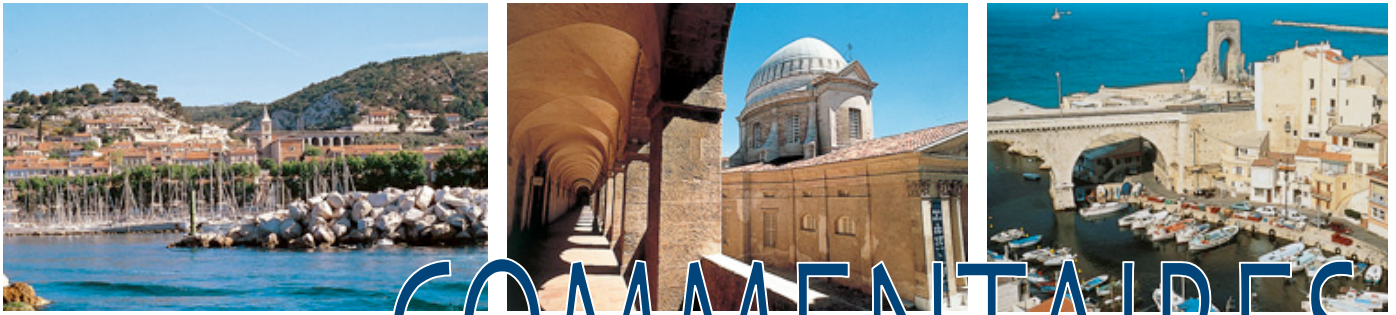
L'Aéroport Marseille Provence, Le Comité Départemental du Tourisme 13 et l'Office du Tourisme et des Congrès de Marseille mettent en place, dans les prochaines semaines, des opérations de promotion à l'étranger pour pérenniser les succès de cet été, durant toute la saison d'hiver. Un accueil sera aussi réalisé à l'Aéroport, lors de la Coupe du Monde de Rugby, pour fidéliser cette clientèle.

Source : communiqué du service promotion et communication de l'aéroport Marseille Provence.

L'EFFET LOW COST SUR LA FREQUENTATION DE L'OFFICE DU TOURISME ET DES CONGRÈS

On enregistre depuis janvier 2007, des nouvelles clientèles comme la Scandinavie (Suède + 344%, Norvège + 312%, Danemark + 161%) mais aussi des clientèles européennes nouvelles comme l'Autriche (+ 79%), l'Irlande (+ 90%) et le Portugal (+65%) ou des clientèles fidèles mais que les liaisons aériennes directes confortent dans leur désir de venir à Marseille, c'est le cas pour les Pays Bas (+104%), la Belgique ou la Suisse (+46%).

Ce nouveau voyageur est plutôt en couple, âgé de 25 à 44 ans, au pouvoir d'achat moyen + et séjourne entre 2 et 6 jours à Marseille.



COMMENTAIRES

La saison estivale 2007 est un bon cru pour Marseille, renforcée par le mauvais temps dans la plupart des régions de France a été favorable à la ville qui a bénéficié de séjours « de dernière minute » notamment en août.

La **fréquentation de l'hôtellerie** enregistre une **augmentation pour juillet et août** avec des nuances selon les catégories, mais le prix de vente moyen est supérieur à 2006, notamment dans les catégories supérieures malgré l'ouverture du Radisson. La durée des séjours est comprise entre 2 et 5 jours. Elle est supérieure par rapport aux années précédentes. Les touristes réservent 3 nuits souvent à la dernière minute et prolongent en découvrant les atouts de Marseille. La clientèle est souvent familiale.

La **restauration** offre un bilan nuancé, très bon dans la restauration haut de gamme, de bord de mer, bon dans les autres secteurs. A noter que certains restaurants sont restés ouvert en août pour la première année et ont été très satisfaits du résultat.

L'**Office du Tourisme et des Congrès** a enregistré des hausses significatives de fréquentation en juillet + 31% et en août + 39%.

Pour le deuxième été consécutif, la clientèle étrangère est supérieure à la clientèle française, dans la fréquentation de l'Office du Tourisme et des Congrès.

La **clientèle européenne** est venue en force cette année encore, avec une forte progression des **belges, anglais et espagnols** mais un léger recul des allemands. L'effet « **low cost** » se mesure aussi notamment avec la Scandinavie. Les actions de promotion, mises en place par l'Office du tourisme et des congrès et ses différents partenaires, réalisées depuis plusieurs années sur les marchés européens et internationaux portent leurs fruits.

Un éventuel effet « **coupe du monde de rugby** » est à souligner avec + 106% de néo-zélandais et australiens !

Les **américains** sont plus nombreux, en partie grâce à l'activité croisières, qui est l'un des axes majeurs de développement touristique de la Ville mais aussi en séjour hôtelier.